

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN WALI
PESERTA DIDIK DI LEMBAGA
PENDIDIKAN MTS MIFTAHUL HUDA
BULUNGAN PAKIS AJI JEPARA**

SKRIPSI

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



Oleh :

Muhammad Mekki Al Madani Aba
NIM: 1803036120

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

NAMA : Muhammad Mekki Al-Madani Aba
NIM : 1803036120
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik Di Lembaga Pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara

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

Semarang, 27 Juni 2022

Pembuat Pernyataan



Muhammad Mekki Al-Madani Aba

PENGESAHAN



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

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

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik di Lembaga Pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan**

Nama : Muhammad Mekki Al-Madani Aba

NIM : 1803036120

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Telah diujikan dan sidang *Munqasyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang dan dapat di terima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 31 Juni 2022

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Dr. Fahrurozi, M. Ag.
NIP. 197708162005011003

Sekretaris Sidang

Nur Asiyah, M. S. I.
NIP. 197109261998032002

Penguji I

Dr. Fatkuroji, M. Pd.
NIP. 197704152007011032



Penguji II

Muh Ahlis Ahwan, M. IP.
NIP. 198507272019031007

Pembimbing,

Dr. Fahrurozi, M. Ag.
NIP. 197708162005011003

NILAI BIMBINGAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II Ngaliyan Telp. 7601295 Semarang 50185

Hal : Nilai Bimbingan Skripsi

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

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami beritahukan bahwa setelah kami menyelesaikan membimbing skripsi saudara:

Nama : Muhammad Mekki Al Madani Aba
NIM : 1803036120
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik Di Lembaga Pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara

Maka nilai bimbingan skripsi adalah :
Dengan catatan bahwa :

3,9 (Tipe Sembilan)

Demikian agar digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 27 Juni 2022
Pembimbing,

Dr. Fahrurrozi, M. Ag.
NIP. 197708162005011003

NOTA PEMBIMBING

NOTA DINAS

Semarang, 27 Juni 2022

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

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

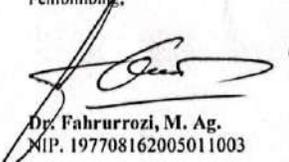
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik di Lembaga Pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara
Nama : Muhammad Mekki Al Madani Aba
NIM : 1803036120
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Dr. Fahrurrozi, M. Ag.
NIP. 197708162005011003

ABSTRAK

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik di Lembaga Pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jebara**

Penulis : Muhammad Mekki Al Madani Aba

NIM : 1803036120

Skripsi ini membahas manajemen strategi bauran pemasaran lembaga pendidikan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga jasa pendidikan terhadap kepuasan wali peserta didik di lembaga pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan.

Jenis penelitian ini dalam kategori penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode silang atau disebut *Cross-Sectional*. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah wali peserta didik kelas VII dan VIII dari MTs Miftahul Huda Bulungan. Pengambilan sampel berjumlah 157 wali peserta didik dengan menggunakan teknik teknik *Probability Sampling* berupa *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen berupa kuesioner atau angket. Setelah data terkumpul dari kuesioner, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas angket untuk mendapatkan olah data yang obyektif. Kemudian data dicek terlebih dahulu menggunakan uji asumsi klasik untuk diketahui normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas. Lalu data diolah dan dianalisis menggunakan uji t, analisis regresi linear sederhana, uji f, analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi

Hasil dari penelitian ini menunjukkan, Bahwa kualitas produk dan harga jasa pendidikan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wali peserta didik dalam menyekolahkan anaknya di MTs Miftahul Huda Bulungan. Temuan tersebut dapat memberikan acuan bagi lembaga, untuk meningkatkan kepuasan wali peserta didik dalam menyekolahkan anak di MTs Miftahul Huda Bulungan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pendidikan, Harga Jasa Pendidikan, Kepuasan Pelanggan Pendidikan

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	ś	غ	g
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	ẓ	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	‘
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أُوْ

ai = أَيَّ

ay = أَيَّ

MOTTO

“ بِقَدْرِ مَا تَعْنَى تَنَالُ مَا تَتَمَنَّى ”

**Kesulitan Yang Kau Tempuh
Sebanding Dengan Harapan Yang Akan
Kau Rengkuh**

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

segala puji hanya milik Allah SWT yang telah mengangkat derajat umat manusia dengan ilmu dan amal, atas seluruh alam. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpah atas Nabi Muhammad SAW, pemimpin seluruh umat manusia, dan semoga pula tercurah atas keluarga dan para sahabatnya yang menjadi sumber ilmu dan hikmah.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik Di Lembaga Pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara”** ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis. Di kesempatan ini dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang dalam, penulis haturkan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag selaku penanggung jawab penuh terhadap berlangsungnya proses belajar mengajar di lingkungan UIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, Dr. Ahmad Ismail, M.Ag., M.Hum. yang telah memberikan izin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini.
3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Dr. Fatkurroji, M. Pd., dan Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Agus

Khunaifi, M. Ag., yang telah mengizinkan pembahasan skripsi ini.

4. Pembimbing saya, Dr. Fahrurrozi M. Ag., yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk selalu memberikan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Kepala MTs Miftahul Huda Bulungan ibu Isrowiyah M. Pd, beserta seluruh pendidik dan tenaga kependidikan terkait, peserta didik beserta walinya yang telah bersedia menerima dan membantu penulis dalam melakukan penelitian.
6. Kedua orang tua penulis, Dr. H. Ahmad Barowi dan Hj. Masrurotun Alfiyah tidak lupa kakak-kakak penulis kak Ulin, mbk Siti, mbk Faiq, kak Haqi, mbk Ema, mbk Fatma, Kak Emil serta keponakan penulis Hilya dan Hilma yang senantiasa memberikan dukungan dan doa.
7. Keluarga besar Rumah Riset Mafatihul Huda, terkhusus pengasuh Dr. H. Imam Yahya dan Hj. Elfi Rimayati dan para asatid yang telah memberikan ilmunya, penulis ucapkan terima kasih.
8. Rekan dan sahabat seperjuangan Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2018 khususnya MPI C 2018.
9. Teman – teman UKM BITA dan PKPT IPNU-IPPNU UIN Walisongo yang telah memberikan ilmu dan pengalaman di bidang non akademik bagi penulis.

10. Moonton selaku developer Mobile Legends, yang telah menemani dan menghibur penulis dikala dilanda gundah gulana sewaktu mengerjakan skripsi.

11. Semua pihak yang tiada dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari tentulah masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh karenanya kritik dan saran yang konstruktif amat penulis nantikan. Semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat. Amin

Semarang, 27 Juni 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mekki Al Madani Aba', written over a faint, hand-drawn outline of a triangle with a colon inside.

Muhammad Mekki Al Madani Aba

NIM: 1803036120

DAFTAR ISI

COVER	1
PERNYATAAN KEASLIAN	i
PENGESAHAN	ii
NILAI BIMBINGAN SKRIPSI	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat.....	12
BAB II	15
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN WALI PESERTA DIDIK	15
A. Deskripsi Teori.....	15
1. Kualitas Produk	15
2. Harga.....	26
3. Kepuasan Pelanggan.....	34
B. Kajian Pustaka Relevan	41
C. Rumusan Hipotesis.....	47
BAB III	49
METODE PENELITIAN	49

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	49
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
D. Variabel dan Indikator Penelitian	52
E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	54
F. Teknik Analisis Data	56
1. Uji Instrumen.....	56
2. Uji Asumsi Klasik	62
3. Uji Hipotesis.....	67
BAB IV.....	74
ANALISIS DATA.....	74
A. Gambaran Umum MTs Miftahul Huda Bulungan	74
B. Deskripsi Data.....	83
1. Nilai Kuantitatif Kualitas Produk Pendidikan, Harga Jasa Pendidikan dan Kepuasan Wali Peserta Didik.....	84
2. Pengaruh Kualitas Produk Pendidikan (X1) Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik (Y).....	90
3. Pengaruh Harga Jasa Pendidikan (X2) Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik (Y).....	94
4. Pengaruh Kualitas Produk Pendidikan (X1) dan Harga Jasa Pendidikan (X2) Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik (Y)	99
C. Pembahasan Penelitian	104
D. Keterbatasan Penelitian	107
BAB V.....	108
PENUTUP.....	108
A. Kesimpulan	108

B. Saran	109
C. Penutup.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN 1 : DAFTAR NAMA RESPONDEN.....	118
LAMPIRAN 2 : KUESIONER PENELITIAN GOOGLE FORM.....	124
LAMPIRAN 3 : KUESIONER PENELITIAN	130
LAMPIRAN 4 : DAFTAR HASIL JAWABAN RESPONDEN KUESIONER KUALITAS PRODUK MTS MIFTAHUL HUDA BULUNGAN	133
LAMPIRAN 5 : DAFTAR HASIL JAWABAN RESPONDEN KUESIONER HARGA PENDIDIKAN MTS MIFTAHUL HUDA BULUNGAN	139
LAMPIRAN 6 : DAFTAR HASIL JAWABAN RESPONDEN KUESIONER KEPUASAN WALI PESERTA DIDIK MTS MIFTAHUL HUDA BULUNGAN.....	145
LAMPIRAN 7 : TABEL BANTU UJI T DAN F	151
LAMPIRAN 8 : TABEL BANTU REGRESI.....	157
LAMPIRAN 9 : HASIL PERHITUNGAN SPSS TERKAIT KUALITAS PRODUK DAN HARGA SERTA KEPUASAN WALI PESERTA DIDIK MTs MIFTAHUL HUDA BULUNGAN.....	162
LAMPIRAN 10 : SURAT IZIN PENELITIAN	169
LAMPIRAN 11 : SURAT PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING.....	170
LAMPIRAN 12 : KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	171
LAMPIRAN 13 : RIWAYAT HIDUP	172

DAFTAR TABEL

1.1	Calon Peserta Didik Baru MTs Miftahul Huda Tahun Ajaran 2019-2021.....	9
3.1	Indikator Variabel.....	53
3.2	Skala Likert.....	56
3.3	Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X1).....	57
3.4	Validitas Instrumen Variabel Harga (X2).....	58
3.5	Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Wali Peserta Didik (Y).....	59
3.6	Reliabilitas Instrumen.....	60
3.7	Kriteria Reliabilitas Tes.....	61
3.8	Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
3.9	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	67
4.1	Keadaan Siswa.....	78
4.2	Keadaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan.....	79
4.3	Sarana dan Prasarana MTs Miftahul Huda.....	81
4.4	Penerimaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS).....	83
4.5	Distribusi Skor Kuesioner Kualitas Produk Pendidikan (X1) MTs Miftahul Huda	84
4.6	Kualitas Produk Pendidikan MTs Miftahul Huda	85
4.7	Distribusi Skor Harga Produk Pendidikan (X2) MTs Miftahul Huda.....	86
4.8	Kualitas Produk Pendidikan MTs Miftahul Huda.....	87
4.9	Distribusi Skor Kepuasan Wali Peserta Didik (Y) MTs Miftahul Huda.....	88
4.10	Kualitas Produk Pendidikan MTs Miftahul Huda.....	89
4.11	Uji T Parsial Variabel Kualitas Produk (X ₁) Terhadap Kepuasan (Y).....	94
4.12	Uji T Parsial Variabel Harga (X ₂) terhadap Kepuasan (Y)..	98
4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	102
4.14	Hasil F Simultan.....	103

DAFTAR GAMBAR

3.1	Uji Normalitas P Plot.....	63
-----	----------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kualitas pendidikan menengah di Indonesia saat ini berada ditingkat memprihatinkan, berdasarkan *Programme For International Student Assessment* (PISA) 2018 yang diterbitkan pada Maret 2019, Indonesia berada di peringkat ke 74 dari 79 negara yang berpartisipasi dalam survei tersebut.¹ Secara konsisten semenjak 2009 hingga 2018, Indonesia tidak mengalami peningkatan yang signifikan bahkan bisa dikatakan lebih mengarah pada penurunan kualitas. Pada evaluasi yang dilakukan oleh PISA terkait tiga poin utama yaitu literasi, matematika, dan sains. Indonesia diperingkat ke 76 pada kategori literasi membaca, pada kategori matematika menempati peringkat ke 73 dan peringkat ke 71 pada kategori sains. Jika membandingkan dengan negara tetangga Singapura yang secara poin keseluruhan berada diperingkat ke 2 maka Indonesia masih tertinggal jauh, oleh karena itu sistem pendidikan Indonesia harus banyak dibenahi dan kualitas pendidikan harus ditingkatkan.²

¹ La Hewi dan Muh. Saleh, “Refleksi Hasil PISA: Upaya Perbaikan Bertumpu Pada Pendidikan Anak Usia Dini”, *Jurnal Golden Age*, (Vol. 4. No. 1, 2020), hlm. 30-41.

² Siti Alifah, “Peningkatan Kualitas Pendidikan Di Indonesia Untuk Mengajar Keteringgalan Dari Negara Lain”, *Cermin : Jurnal Penelitian*, (Vol. 5, No. 1, 2021), hlm. 113-123.

Rendahnya kualitas atau mutu pendidikan disebabkan berbagai faktor salah satunya adalah buruknya kualitas produk pendidikan. Produk jasa yang buruk tentunya akan berakibat pada kurangnya kesempatan peserta didik dalam memperoleh pendidikan secara maksimal dan berimbas pada terhambatnya pengembangan pengetahuan dan keahlian peserta didik. Oleh karena itu perbaikan pada kualitas produk pendidikan sangat diperlukan guna menyukseskan pembangunan pendidikan pada lembaga-lembaga pendidikan.³

Dalam konteks pemasaran jasa pendidikan, tinggi rendahnya kualitas pendidikan dan baik buruknya produk pendidikan yang diberikan oleh sekolah atau madrasah tentunya menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat yang notabene sebagai konsumen pendidikan dalam memilih lembaga pendidikan yang akan dimasuki.⁴ Di era globalisasi, kualitas dari sebuah produk pendidikan merupakan sebuah keniscayaan yang tidak dapat dihindari oleh sekolah atau madrasah, lembaga pendidikan yang unggul adalah lembaga yang mampu menjaga kualitas produk pendidikan yang dihadirkan pada pelanggan dan memiliki ketertarikan yang

³ Kusnandi, “Konsep Dasar dan Strategi Penjaminan Mutu Pendidikan: Sebagai Review Kebijakan Mutu Pendidikan” , *Indonesia Journal Education Management and Administration Review*, (Vol. 1, No. 2, 2017), hlm. 107-118.

⁴ Suhesti Ningsih, “Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada lembaga Pendidikan Solocom di Surakarta” *Jurnal Benefit UMS*, (Vol. 15, No. 2, 2011), hlm. 125-134.

tinggi pada peningkatan mutu pendidikan. Pada umumnya yang menjadi pertimbangan bagi orang tua siswa dalam memilih lembaga pendidikan adalah kurikulum, proses pembelajaran yang diterapkan, biaya, tenaga pendidik dan kependidikan, prestasi yang telah dicapai sekolah, dan citra lembaga. Namun ada hal penting yang menjadi perhatian khusus yaitu perihal kepuasan yang didapatkan peserta didik dan walinya terhadap produk pendidikan diberikan oleh sekolah atau madrasah.⁵

Pemberian produk jasa yang berkualitas menjadi strategi yang efektif dalam menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang telah ada dan menciptakan keunggulan khusus pada produk atau jasa. Produk jasa yang berkualitas menciptakan kepuasan bagi pelanggan sehingga pelanggan mendapatkan nilai lebih dari yang diharapkan. Oleh karenanya, kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh produk jasa yang dihadirkan.⁶ Mempertahankan semua konsumen yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian konsumen karena biaya untuk menarik konsumen baru bisa berkali kali

⁵ Sholihul Afif, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Orang Tua Siswa di MI NU Mifathul Huda 02 Piji Dawe Kudus Tahun Pelajaran 2015/2016", *Jurnal Quality*, (Vol. 4, No. 2, 2016), hlm. 69-89.

⁶ Pekik Yurdawan Pramauditya. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Skripsi*, (Yogyakarta: Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2021), hlm. 2.

lipat lebih mahal dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang telah ada.⁷

Tingkat persaingan pendidikan yang meningkat dan teknologi pendidikan yang berkembang karena arus globalisasi menjadikan setiap lembaga pendidikan berusaha untuk menjalankan strategi dalam memenangkan kompetisi pendidikan. Salah satu caranya adalah merangkul konsumen atau pelanggan pendidikan yaitu peserta didik. Dalam persaingan dunia pendidikan seperti saat ini, kepuasan pelanggan pendidikan merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan kompetisi pendidikan. Jika sebuah lembaga pendidikan menghasilkan produk pendidikan yang tidak berkualitas, maka pelanggan pendidikan menjadi tidak tertarik kemudian segera pergi meninggalkan lembaga pendidikan tersebut. Begitu juga apabila sekolah menghasilkan produk pendidikan dengan harga yang terlalu tinggi, pelanggan pendidikan akan berpindah ke penyedia jasa pendidikan yang memiliki harga terjangkau tetapi memiliki kualitas pendidikan yang sama. Apabila lembaga pendidikan menghasilkan produk pendidikan yang sama sekali tidak diinginkan pelanggan pendidikan maka dalam waktu tidak terlalu lama sekolah akan bangkrut dan tutup. Hanya sekolah yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan pendidikan yang

⁷ Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Marketing Management*, (New York: Pearson, 2016), hlm. 207.

dapat bertahan. Keputusan pelanggan pendidikan dalam membeli produk pendidikan adalah peristiwa penting bagi pemasaran jasa pendidikan.⁸

Pada umumnya setiap pemasaran pendidikan akan selalu berfokus pada pelanggan yaitu wali peserta didik, peserta didik, dan pelanggan pendidikan lainnya yang tercermin pada letak kedekatan dan keakraban hubungannya. Melalui kedekatan dan keakraban ini lembaga pendidikan dapat meningkatkan pembelian dan penyerahan kepuasan pelanggan, yang sekaligus dapat membentuk loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini upaya pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan memang terpusat pada pemenuhan kebutuhan pelanggan, tetapi pada akhirnya dapat membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan.⁹

Selain produk pendidikan, penentuan harga juga menjadi nilai tersendiri bagi sekolah atau madrasah dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Secara harfiah harga dalam pemasaran jasa dapat diartikan sebagai sejumlah uang dan atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang dan lain sebagainya disertai dengan pemberian jasa. Harga dan kebijaksanaan harga adalah elemen yang paling banyak diperdebatkan dalam pemasaran. Harga adalah

⁸ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta Bumi Aksara, 2011). Hlm. 182.

⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Bisnis Pemasaran*, (Depok; PT Raja Grafindo, 2019), hlm. 45.

satu satunya variabel strategi pemasaran yang berkaitan dengan pemasukan, sehingga boleh dikatakan harga bisa mendatangkan masalah tersendiri.¹⁰ Pengaruh harga suatu produk sangatlah penting. Pada umumnya jika harga rendah maka permintaan produk yang ditawarkan meningkat dan jika harga produk tinggi maka permintaan produk semakin rendah. Hasil riset Depkavecius dan Melnikas menyatakan bahwa harga merupakan faktor penting bagi kepuasan pelanggan yang menyebabkan kompleksitas keputusan manajer pemasaran.¹¹

Berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa tentunya berbanding lurus dengan berbagai biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan dalam mengonsumsi produk jasa tersebut, dalam konteks pendidikan yaitu kegiatan pembelajaran yang dilaksanakan di sekolah atau madrasah. Dalam berbagai keadaan, pelanggan berhadapan dengan berbagai pertimbangan mengenai apa yang akan mereka dapatkan dengan biaya yang mereka keluarkan bila mengonsumsi produk pendidikan tersebut. Biaya - biaya tersebut dapat berupa waktu yang harus dikorbankan untuk mendapatkan produk pendidikan, upaya fisik yaitu energi

¹⁰ Fajrini Erinawati dan Afriapollo Syafarudin “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan”, *Jurnal Valuasi*, (Vol. 1, No. 1, 2021), hlm. 130-147.

¹¹ Wahyudi dan Liza Nora, “Pengaruh Kualitas Sekolah dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Word Of Mouth”, *Jurnal MIX*, (Vol. Vii, No. 3, 2017), hlm. 447-464.

yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk pendidikan, beban mental, dan pengorbanan lainnya terkait dengan Panca Indra dalam proses mengonsumsi produk pendidikan seperti suara bising, keadaan suhu ruangan, dan lain sebagainya.¹²

Menurut pernyataan Hadi Priyono selaku ketua Yayasan Kartini Indonesia terkait masalah pendidikan di kabupaten Jepara, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) berdasarkan tingkat pendidikan tergolong rendah. Jika melihat pada data angka partisipasi murni (APM) di Sekolah Dasar (SD) yang di Jepara mencapai 97,02 persen, Sekolah Menengah Pertama (SMP) 78,80 persen, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) 57,70 persen. Angka-angka ini menjadi gambaran secara umum mengenai dunia pendidikan di Jepara. Sehingga bisa dikatakan pendidikan di masyarakat Jepara masih rendah. Hal ini tentunya menjadi ketertarikan tersendiri khususnya dalam lingkup bauran pemasaran jasa pendidikan khususnya pada kualitas produk dan harga produk yang dihadirkan sekolah atau madrasah apakah belum mampu menarik semangat dan minat masyarakat mendapatkan pendidikan.¹³

Madrasah Tsanawiyah (MTs) Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara merupakan lembaga pendidikan formal

¹² Danang Sunyoto dan Fathonah Eka S., “*Manajemen Pemasaran Jasa: Merencanakan, Mengelola, dan Membidik Pasar Jasa*”, (Yogyakarta: CAPS, 2015), hlm. 213.

¹³ Rhobi Shani, “Indeks Pembangunan Manusia di Jepara Hanya 7 Tahun”, <https://nusantara.medcom.id/>, diakses 20 Mei 2022.

swasta pada jenjang Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) sederajat, MTs Miftahul Huda Bulungan menjadi salah satu lembaga pendidikan yang merasakan ketatnya persaingan dalam bidang pendidikan dengan adanya lembaga pendidikan lain setingkat SLTP baik formal maupun non-formal di kecamatan Pakis Aji kabupaten Jepara. Di kecamatan Pakis Aji sendiri terdapat dua SMP Negeri, satu SMP Islam dan enam MTs Swasta. Jika memfokuskan pada MTs Swasta yang ada, berdasarkan data yang dihimpun dari EMIS Kementerian Agama Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, pemilik peserta didik terbanyak adalah MTs Miftahul Huda Bulungan dengan jumlah 415 peserta didik yang masuk dalam 12 kelas, lalu disusul MTs Mambaul Ulum dengan jumlah 320 peserta didik yang masuk dalam 12 kelas, kemudian baru disusul MTs Matholibul Ulum dengan jumlah siswa 141 peserta didik yang masuk dalam 6 kelas, sedangkan MTs lainnya jumlah peserta didik masih di bawah 100.¹⁴ Melihat data ini menjadi nilai tersendiri dalam konteks bauran pemasaran dan menimbulkan pertanyaan bagaimana madrasah yang berada di kecamatan yang sama dapat menarik konsumen dengan jumlah berbeda, tentunya terdapat faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi.

¹⁴ “Progres Pendataan Data Pokok Pendidikan Islam Jenjang Madrasah TAPI.2020/2021 Semester Ganji”, <https://emispendis.go.id/> , diakses 22 Mei 2022.

Dalam data wawancara yang dihimpun peneliti, secara konstan dalam setiap tahun ajaran baru, MTs Miftahul Huda Bulungan dapat menarik peserta didik yang cukup banyak, bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. 1

NO	Tahun Ajaran	Jumlah Pendaftar	
		Siswa	Siswi
1	2019/2020	64	84
2	2020/2021	65	58
3	2021/2022	82	60
Jumlah		211	202

Jumlah peserta didik yang mendaftar di MTs Miftahul Huda Bulungan tentunya bukan tanpa alasan, salah satu faktor yang memungkinkan terjadinya ini adalah citra positif madrasah yang disebarakan kepada masyarakat oleh pelanggan pendidikan yang merasa puas terhadap produk dan harga jasa yang dihadirkan oleh madrasah.¹⁵Dari beberapa teori yang telah dibuktikan dalam berbagai penelitian menunjukkan bahwa produk dan harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Seperti dalam penelitian yang dilakukan rahmat dari Universitas Dian Nusantara Jakarta dengan judul “Analisis Pengaruh Produk, Orang, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid di Sekolah Nisrina Bekasi”. Dalam penelitian ini didapati kesimpulan bahwa

¹⁵ Wawancara dengan Wakil Bidang Tata Usaha MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jeparo, Fascal Firman F., pada tanggal 10 Oktober 2021.

terdapat pengaruh signifikan antara produk dengan kepuasan orang tua sebagai pelanggan pendidikan.¹⁶

Begitu pula pada penelitian yang dilakukan Ezra Hendri Noto dan Lukmanul Hakim dari STIE Totalwin Semarang dengan judul “Analisis Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Jasa Bengkel Alin Motor Semarang)”. Dalam penelitian ini didapatkan kesimpulan harga produk yang terjangkau dan murah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹⁷

Namun dalam beberapa penelitian lain menunjukkan sebaliknya, yaitu kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Seperti dalam penelitian yang dilakukan Ahmad Izzudin dan Muhammad Muhsin dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen”. Dalam penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan

¹⁶ Rahmat “Analisis Pengaruh Produk, Orang dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di Sekolah Nisrina Bekasi”, *Jurnal perspektif Manajerial dan Kewirausahaan*, (Vol. 2 No. 1, 2021), hlm. 1-15.

¹⁷ Ezra Hendri Noto dan Lukmanul Hakim, “Analisis Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Jasa Bengkel Alin Jaya Motor Semarang)”, *Jurnal Among Markati*, (Vol. 9, No. 17, 2016), hlm. 79-93.

konsumen.¹⁸Dari beberapa penelitian di atas menjadi menarik karena terjadi kontradiksi yang mana dalam salah satu penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan namun dalam penelitian lainnya menunjukkan kebalikannya. Hal ini menjadi poin tersendiri dan menjadikan ketertarikan peneliti untuk melaksanakan penelitian pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara”**. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi suatu lembaga pendidikan dalam menyusun pengelolaan strategis kualitas produk dan harga yang lebih terarah, efektif dan efisien guna mencapai kepuasan pelanggan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

¹⁸ Ahmad Izzudin dan Muhammad Muhsin, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, (Vol. 6, No. 1, 2020), hlm. 72-78.

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara ?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara ?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan wali peserta didik di MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap wali kepuasan peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu Manajemen Pendidikan Islam bagi peneliti pada khususnya dan dunia pendidikan Islam pada umumnya tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pendidikan.

b. Secara Praktis

1) Bagi Yayasan

Pihak Yayasan Pendidikan Islam Miftahul Huda (YPIMH) mampu mengembangkan kualitas layanan bagi peserta didik di MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

2) Bagi Madrasah

Pihak madrasah mampu mengembangkan kualitas produk dan menyesuaikan harga bagi peserta didik di MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

3) Bagi Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Para pendidik dan tenaga kependidikan mampu meningkatkan kualitas sumber daya yang ada untuk peningkatan kinerja guna mencapai kepuasan peserta didik dalam memperoleh pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

4) Bagi Wali Peserta Didik

Penelitian ini akan bermanfaat bagi wali peserta didik dalam mengaspirasikan perasaan terhadap tingkat kepuasan kualitas produk dan harga yang diberikan MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

5) Bagi Peneliti

Menambah wawasan keilmuan yang berkenaan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan peserta didik di MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

BAB II

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN WALI PESERTA DIDIK

A. Deskripsi Teori

1. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas

Konsep layanan pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung pada sudut pandang yang digunakan dalam menentukan ciri-ciri dari spesifikasi kualitas. Secara umum ada tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten digunakan antara satu sama lain, yaitu persepsi konsumen, produk atau jasa, dan proses. Untuk produk, ketiga orientasi tersebut hampir dapat dibedakan dengan jelas, namun berbeda untuk jasa, produk dan proses sulit atau mungkin dibedakan dengan jelas bahkan produk dari suatu jasa adalah proses itu sendiri.¹

Terdapat banyak sekali pengertian dan definisi terkait kualitas, dan dari masing-masing definisi ini memiliki maksud yang hampir sama dan bersifat saling melengkapi, pengertian kualitas menurut para ahli yang banyak dikenal antara lain:

Ishikawa (1943) “kualitas untuk memperbaiki kinerja organisasi dengan diagram sebab dan akibat yang digunakan untuk mendiagnosis masalah dalam kualitas”.

¹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, hlm.179

Crosby (1979) “kualitas merupakan kesesuaian dengan kebutuhan yang meliputi ketersediaan, pengiriman, keandalan, pemeliharaan dan efektivitas biaya”.

Deming (1989) “kualitas merupakan segala hal yang bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan sekarang dan di masa mendatang”.

Feigenbaum (1991) “kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi pemasaran, rekayasa, manufaktur, dan pemeliharaan, atau yang disebut dengan konsep kontrol kualitas total organisasi yang luas yang mana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan”.

Standar Nasional Indonesia (SI 19-8402-1991),

kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar”.²

Dari berbagai pengertian dan definisi yang telah disebutkan dapat disimpulkan kualitas adalah segala bentuk aktivitas dan upaya yang dilakukan oleh lembaga dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan guna memenuhi harapan pelanggan.

b. Produk dan Kualitas Produk

Setiap organisasi baik profit maupun non-profit berdiri dengan tujuannya masing-masing, diantaranya

² Dorothea Wahyu Arini, *Manajemen Kualitas*, (Tangerang Selatan, Universitas terbuka, 2020), hlm. 1.5-1.6.

adalah meraih laba, mempertahankan eksistensi, meraih tingkat penjualan yang ditargetkan, mendapatkan pangsa pasar yang spesifik, memberikan pelayanan sosial mengalami pertumbuhan, dan lain sebagainya. Dalam merealisasikan tujuan ini, organisasi atau perusahaan sebagai produsen menghasilkan suatu produk baik bersifat konkret maupun abstrak yang kemudian dipromosikan dan ditawarkan kepada pasar individual atau organisasional. Kualitas, kuantitas dan jenis produk tersebut bergantung pada kompetensi inti, ketersediaan sumber daya, dan kapasitas produksi organisasi.³

Menurut W. J. Stanton, yang disebut produk adalah seperangkat atribut baik yang berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya mengenai warna, harga, nama baik perusahaan, nama baik toko yang menjual, dan pelayanan perusahaan serta pelayanan toko yang menjual yang diterima oleh konsumen guna memuaskan keinginannya.

Sedangkan Kotler mendefinisikan produk sebagai segala hal yang dapat ditawarkan di pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk

³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014) hlm. 104.

ini dapat berupa barang, jasa, event, pengalaman, orang, kepemilikan, tempat, organisasi, ide dan informasi.⁴

Dapat dipahami bahwa produk bukan hanya segala hal yang berbentuk sesuatu yang berwujud saja, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan atau jasa. Semua ditujukan pada pemenuhan kepuasan kebutuhan dan keinginan konsumen dan pelanggan. Jika melihat pada konteks pemasaran jasa pendidikan, produk meliputi fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh sekolah.⁵

Adapun Kotler dan Armstrong mendefinisikan kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang dinyatakan secara jelas maupun tersirat.⁶

Menurut Razak kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dapat dipahami sebagai berikut:

.....It is important to note that the quality of the product is not reviewed by the company standpoint, it is seen from the perspective of the customer. Associated with that, it raised two important factors that affect the quality of the product, namely the expected product quality and

⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* , (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 140.

⁵ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, hlm. 71

⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Marketing an Introducing*, (London: Pearson, 2015), hlm. 253.

the perceived product quality. In details, if the perceived product quality is in line with the expectation, then the customer will perceive the product quality as a good quality and also feel satisfied. Conversely, if the perceived product quality is not as expected, then the quality of the product as the customer perceived is qualified as a bad product quality. Thus, the qualification of both bad and good product depends on the ability of the company to meet the customer expectations.....⁷

Dari kutipan di atas, dipahami bahwa kualitas produk tidak ditinjau dari sudut pandang perusahaan, tetapi dilihat dari sudut pandang pelanggan. Oleh karena itu, dikemukakan dua faktor penting yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu kualitas produk yang diharapkan dan kualitas produk yang dirasakan. Secara rinci, jika kualitas produk yang dirasakan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan memersepsikan kualitas produk sebagai kualitas yang baik dan juga merasa puas. Sebaliknya jika kualitas produk yang dipersepsikan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan pelanggan dikualifikasikan sebagai kualitas produk yang buruk. Dengan demikian, kualitas baik buruknya produk tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan.

⁷ Ismail Razak dkk, "The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value", *Journal of Marketing and Consumer Research* (vol. 30, 2016), 59-68.

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau konsumen.

c. karakteristik Produk Pendidikan

Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan tentunya memiliki produk jasa pendidikan yang ditawarkan pada calon pelanggan, produk pendidikan dari sebuah sekolah atau lembaga pendidikan adalah proses pendidikan atau proses pembelajaran itu sendiri. Menurut Sumarni (2002) dalam Fitria Halim dkk, mengungkapkan bahwa jasa mempunyai empat karakteristik:⁸

- 1) Tidak Berwujud. Jasa merupakan produk yang tidak tampak dan tidak dapat dicicipi sebelum dikonsumsi. Oleh karenanya penjual harus berupaya agar dapat meningkatkan perwujudan jasa dengan cara lebih memperlihatkan manfaat jasa dalam proses penawaran sehingga calon pembeli mempunyai keyakinan penuh terhadap penyedia jasa.
- 2) Tidak dapat dipisahkan atau diwakilkan. Pada kenyataannya, untuk mendapatkan produk jasa pendidikan sering kali konsumen harus berada pada saat jasa tersebut di proses, dengan kata lain

⁸ Fitria Halim dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 20.

konsumen ikut terlibat dalam proses produksi jasa, sehingga antara satu konsumen dan konsumen lain dapat berinteraksi. Sehingga berimplikasi bahwa penyedia jasa merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari suatu jasa.

- 3) Tidak tahan lama. Produk jasa pendidikan tidak dapat disimpan untuk persediaan layaknya produk fisik yang berwujud. Jasa akan mempunyai nilai saat pembeli jasa membutuhkan pelayanan. Oleh karena itu sering permintaan akan suatu jasa bersifat fluktuatif.
- 4) Keanekaragaman. Produk jasa pendidikan sangat bergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan waktu pelayanannya dan dimana tempat produk jasa pendidikan itu diberikan.

Dari empat karakteristik ini, secara implisit dapat disimpulkan bahwa pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud namun dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang mana dalam prosesnya melibatkan interaksi antara penyedia jasa yakni sekolah dengan pengguna jasa yakni peserta didik dan memiliki sifat yang tidak menimbulkan perpindahan hak atau kepemilikan.

d. Aspek – Aspek kualitas Produk pendidikan

Dalam penawaran produk pendidikan yang dilakukan oleh sekolah, terdapat aspek-aspek produk jasa

agar produk pendidikan dapat terjaga kualitasnya, yaitu meliputi:⁹

- 1) Jasa inti (*core service*), yaitu tujuan program pendidikan beserta jumlah mata pelajaran dan isi program pendidikan.
- 2) Tingkat kebaruan (*newness*), yaitu tingkat kebaruan pasar pendidikan serta produk pendidikan pada tingkat yang tinggi dan rendah.
- 3) Kualitas produk (*product quality*), yaitu sikap yang dibentuk oleh tujuan jangka panjang sekolah berupa evaluasi kinerja produk pendidikan.
- 4) Adaptabilitas produk (*product adaptability*), yaitu suatu tingkat bahwa kekhususan produk pendidikan akan diperbarui untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pendidikan.
- 5) Kekhasan produk (*product distinctiveness*), yaitu keunggulan dan keunikan relatif dari produk pendidikan pada waktu berkompetisi.
- 6) Jasa fasilitas (*facilitating services*), yaitu, jasa pendidikan yang bersifat perintah, karena tanpa jasa tersebut produk pendidikan akan runtuh.
- 7) Bukti jasa (*service evidence*), yaitu bagian bukti jasa pendidikan yang memainkan peran penting untuk

⁹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, hlm. 99-100.

memeriksa keberadaan penyelesaian jasa pendidikan.

Aspek-aspek ini merupakan produk jasa inti dalam model penawaran baru pada produk pendidikan, melalui pengembangan produk jasa ini akan membentuk sekolah menjadi entitas penyedia jasa pendidikan sebagai pengembang, siswa sebagai pelanggan utama jasa pendidikan yang menerima manfaat, dan pemerintah dan masyarakat sebagai pengarah kebijakan dan dukungan.

e. Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada makna suatu yang baik, bersih dan murni. sesuatu yang baik dan menyeluruh serta produk yang dikonsumsi yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada produk konsumsi yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah

barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.¹⁰

Allah SWT berfirman dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemah Kemenag 2019

168. Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.¹¹

Al-Quran dalam surat Al-Baqarah ayat 168 di atas menjelaskan bahwa *masalahah* dalam konsumsi barang maupun jasa bisa dicapai dengan memenuhi dua hal, pertama cara mendapatkan dan mengonsumsi melalui jalur yang halal dan *tayyib* (bermanfaat) dan kedua, menghindari perilaku *israf* (berlebihan). Ketika dua hal ini dipenuhi, maka konsumen akan mendapatkan *masalahah* yang maksimal, yang itu artinya bahwa tidak hanya kebutuhan materialnya saja yang diperoleh tetapi juga kebutuhan spiritualnya yang akan mengantarkannya

¹⁰ Veithzal Rivai Zainal dkk, Islamic Business Management Praktik Manajemen Bisnis yang sesuai Syariah Islam (Yogyakarta: BPFE, 2014), 380.

¹¹ Al-Quran Al-Karim, Surat Al-Baqarah Ayat 168 Juz 2, (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019).

pada kebahagiaan di dunia dan kemuliaan yang abadi di kehidupan akhirat.¹²

f. Indikator – Indikator Kualitas Produk Pendidikan

Dalam mempertahankan keunggulan lembaga pendidikan dari kompetitor – kompetitornya dalam pasar jasa yang serupa, lembaga pendidikan harus memahami aspek dimensi apa saja yang diperlukan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual oleh lembaga tersebut dengan produk pesaing.

Menurut Tjiptono, kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Kualitas produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Tjiptono sendiri mengemukakan kualitas produk atau jasa memiliki beberapa indikator :¹³

- 1) Kinerja (Performance), merupakan karakteristik operasi dan produk inti yang dibeli.
- 2) Ciri – ciri atau keistimewaan (Features), merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dari produk pendidikan.

¹² Firman Setiawan, “Konsep Masalah (Utility) dalam al-Qur’an Surat al-Baqarah ayat 168 dan Surat al-A’raf ayat 31”, *Journal Trunojoyo*, (Vo. 1, No. 2, 2014) 2-17.

¹³ Nel Arianty, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis UMSU*, (Vol. 16, No. 2, 2015), hlm. 68-81.

- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specification), merupakan sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 4) Keandalan (Reliability), merupakan kemungkinan kecil produk atau jasa gagal dipakai atau dikonsumsi.
- 5) Daya tahan (Durability), merupakan hal yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- 6) Estetika (Aesthetics), merupakan daya tarik produk terhadap Panca indra pelanggan.
- 7) Kualitas yang dipersiapkan (Perceived Quality), persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan produk jasa.

2. Harga

a. Pengertian Harga

Kotler dan Keller mendefinisikan harga sebagai salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga juga mengomunikasikan posisi nilai yang diinginkan perusahaan dari produk dan mereknya.¹⁴ Sedangkan Kotler dan Armstrong dalam literatur lain mendefinisikan harga dalam arti yang lebih sempit yaitu

¹⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, hlm. 207

jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Secara historis harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli. Namun, dalam beberapa dekade terakhir, faktor non-harga menjadi semakin penting. Meski begitu, harga tetap menjadi salah satu elemen penting yang menentukan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan elemen lainnya mewakili biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti elemen produk dan komitmen saluran, harga dapat berubah atau diubah dengan cepat.¹⁵

Harga adalah komponen yang sangat penting dari definisi bauran pemasaran. Harga merupakan komponen yang sangat penting dari rencana pemasaran karena ini menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Sehingga bisa dikatakan harga merupakan area yang sensitif. Harga menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan lebih fokus daripada atribut lain

¹⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles Of Marketing*, (London: Pearson, 2018), hlm. 308.

ketika membuat keputusan pembelian. Harga menjadi salah satu ukuran utama kualitas, khususnya industri jasa dimana tidak ada isyarat yang jelas untuk mengukur kualitas produk jasa. Harga menjadi variabel yang paling mudah diubah dari bauran pemasaran, namun yang paling sulit untuk diterapkan.¹⁶

b. Tujuan Penetapan Harga

Kegiatan penetapan harga memerankan penting dalam proses bauran pemasaran pendidikan, penetapan harga berkaitan langsung dengan pendapatan yang diterima oleh lembaga pendidikan. Keputusan penetapan harga menjadi faktor penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah produk jasa dinilai pelanggan juga dalam proses pembangunan citra sekolah. Penentuan harga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas.¹⁷

Harga jasa pendidikan ditentukan berdasarkan biaya pendidikan yang berkaitan dengan aktivitas untuk menghasilkan, menyampaikan dan memasarkan produk pendidikan. Sebagai pemasar jasa pendidikan hendaknya menentukan harga jasa pendidikan yang tepat untuk menutup seluruh biaya pendidikan agar mampu menghasilkan dan memasarkan jasa pendidikan. Pada umumnya pelanggan pendidikan tidak tertarik pada biaya

¹⁶ Fitria Halim dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm. 58

¹⁷ Danang Sunyoto dan Fathonah E. S., *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm. 212

pendidikan yang dihasilkan sekolah agar bisa menghasilkan jasa pendidikan, tetapi mereka tertarik pada hubungan antara harga jasa pendidikan yang dikeluarkan dengan nilai jasa pendidikan yang didapatkan.¹⁸

Menurut Jing Zeng penetapan harga yang sesuai memiliki dampak pada pemenuhan kebutuhan konsumen oleh perusahaan sebagaimana kutipan di bawah ini:

*.....the use of dynamic pricing methods for pricing in revenue management can help companies accurately predict consumer demand. Companies quantify their needs every day, which is conducive to the company's resource allocation and optimal asset allocation. By dynamically adjusting product price fluctuations, a lever that can adjust the relationship between supply and demand is formed. Prices will affect consumer demand.....*¹⁹

Dari kutipan di atas dapat dipahami bahwa penggunaan metode penetapan harga yang baik dalam manajemen pemasaran dapat membantu perusahaan memprediksi permintaan konsumen secara akurat. Dengan menyesuaikan fluktuasi harga produk secara tepat, maka perusahaan dapat dengan mudah menyesuaikan hubungan antara penawaran dan

¹⁸ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, hlm. 115.

¹⁹ Jing Zeng dan Ling lin, "Dynamic Pricing Model of Service-Oriented Educational Products Based on Revenue Management", *Hindawi Journal*, (Vol.2022), hlm. 1-13

permintaan terbentuk. Harga akan mempengaruhi permintaan konsumen. Pada saat yang sama, harga juga memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan mendorong permintaan dengan memanipulasi harga dalam jangka pendek.

Menurut Adrian Payne dalam Sunyoto dan Susanti, dalam penentuan harga jasa terdapat enam tujuan yang harus dipenuhi:²⁰

- 1) Bertahan, merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika lembaga sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup lembaga.
- 2) Memaksimalkan laba, merupakan penentuan harga yang bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.
- 3) Memaksimalkan penjualan, merupakan penentuan harga yang bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang boleh dikatakan merugikan.
- 4) Prestis, merupakan tujuan penentuan harga yang digunakan untuk memosisikan jasa lembaga tersebut sebagai jasa yang eksklusif.

²⁰ Danang Sunyoto dan Fathonah S. E., *Manajemen Pemasaran Jasa*. Hlm. 215.

5) Pengembalian dan investasi atau Return Of Investment (ROI), merupakan tujuan penentuan harga yang didasarkan atas pencapaian investasi yang diinginkan.

c. Harga Dalam Perspektif Islam

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip dalam pemasaran adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dan pembeli dalam mempertahankan barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang atau jasa yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang atau jasa tersebut dari penjual.

Dalam Hadist Rasulullah yang diriwayatkan oleh Anas bin Malik berkaitan dengan penetapan harga, sebagai berikut:²¹

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ، قَالَ غَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ . صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ . فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَتِّرْ لَنَا . فَقَالَ " إِنَّ اللَّهَ هُوَ

²¹ Supriadi Muslimin dan Zainab, Wardah Jafar, "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam", *Journal Al-Azhar*, (Vol. 2, No. 1, 2020), hlm. 1-11.

المُسْعِرُ الْقَائِضُ الْبَاسِطُ الرَّارِقُ إِنِّي لِأَرْجُو أَنَّ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي
بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Takhrij hadis :Abu Dawud, Attirmidzi, Ibnu Majah dan Imam Ahmad

”Pernah (terjadi) kenaikan harga di Madinah zaman Rasulullah SAW, kemudian orang-orang berkata, “Ya Rasulullah, telah naik harga, karena itu tetapkanlah harga bagi kami”. Rasulullah bersabda, sesungguhnya Allah itu penetap harga, yang menahan, yang melepas, yang memberi rezeki dan sesungguhnya aku berharap bertemu Allah SWT di dalam keadaan tidak seorang pun dari kamu menuntut aku lantaran menzalimi di jiwa atau di harga”.²²

Hadist di atas menjelaskan larangan menetapkan harga jual produk atau jasa pada pasar, karena apabila harga ditetapkan terlalu mahal atau terlalu murah maka akan ada salah satu pihak dirugikan. Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan *Maqashid al-Syariah*, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Dijelaskan jika Rasulullah saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu, dengan dalih *Maqashid al-Syariah*, penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi mafsadah atau kerusakan yang terjadi di lapangan).

²² Sunan Ibnu Majah, Hadist No.2200, (Maktabah Syamilah).

d. Indikator - Indikator Harga

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya baik berupa barang atau jasa yang ditukarkan agar bisa memperoleh hak kepemilikan atas kegunaan atau manfaat dari suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dan Amstrong ada empat indikator yang mencirikan harga:²³

- 1) Terjangkaunya harga, merupakan momen dimana harga yang ditawarkan oleh sebuah organisasi mampu menjangkau target pasarnya atau seluruh kalangan pelanggan, mulai dari kalangan atas sampai bawah.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, merupakan suatu mutu produk yang sangat sesuai dengan harga yang dipasarkan oleh sebuah organisasi.
- 3) Daya saing harga, merupakan harga yang ditetapkan oleh sebuah organisasi atau lembaga mungkin sangat berbeda dengan organisasi lain yang menjual produk jasa yang sama.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapat, merupakan suatu harga produk atau jasa bergantung bagaimana manfaat dari produk jasa tersebut kepada pelanggan apabila pelanggan membelinya.

²³ Akrim Ashal Lubis, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis UMSU*, (Vol. 16, No. 2, 2015), hlm. 1-11.

3. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah lembaga atau perusahaan pada dasarnya bertujuan pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan dari mengonsumsi produk atau jasa. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.²⁴ Menurut Richard Oliver, kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction) adalah respons pemenuhan dari konsumen atau tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Kepuasan merupakan hasil penelitian dari konsumen bahwa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana pemenuhan kebutuhan ini bisa lebih atau kurang.²⁵

Menurut Bodaghi, kepuasan pelanggan memiliki dampak positif terhadap strategi pemasaran perusahaan.²⁶

²⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, : Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salmba Empat, 2014), hlm. 28.

²⁵ Dadang Syafarudin, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari, 2018), hlm. 163.

²⁶ Hossein Bodaghi K. N dan Reza Rostamzadeh, "The Impact Of Customer Satisfaction, Customer Experience And Customer Loyalty On Brand Power: Empirical Evidence From Hotel Industry", *Journal of*

..Customer satisfaction is a business philosophy showing the responsibility and ability to meet customers' needs, managing and forecasting their expectations, and highlights the importance of creating value for them . Customer Satisfaction may be defined as an individual's perception either discontent or pleasure by comparing the perceived performance of a product with respect to one's expectations. customer satisfaction metrics provide information for hotel managers which is necessary to understand and identify the real needs and requirements of customers, so they can have high value for improving this understanding...

Dari kutipan di atas dipahami bahwa kepuasan pelanggan memiliki artian sebagai persepsi individu baik ketidakpuasan atau kesenangan dengan membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk. Kepuasan pelanggan menjadi penting karena memberikan informasi yang diperlukan bagi manajer pemasaran untuk memahami dan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan nyata pelanggan, sehingga manajer dapat memiliki strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan untuk jangka waktu selanjutnya.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi awal dari kinerja aktual jasa layanan yang dipersiapkan setelah produk jasa atau layanan dan pengalaman hendaknya sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan

dapat terpenuhi melalui kualitas produk yang baik dan beberapa faktor termasuk didalam-Nya yaitu keadaan saat mengonsumsi. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan dari suatu badan usaha. Perusahaan yang unggul adalah perusahaan yang berhasil memuaskan dan menyenangkan pelanggan mereka. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi, masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas tenaga kerja. Kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk mendapatkan laba dan keuntungan dimasa depan.²⁷

b. Faktor Mempengaruhi Kepuasan pelanggan

Menurut Lupiyadi yang dikutip oleh Dadang Syafarrudin, mengemukakan bahwa konsumen dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk jasa yang diterima mengacu pada lima faktor, antara lain:

- 1) Kualitas produk jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila produk jasa yang mereka gunakan berkualitas, persepsi konsumen terhadap kualitas produk atau jasa dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan kualitas produk jasa yang sesungguhnya

²⁷ Fitria Halim dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm. 157.

dan komunikasi lembaga atau perusahaan terutama iklan yang dipromosikan.

- 2) Kualitas pelayanan, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan hanya karena kualitas dari produk tetapi lingkungan sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetap dengan harga yang lebih murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggan.
- 5) Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk jasa tersebut.

c. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam

kepuasan konsumen menurut ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan, dan kehalalan. Kepuasan pelanggan dengan layanan inti dalam konteks pemasaran

Islam, dikonseptualisasikan melalui tiga indikator yaitu sikap lemah lembut, murah hati, dan mengutamakan pelanggan.²⁸

Allah SWT berfirman dalam Al-Quran dalam surat Al-Imran ayat 159, sebagaimana berikut:

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemah Kemenag 2019

159. Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.²⁹

Ayat tersebut di atas memberikan gambaran bahwa sikap lemah lembut atau sikap yang baik merupakan faktor penting dalam memberikan layanan sepenuhnya,

²⁸ Moh Nasuka, “Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Layanan Inti”, *Jurnal Syari’ah dan Hukum Diktum*, (Vol. 15, No.2, 2017), hlm. 191-205.

²⁹ Al-Quran Al-Karim, Surat Al-Imran Ayat 159 Juz 4, (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019).

agar pelanggan merasa memperoleh kepuasan sesuai yang diharapkan bahkan bisa melebihi harapan.

d. Strategi Mencapai Kepuasan Pelanggan

Banyak manfaat bagi perusahaan jasa dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, dimana akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran. Perusahaan jasa mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Menurut Kotler, pencapaian kepuasan pelanggan ditinjau melalui kualitas produk jasa dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan berikut ini:³⁰

- 1) Memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak perusahaan dengan pelanggan.
- 2) Lembaga pendidikan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pemberian layanan pendidikan. Termasuk di dalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.

³⁰ Rambat Lupioyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, hlm. 228.

- 3) Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan terhadap lembaga pendidikan.
- 4) Mengembangkan dan menerapkan *partnership accountable*, *partnership marketing* dan proaktif sesuai dengan situasi pemasaran jasa pendidikan.

e. Indikator Kepuasan Pelanggan

Dalam dunia pendidikan, peserta didik merupakan bagian dari bauran pemasaran produk pendidikan. Kepuasan pelanggan pendidikan merupakan suatu sikap positif pelanggan terhadap pelayanan proses belajar mengajar yang dihadirkan oleh lembaga pendidikan karena adanya kesesuaian antara apa yang diharapkan dan dibutuhkan dengan kenyataan yang diterimanya. Menurut Garbariono dan Jhonson, Anderson dan Naurus, Gervin dalam Tjiptono, indikator dari kepuasan pelanggan pendidikan diantara-Nya:³¹

- 1) Senang, artinya pelanggan pendidikan yang puas akan menunjukkan rasa senang terhadap apa yang telah diberikan sekolah.
- 2) *Share positive information*, artinya siswa yang puas akan berbagi informasi positif, seperti merekomendasikan sekolah sebagai tempat menimbal

³¹ Ai Hilyatul Halimah dan Munir, "Pengaruh Mutu Layanan Guru dan Biaya Pribadi Terhadap Kepuasan Siswa Pada SMP Swasta Se-Kota Tasikmalaya", *Jurnal Administrasi Pendidikan*, (Vol. 17, No. 1, 2013), hlm. 40-50.

ilmu serta menceritakan keunggulan sekolah kepada kerabat.

- 3) Tidak komplain, artinya tidak ada keluhan yang berarti terhadap apa yang telah diberikan oleh sekolah.

B. Kajian Pustaka Relevan

Dalam penelitian skripsi ini, peneliti akan menjelaskan ini skripsi dengan menyampaikan beberapa kajian penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan judul skripsi ini yang antara lain sebagai berikut:

1. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Deni Hamdani dengan judul “Pengaruh Produk, Biaya dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah (Studi Kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama Kab. Bandung)”. Dasar dari penelitian ini adalah penerimaan siswa baru yang turun naik, terdapat data survei awal produk, harga dan keputusan memilih sekolah termasuk kategori baik di SMK Mahaputra Cerdas Utama. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan lokasi terhadap keputusan siswa memilih SMK Mahaputra Cerdas Utama. Materi dan metode : Fungsi pemasaran dalam pendidikan adalah membentuk citra baik terhadap lembaga, dalam rangka menarik minat sejumlah calon siswa, bauran pemasaran jasa pada lembaga pendidikan adalah elemen-elemen organisasi pendidikan yang dapat dikontrol oleh organisasi dalam melakukan komunikasi dengan peserta

didik dan akan dipakai untuk memuaskan peserta didik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan 142 responden sebagai sampel dengan teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang memuat pernyataan yang harus dipilih oleh responden dokumentasi berupa data siswa selama 3 tahun terakhir dan pengamatan terhadap kondisi sekolah, setelah data terkumpul dilakukan teknik analisis regresi linier berganda dan untuk menguji hipotesis digunakan uji F dan uji t . Kesimpulan Pada penelitian yakni, menunjukkan secara simultan produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan siswa sebesar 57% dimana pengaruh tersebut positif dan signifikan. Secara parsial produk, harga dan lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah menambah variabel independen dalam model penelitian sehingga dapat diperoleh hasil penelitian terkait dengan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih yaitu variabel citra sekolah, lingkungan keluarga.³²

Penelitian Deni Hamdani memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu tentang kualitas produk dan harga, namun dalam penelitian Dani Hamdani

³² Deni Hamdani, “Pengaruh Produk, Biaya dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah (Studi kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama di Kabupaten Bandung)”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, (Vol. 13, No. 2, 2021), hlm. 15-22.

terdapat satu Variabel *X* tambahan berupa lokasi dan memiliki fokus Variabel *Y* keputusan memilih sekolah, adapun penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti fokus pada mencari tahu pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan peserta didik.

2. Skripsi penelitian yang ditulis oleh Zulfah Atiqotur Rohmah dengan judul “Pengaruh Produk Dan Harga Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal ”. penelitian ini membahas pengaruh produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di *SMK Muhammadiyah 3 Weleri*. Jenis penelitian ini dalam kategori penelitian kuantitatif lapangan dengan menggunakan metode survei. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah siswa siswi kelas XI dari *SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal*. Pengambilan sampel berjumlah 208 siswa dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen berupa angket. Sebelum digunakan untuk mendapatkan data yang obyektif, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas angket. Setelah data terkumpul dari angket, kemudian data diolah dan dianalisis menggunakan metode korelasi dan teknik analisis regresi linier berganda dua prediktor. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh secara bersama-

sama produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri, hal ini dibuktikan dari pengujian secara statistik menunjukkan bahwa pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri dinilai sudah cukup baik oleh siswa siswi SMK Muhammadiyah 3 Weleri dan berada pada interval 40 - 44 dengan nilai rata-rata 43,11. Hubungan produk dan harga jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah diperoleh nilai korelasi sebesar $r = 0,728$ nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat dan positif. Serta sumbangan relatif yang diberikan secara simultan sebesar 52,9%. Dari tabel perbandingan t_{hitung} produk dan harga jasa pendidikan $> t_{tabel}$ ($115,697 > 3,89$) dengan nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hasil yang signifikan antara produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Semakin berkualitas produk dan harga jasa pendidikan yang ditawarkan oleh SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan semakin besar/baik.³³

³³ Zulfah Atiqotur Rohmah, “Pengaruh Produk dan Harga Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal”, *Skripsi*, (Semarang: FITK UIN Walisongo, 2019).

Penelitian Zulfah Atiqotur Rohmah memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu tentang pengaruh produk dan harga jasa pendidikan, akan tetapi dalam penelitian Zulfah Atiqotur Rohmah memiliki fokus variabel *Y* keputusan memilih sekolah sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada kepuasan peserta didik.

3. Skripsi penelitian yang dilakukan oleh Ghandi Abiyoga dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE Indonesia Banking School”. Penelitian ini dilatar belakangi oleh pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia menuntut adanya perguruan tinggi yang tidak hanya dapat menampung mahasiswa tetapi juga dapat memberikan kualitas pendidikan yang baik kepada mahasiswanya. Untuk memberikan kepuasan pelanggan, lembaga pendidikan dapat melalui berbagai pendekatan seperti kualitas produk, harga, dan kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara empiris pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun objek penelitian ini adalah siswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School. Ada tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebasnya adalah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Variabel terikat adalah kepuasan pelanggan. Sampel diperoleh dari

sampel 250 mahasiswa STIE Indonesia Banking School dalam penelitian ini. Metode statistik yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi berganda dan uji asumsi klasik. Dengan skala interval 1-5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji *R square* menunjukkan bahwa semua variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat sebesar 41,6%. Harga berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Saran dari penelitian ini adalah STIE Indonesia Banking School perlu menyesuaikan harga dengan kualitas layanan yang diberikan melalui penelitian lebih lanjut.³⁴

Penelitian Ghandi Abiyoga memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai pengaruh kualitas produk dan harga. Namun dalam penelitian Ghandi Abiyoga terdapat satu Variabel *X* tambahan berupa kualitas layanan dan memiliki fokus Variabel *Y* keputusan kepuasan mahasiswa, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada kepuasan peserta didik sekolah menengah.

³⁴ Ghandi Abiyoga, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE Indonesia Banking School Tahun Akademik 2012//2013", *Skripsi*, (Jakarta: STIE Indonesia Banking School, 2013).

C. Rumusan Hipotesis

Menurut Agus Purwanto, Hipotesis adalah tuduhan atau pernyataan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih belum tentu benar atau lemah sehingga harus diuji secara empiris. Hipotesis adalah pertanyaan yang melatar belakangi seseorang melakukan penelitian. Dalam melaksanakan penelitian diperlukan hipotesis yang benar, peneliti dapat menentukan teknik dalam menguji hipotesis yang ada.³⁵

Untuk sementara, hipotesis ini dianggap paling mendekati kebenaran. Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

H₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

H₃: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan peserta didik di MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

³⁵ Kristia Yuliawan, "Pealtihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif", *Jurnal Membangun Negeri*, (Vol. 5, No. 1, 2021), hlm. 43-50.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif. penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data penampilan data. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisis pada data numerik (angka) yang kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai.¹

Penelitian deskriptif memiliki tujuan menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab sebabnya dari suatu gejala tertentu. Atau dengan kata lain penelitian deskriptif bertujuan menjawab pertanyaan tentang suatu proses penelitian yang sedang berlangsung. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan silang atau disebut *Cross-Sectional*, yaitu desain sebuah penelitian yang berusaha merekam atau mencatat suatu fenomena dari sejumlah subjek secara bersamaan dan dalam waktu relatif singkat.²

¹ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Grup, 2020), hlm. 238.

² Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jember, STAIN Jember Press, 2013), hlm. 18 & 148.

Adapun pengumpulan data menggunakan kuesioner, kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.³

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, diambil lokasi penelitian di MTs Miftahul Huda Bulungan, adapun alamat lengkapnya yaitu Jalan Masjid Induk No. 3. Randu Gede, Bulungan, Pakis Aji Jepara, Jawa Tengah, Kode Pos 59456. Adapun waktu penelitian dilaksanakan dalam rentang waktu mulai 7 sampai 14 Juni 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan sasaran yang akan diteliti oleh peneliti dan pada populasi itulah nanti hasil penelitian diberlakukan. Populasi merupakan kumpulan unit yang akan diteliti ciri-ciri (karakteristik) -nya.⁴ Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah Wali peserta didik kelas tujuh (VII) dan delapan (VIII) di MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara yang memiliki total jumlah sebanyak 259 populasi peserta didik.

³ Maruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), hlm. 248.

⁴ Maruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm. 226.

Dipilihnya kelas tujuh dan delapan namun mengecualikan wali peserta didik kelas sembilan (IX) dikarenakan waktu penelitian dilaksanakan, peserta didik kelas sembilan telah berstatus lulus sekolah sehingga sulit dihubungi dan dimintai kerja sama. Atas saran kepala sekolah selaku pemberi izin tempat penelitian maka kelas sembilan dikecualikan dari bagian populasi agar memudahkan peneliti dalam mendapatkan data yang konkret, sampel yang seimbang, dan sesuai dengan keadaan di lapangan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. Peneliti menggunakan teknik sampling, yaitu cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya., dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Probability Sampling* berupa *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik ini digunakan apabila populasi heterogen atau terdiri atas kelompok-kelompok bertingkat secara proporsional serta penentuan tingkat berdasarkan karakteristik tertentu.⁵ Oleh karena itu , dalam penelitian ini akan diambil dari peserta

⁵ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, hlm. 365.

didik per kelas (VII = 142 dan VIII = 117). Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5% sebagaimana berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{259}{1 + (259)(0,05)}$$
$$n = 157$$

Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% maka diperoleh jumlah sampel 157 responden. Dengan demikian masing-masing sampel untuk setiap kelas harus proporsional yang sesuai dengan populasi. Jadi jumlah sampel masing-masing kelas sebagai berikut:

$$Kelas VII = \frac{142}{259} \times 157 = 86$$

$$Kelas VIII = \frac{117}{259} \times 157 = 70$$

Dengan jumlah total populasi 259 peserta didik dan diambil 157 sampel kemudian dibagi menjadi dua kelas maka ditemukan 86 sampel bagi kelas tujuh (VII) dan 70 sampel bagi kelas delapan (VIII).

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel merupakan atribut sekaligus objek yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Komponen dimaksud penting

dalam menarik kesimpulan atau inferensi suatu penelitian. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:⁶

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk pendidikan (X_1) dan harga (X_2).

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen atau disebut variabel *output*, kriteria, konsekuen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan wali peserta didik.

3. Indikator Variabel

Tabel 3. 1

No.	Variabel	Indikator	No. Item
1	Produk	1. Kinerja	1 & 2
		2. Keistimewaan	3
		3. Sesuai Dengan Spesifikasi	4 & 5
		4. Keandalan	6
		5. Daya Tahan	7
		6. Estetika	8 & 9
		7. Kualitas Yang Dipersiapkan	10
2	Harga	1. Harga Terjangkau	11 &

⁶ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 50.

			12
		2. Harga Sesuai Dengan Produk	13
		3. Harga Bersaing Dengan Sekolah Lain	14 & 15
		4. Harga Sesuai Dengan Manfaat Yang Didapat	16
3	Kepuasan Wali Peserta Didik	1. Senang	17 & 18
		2. Menyebarkan Informasi Positif	19 & 20
		3. Tidak Komplain	21 & 22

E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar. Untuk mendapatkan data-data yang mendukung keberhasilan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket).

Angket (kuesioner) merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden tentang pribadinya atau hal-hal lain yang diketahuinya. Alat (instrumen) pengumpul datanya disebut angket, dan sumber datanya berupa orang disebut dengan istilah responden.⁷ Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan daftar

⁷ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. hlm. 184.

periksa untuk mengukur skala penilaian. Perangkat ini membantu menyederhanakan dan mengukur perilaku dan sikap responden. Peneliti sebagai penyurvei hanya memeriksa apakah item dalam daftar diamati, hadir atau benar atau sebaliknya.⁸

Metode angket ini digunakan untuk mendapatkan data jawaban peserta didik tentang variabel pengaruh satu yaitu kualitas produk pendidikan (X_1) dan variabel pengaruh dua yaitu harga (X_2) serta variabel terpengaruhnya yaitu kepuasan wali peserta didik (Y) di MTs Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara.

Bobot penilaian jawaban responden dalam kuesioner ini dibuat dengan skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam menggunakan skala Likert responden diminta untuk menyatakan sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju. Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah sebagaimana berikut:⁹

⁸ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, hlm. 406.

⁹ Maruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm. 283-184.

Tabel. 3. 2

Poin	1	2	3	4	5
	●	●	●	●	●
Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Pengujian instrumen perlu dilakukan karena proses pengumpulan data memerlukan waktu, tenaga, dan biaya yang besar, sedangkan data yang diperoleh belum tentu berguna karena kuesioner yang digunakan tidak memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi atau memenuhi standar. Untuk menangani hal ini. Sebelum data diolah lebih lanjut, diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas sebagai uji kesungguhan jawaban dari responden. Melalui pengujian validitas reliabilitas alat ukur, maka hasil penelitian dapat dinyatakan sah.¹⁰

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Product Moment Pearson* dengan alat bantu program SPSS versi 25.0 dengan pedoman :

- Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka butir soal tersebut dikatakan valid

¹⁰ Maruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm. 257-258.

- jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir soal tersebut dikatakan tidak valid.

Instrumen penelitian diujikan kepada 157 wali siswa (responden) dengan tingkat kepercayaan 95% atau nilai α 0,05, derajat kebebasan (dk) = $157 - 2 = 155$ maka didapat nilai $r_{tabel} = 0,156$ dengan memberikan 22 butir pernyataan, dibagi menjadi 3 variabel utama yaitu kualitas produk pendidikan (X1) ada 10 pernyataan, variabel harga pendidikan (X2) ada 6 pernyataan dan kepuasan wali peserta didik (Y) ada 6 pernyataan. Hasil uji validitas data yang diujikan adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

- 1) Uji validitas isi instrumen variabel kualitas produk (X1)

Tabel 3.3

Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X1)

No. Item Pertanyaan	r_{xy}	N=30, r_{tabel} 0,05 (95%)	Keterangan
1	0,852	0,156	Valid
2	0,831		Valid
3	0,872		Valid
4	0,835		Valid
5	0,851		Valid
6	0,823		Valid
7	0,840		Valid
8	0,861		Valid
9	0,854		Valid

10	0,786		Valid
----	-------	--	-------

Hasil di atas dapat di analisa bahwa item pernyataan no. 1 jika dikorelasikan dengan skor total mendapatkan nilai sebesar 0,852. Apabila dikonsultasikan dengan harga *r tabel* dengan n=157 dan signifikan 5% (0,156) maka untuk pernyataan no. 1 lebih besar dari harga *r tabel* sehingga item pernyataan no. 1 dapat dinyatakan valid. Untuk item selanjutnya seperti keterangan di atas.

2) Uji validitas isi instrumen variabel harga (X2)

Tabel 3.4

Validitas Instrumen Variabel Harga (X2)

No. Item Pertanyaan	r_{xy}	N=30, r_{tabel} 0,05 (95%)	Keterangan
1	0,849	0,156	Valid
2	0,799		Valid
3	0,876		Valid
4	0,844		Valid
5	0,868		Valid
6	0,910		Valid

Hasil di atas dapat di analisa bahwa item pernyataan no. 1 jika dikorelasikan dengan skor total mendapatkan nilai sebesar 0,849. Apabila dikonsultasikan dengan harga *r tabel* dengan n=157 dan signifikan 5% (0,156) maka untuk pernyataan no. 1 lebih besar dari harga *r tabel* sehingga item

pernyataan no. 1 dapat dinyatakan valid. Untuk item selanjutnya seperti keterangan di atas.

- 3) Uji validitas isi instrumen variabel kepuasan wali peserta didik (Y)

Tabel 3.5
Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Wali
Peserta Didik (Y)

No. Item Pertanyaan	r_{xy}	N=30, r_{tabel} 0,05 (95%)	Keterangan
1	0,812	0,156	Valid
2	0,862		Valid
3	0,785		Valid
4	0,803		Valid
5	0,781		Valid
6	0,815		Valid

Hasil di atas dapat di analisa bahwa item pernyataan no. 1 jika dikorelasikan dengan skor total mendapatkan nilai sebesar 0,812. Apabila dikonsultasikan dengan harga r_{tabel} dengan $n=30$ dan signifikan 5% (0,156) maka untuk pernyataan no. 1 lebih besar dari harga r_{tabel} sehingga item pernyataan no. 1 dapat dinyatakan valid. Untuk item selanjutnya seperti keterangan di atas.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama, setiap alat pengukur seharusnya memiliki

kemampuan memberikan hasil pengukuran yang konsisten.¹¹ Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini akan digunakan *formula Cronbach Alpha*.

Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus alpha, uji signifikan dilakukan pada taraf signifikan 0,05 kesalahan 5%. Hasil yang diperoleh dikonsultasikan dengan harga r tabel product moment dengan taraf signifikan 5%. Jika r alpha positif atau $>$ dari r tabel maka pertanyaan reliabel. Jika r alpha negatif atau $<$ dari r tabel maka pertanyaan tidak reliabel. Instrumen diujikan pada 157 wali siswa (responden) maka untuk taraf signifikan atau r tabel sebesar 0,156. Adapun hasil reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.6

Tabel Reliabilitas Instrumen

Variabel	r_{xy}	N=30, r_{tabel} 0,05 (95%)	Keterangan
Kualitas Produk Pendidikan (X1)	0,954	0,156	Reliabel
Harga pendidikan (X2)	0,927		Reliabel
Kepuasan Wali Peserta Didik (Y)	0,894		Reliabel

¹¹ Maruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm. 260.

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai koefisien reliabilitas angket Kualitas produk Pendidikan (X1) sebesar 0,954, Harga Pendidikan (X2) sebesar 0,927, Kepuasan Wali Peserta Didik (Y) 0,894. Berdasarkan nilai koefisien reliabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten sehingga dapat digunakan sebagai instrumen.

Kemudian untuk mengetahui *alpha coefficient*, Rentangan nilai koefisien alpha berkisar antara 0 (tanpa reliabilitas) sampai dengan 1 (reliabilitas sempurna). Untuk lebih mudahnya lihat tabel berikut:¹²

Tabel 3.7

Tabel Kriteria Reliabilitas Tes

No.	Koefisien	Kategori
1	0	Tidak memiliki reliabilitas (<i>No reliability</i>)
2	≥ 0.70	Reliabilitas yang dapat diterima (<i>Acceptable</i>)
3	≥ 0.80	Reliabilitas yang baik (<i>Good</i>)
4	≥ 0.90	Reliabilitas yang sangat baik (<i>Excellent</i>)
5	1	Reliabilitas sempurna (<i>Perfect</i>)

Melihat hasil uji di atas, diketahui bahwa reliabilitas variabel kualitas produk pendidikan (X1) sebesar 0,954 atau berada pada koefisien ≥ 0.90 yang

¹² Dyah Budiastuti dan Agustinus Bandu, *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2018), hlm.211.

berarti reliabilitas X1 masuk dalam kategori sangat baik (excellent). reliabilitas variabel harga jasa pendidikan (X2) sebesar 0,927 atau berada pada koefisien ≥ 0.90 yang berarti reliabilitas X2 masuk dalam kategori sangat baik (excellent). Adapun reliabilitas variabel kepuasan wali peserta didik (Y) sebesar 0,894 atau berada pada koefisien ≥ 0.80 yang berarti reliabilitas X2 masuk dalam kategori baik (good).

2. Uji Asumsi Klasik

Suatu analisis penelitian yang kuat yang dapat menganalisis banyak variabel secara bersamaan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kompleks adalah dengan regresi. Pada dasarnya kita bisa mempercayai hasilnya jika telah memenuhi Ordinary Least Square (OLS). Uji Asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear OLS terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Jadi Regresi OLS itu mengasumsikan terdapatnya hubungan linier antara kedua variabel.¹³

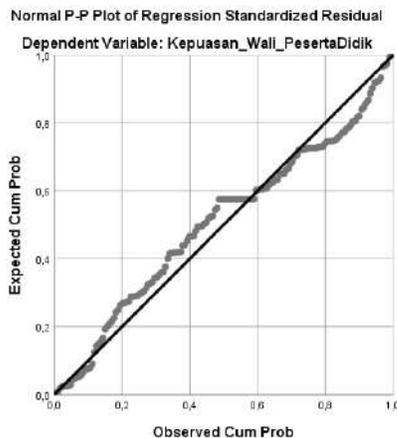
1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi

¹³ Gun Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda", *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, (Vol. 14, No. 3, 2020), hlm. 333-341.

normal baik secara multivariat maupun univariat. Uji normalitas bertujuan juga untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang terdistribusi normal. Normalnya distribusi sebuah data merupakan suatu keharusan yang mesti terpenuhi ketika kita hendak melakukan analisis statistik para metrik.¹⁴ Dalam penelitian ini menggunakan uji normal probability plot atau ada pula yang menyebutnya dengan nama uji P-Plot merupakan salah satu alternatif yang cukup efektif untuk mendeteksi apakah model regresi yang akan di analisis dalam sebuah penelitian terdistribusi normal atau tidak. Teknik dalam uji normalitas ini, dilakukan pada nilai residual dalam model regresi dan bukan untuk masing-masing data variabel penelitian.

Gambar 3.1



¹⁴ Maruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm. 322.

Dengan melihat tampilan grafik terlihat titik-titik menyebarkan di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi standar asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji Multikolinearitas dirancang untuk menentukan apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel independen hubungan antara variabel independen dan variabel dependen terganggu. Pendekatan statistik yang digunakan untuk menguji gangguan Multikolinearitas dalam penelitian ini adalah Variance Inflation Factor (VIF). Adapun kriteria VIF dalam penelitian ini adalah jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dan apabila nilai Toleransi ≥ 0.10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.¹⁵

Tabel 3.8

¹⁵ Sampurnangsih dkk, "Pengaruh Current Rasio dan Debt to Asset Ratio Terhadap Kinerja Keuangan", *Humanis*(Vol 2, No., 2, 2022), hlm.178-185.

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	VIF
			B	Std. Error			Beta	
1	(Constant)	3,076	0,913		3,369	0,001		
	KUALITAS_PRODUK	0,417	0,039	0,738	10,615	0,000	0,298	3,352
	HARGA_PRODUK	0,160	0,067	0,166	2,390	0,018	0,298	3,352
a. Dependent Variable: KEPUASAN_WALI_PESERTADIDIK								

Pada tabel perhitungan *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 5% (0,05), dapat dilihat dari nilai variabel kualitas produk dan harga keduanya sebesar 0,298 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kedua variabel adalah 3,352 lebih kecil dari 5 dimana VIF bernilai lebih dari 5 maka variabel tersebut memiliki persoalan multikolinearitas, sehingga berdasarkan hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat diduga bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Bukti heterokedastisitas dapat dibuat dengan menggunakan metode scatterplot dengan memplot nilai ZPRED (Nilai Prediktif) dengan SRESID (Nilai Sisa). Model yang baik adalah ketika grafik tidak mengandung pola tertentu, seperti Berkumpul di tengah, menyempit dan memperbesar atau sebaliknya Memperbesar dan memperkecil.¹⁶

Kriteria pengujian:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari $> 0,05$, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi
- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari $< 0,05$, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi

Tabel 4.13

¹⁶ Echo Perdana, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*, (Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016), hlm.. 49

Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
			B	Std. Error		
1	(Constant)	2,990	0,616		4,856	0,000
	KUALITAS_PRODUK	-0,024	0,027	-0,130	-0,895	0,372
	HARGA_PRODUK	-0,022	0,045	-0,070	-0,487	0,627

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas tersebut dapat diketahui pada tabel nilai signifikansi masing-masing variabel adalah 0,372 dan 0,627. Karena nilai signifikansi 0,372 dan 0,627 lebih besar dari $>0,05$ maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk melihat apakah suatu hipotesis yang diajukan ditolak atau dapat diterima. Hipotesis merupakan asumsi atau pernyataan yang mungkin benar atau salah mengenai suatu populasi. Dengan mengamati seluruh populasi, maka suatu hipotesis akan dapat diketahui apakah suatu penelitian itu benar atau salah. Untuk keperluan praktis, pengambilan sampel secara acak dari populasi akan sangat membantu. Dalam pengujian hipotesis terdapat asumsi/ pernyataan istilah hipotesis nol.

Hipotesis nol merupakan hipotesis yang akan diuji, dinyatakan oleh H_0 dan penolakan H_0 dimaknai dengan penerimaan hipotesis lainnya/ hipotesis alternatif yang dinyatakan oleh H_a . Jika telah ditentukan Koefisien Determinasi (r^2), maka selanjutnya dilakukan uji signifikan hipotesis yang diajukan. Uji ini dapat menggunakan Uji-t dan Uji-F. Dengan uji signifikansi ini dapat diketahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tak bebas (Y).¹⁷

a. Uji Hipotesis 1 dan 2

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Persamaan regresi linier sederhana merupakan suatu model persamaan yang menggambarkan hubungan satu variabel bebas/ prediktor (X) dengan satu variabel tak bebas/ respons (Y). Analisis regresi dapat digunakan untuk memahami variabel – variabel bebas mana saja yang dapat berhubungan dengan variabel terikat, serta untuk mengetahui bentuk hubungan tersebut. Tujuan analisis regresi untuk mendapatkan pola hubungan secara matematis dari variabel X dan variabel Y, dan untuk mengetahui besarnya perubahan variabel X terhadap variabel Y, serta untuk memprediksi variabel Y jika nilai variabel

¹⁷ I Made Yuliara, “Regresi Linier Berganda”, *Modul*, (Bandung : Universitas Udayana, 2016), hlm. 9.

X diketahui. Persamaan regresi linear sederhana dapat diekspresikan sebagai berikut:¹⁸

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

\hat{Y} = garis regresi

a = konstanta (intersep)

b = konstanta regresi (slope)

X = variabel bebas / *prediktor*

2) Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

T-Test digunakan untuk melakukan uji komparasi antara dua kondisi atau masalah dengan catatan datanya berskala interval/rasio. Data dua kondisi tersebut dapat berasal dari sampel yang berbeda (dua kelompok sampel) atau dari sampel yang sama (satu kelompok sampel). Uji ini dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.¹⁹

¹⁸ I Made Yuliara, "Regresi Linier Sederhana", *Modul*, (Bandung : Universitas Udayana, 2016), hlm. 2.

¹⁹ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. hlm. 164.

Adapun Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:²⁰

- $H_0: a = 0$ Tidak ada pengaruh X_1, X_2 secara parsial terhadap Y .
- $H_a: a \neq 0$ Ada pengaruh X_1, X_2 secara parsial terhadap Y .

Adapun ketentuan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, dan H_a diterima
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

b. Uji Hipotesis 3

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas/ respons dengan dua atau lebih variabel bebas/ prediktor. Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/ respons apabila nilai-nilai variabel bebasnya/ prediktor diketahui. Di samping itu juga

²⁰ Gun Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi.....", hlm. 333-341.

untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel - variabel bebasnya.²¹

Regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, yaitu Kualitas Produk Pendidikan (X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan Peserta Didik (Y). Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

\hat{Y} = kepuasan Peserta Didik

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi Kualitas Layanan

b_2 = Koefisien Regresi Harga

X_1 = Kualitas Layanan

X_2 = Harga

2) Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji

²¹ I Made Yuliara, "Regresi Linier Berganda", *Modul*, hlm. 2.

simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.²²

Adapun Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- $H_0: b_2 = b_3 = 0$ atau variabel X1 dan X2 Tidak ada pengaruh signifikan terhadap variabel Y .
- $H_a: b_2 \neq b_3 = 0$ atau variabel X1 dan X2 ada pengaruh signifikan terhadap variabel Y .

Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Jika nilai F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima.
- Jika nilai F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam penelitian ini berfungsi sebagai media pengukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X_1 dan X_2 memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Apabila r^2

²² Gun Mardiatmoko, “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi..... 333-341.

bernilai 0 , maka dalam model persamaan regresi yang terbentuk, variasi variabel tak bebas Y tidak sedikit pun dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel bebas X_1 dan X_2 . Namun apabila r^2 bernilai 1, maka dalam model persamaan regresi yang terbentuk, variabel tak bebas Y secara sempurna dapat dijelaskan oleh variasi variabel- variabel bebas X_1 dan X_2 .²³

²³ I Made Yuliara, “Regresi Linier Berganda”, hlm. 6.

BAB IV
ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum MTs Miftahul Huda Bulungan

1. Profil Madrasah

Nama Sekolah : MTs Miftahul Huda Bulungan
Nomor Statistik Madrasah : 121233200032 NPSN :
20364278
Alamat : Jl. Masjid Induk No. 03
Bulungan, Kecamatan Pakis
Aji, Kabupaten Jepara
Kode Pos : 59456
Telepon / Fax. : (021) 4297107
Tahun Berdiri : 1985
Nomor SK Pendirian : Wk/5.c/162/pgm/Ts/1986
Tanggal SK Pendirian : 26 Desember 1986
Nomor IMB : 5025/293/VI/IMB/2013
Status Sekolah : Swasta
Luas Lahan/ Tanah : 7540 m2
Status Kepemilikan : Hak Milik
Nama Kepala Madrasah : Isrowiyah S. Ag, M. Pd.
Pendidikan Terakhir : Strata 2 (Magister Pendidikan)
Peringkat Akreditasi : A
Nomor Piagam Akreditasi : 905/BAN-SM/SK/2019
Nilai Akreditasi Sekolah : 94
Email : mifda85@yahoo.co.id

Website : mtsmifdabulungan.sch.id¹

2. Sejarah Singkat

Madrasah Tsanawiyah Miftahul Huda Bulungan berdiri pada tahun 1985 dan mendapatkan ijin operasional dari Kementerian Agama Nomor: Wk/5.c/162/Pgm/ts/ 1986 tanggal 26 Desember 1986, dibangun sebagai wujud partisipasi masyarakat dalam pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, baik dalam ilmu pengetahuan umum maupun ilmu pengetahuan agama Islam.

Secara domisili Madrasah Tsanawiyah Miftahul Huda Bulungan terletak di Desa Bulungan Kecamatan Pakis Aji Kabupaten Jepara, pada saat berdirinya dulu masih Kecamatan Mlonggo. Madrasah ini berjarak kurang lebih 6 KM di sebelah timur kota Jepara dengan kondisi geografi dataran tinggi dan demografi masyarakat bermata pencaharian petani, pengusaha mebel, dan buruh mebel. Sampai sekarang madrasah ini merupakan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) satu satunya di Desa Bulungan dan lokasinya yang strategis di tengah-tengah desa dan berdekatan dengan Sekolah Dasar dan Madrasah Ibtidaiyah sehingga diperkirakan setiap tahun ajaran baru akan banyak

¹ “Profil Madrasah Tsanawiyah Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara ” <https://mtsmifdabulungan.sch.id/read/2/profil> , diakses 8 Juni 2022

peserta didik yang berdomisili di sekitar desa untuk masuk di madrasah ini.

Didirikan pertama kali oleh Drs. H. Affandie, M.Ag., yang merupakan putra asli Desa Bulungan dimana madrasah berdomisili, tidak lama mengabdikan beliau sudah berpindah tugas di luar daerah pada tahun 1986. Tombak kepemimpinan pun diteruskan oleh Dr. KH. Ahmad Barowi TM, M.Ag. selama tahun 1987 sampai dengan 2005, saat ini selama tulisan ini dibuat beliau merupakan Ketua Yayasan Pendidikan Islam Miftahul Huda Bulungan dan menjabat sebagai Direktur Pascasarjana Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara. Selesai beliau menjabat sebagai Kepala Madrasah di MTs Miftahul Huda Bulungan kepemimpinan selanjutnya diteruskan oleh beliau Bpk. Nur Ali, S.Ag. (2006-2008) kemudian dilanjutkan oleh Bpk. Nur Kholiq, S.Ag.(2009-2018) kemudian dilanjutkan oleh Bpk. Muhammad Rodli, M.Pd.(2019-2020) dan sampai penelitian ini dilakukan kepemimpinan sekolah dijabat oleh Isrowiyah S. Ag., M. Pd. (2020-saat ini).

Pengabdian dan nilai manfaat MTs Miftahul Huda Bulungan dengan lingkungan sekitar sangat besar sekali diantara-Nya yaitu sebagai sarana lanjutan pendidikan tingkat SLTP, membantu pemerintah dalam realisasi program kerja sembilan tahun, dan membantu anak didik kurang mampu untuk melanjutkan sekolah. Adapun Visi dan

Misi MTs Miftahul Huda Bulungan Adalah sebagai berikut :

2

3. Visi dan Misi Madrasah

Motto : Unggul Dalam Prestasi Berdasarkan Akhlaqul Karimah

Misi :

- a. Menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas dalam pencapaian prestasi akademik dan non akademik.
- b. Mewujudkan pembelajaran dan pembiasaan dalam menjalankan ajaran agama Islam secara utuh yang berdasarkan Ahlusunah waljamaah.
- c. Mewujudkan pembentukan karakter umat yang mampu mengaktualisasi diri dalam masyarakat.
- d. Meningkatkan pengetahuan dan profesionalisme tenaga kependidikan sesuai dengan perkembangan dunia pendidikan.
- e. Menjadikan MTs Miftahul Huda Bulungan sebagai madrasah model dalam pengembangan pembelajaran IMTAQ dan IPTEK.
- f. Menyelenggarakan tata kelola madrasah yang efektif, efisien, transparan, dan akuntabel.

² “Sejarah Berdiri Madrasah Tsanawiyah Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara”, <https://mtsmifdabulungan.sch.id/read/9/sejarah-berdiri>, diakses 8 Januari 2021.

4. Keadaan Peserta Didik

Peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan mayoritas berasal dari masyarakat desa Bulungan sendiri. Adapun jumlah peserta didik pada tahun pelajaran 2021/2022 adalah 399 peserta didik yang terbagi dalam 12 rombongan belajar. Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut ini:

Tabel 4.1

No.	Kelas	Jumlah Peserta Didik				Jumlah
		A	B	C	D	
1	7	35	35	36	36	142
2	8	29	30	30	28	117
3	9	34	36	35	35	140
4	Total					399

5. Produk Pendidikan dan Harga Pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan

Sebagaimana telah dijelaskan pada landasan teori bahwasanya suatu produk pendidikan dikatakan berkualitas apabila memiliki indikator-indikator sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, hal ini juga berlaku di MTs Miftahul Huda Bulungan. Indikator-indikator kualitas produk tentunya berkaitan erat dengan produk itu sendiri, dalam lingkup pendidikan bauran produk pendidikannya adalah kegiatan dan program-program pendidikan yang diberikan oleh sekolah dan fasilitas-fasilitas yang menunjang proses kegiatan dan program tersebut. Kegiatan dan program ini bertujuan pada pengembangan peserta didik.

Dengan jumlah peserta didik yang cukup banyak maka harus didukung pula dengan adanya pendidik dan tenaga kependidikan yang profesional dan mumpuni dalam bidangnya guna mendukung tercapainya kualitas produk pendidikan yang memuaskan pelanggan. berikut merupakan daftar pendidik dan tenaga kependidikan yang ada di MTs Miftahul Huda Bulungan.

Tabel 4.2

No.	Nama	Keterangan
1	H. Mahmudi	Pendidik
2	Isrowiyah, S. Ag., M. Pd.	Pendidik
3	Nur Achsan	Pendidik
4	Sutri, S. Ag., M. Pd.	Pendidik
5	Imron Yusuf, S. Ag.	Pendidik
6	Irwan Hadiwibowo, S.Sos.I., S.Pd	Pendidik
7	Uyun Nur Niklah, M. Pd.	Pendidik
8	Heru Setyawan, S.Pd.	Pendidik
9	Khoirul Tri Widiyanto H, S. Pd.	Pendidik
10	Ery Aini Zulfa, S.Pd.I.	Pendidik
11	Rudi Setiawan, S. Pd.	Pendidik
12	Fascal Firman Faizal, S.E., M.Pd.	Pendidik

13	Siti Nur Tof Asfiyah, S. Pd. I.	Pendidik
14	Miftaqul Ulum, S.Pd.	Pendidik
15	Nur Aini, S. Pd.	Pendidik
16	Sumidatul Khasanah, S.Pd.	Pendidik
17	M. Wahyu Muchlis F., M. Pd	Pendidik
18	Cholviana Eka Kusapriliani, S.Pd.	Pendidik
19	Durrotul Faizatun Nafisah, S. Pi, M. Pd.	Pendidik
20	Ratna Ika Prihandani, S.Pd., M.Si.	Pendidik
21	Amaliyatus Saidah, S. Pd. I.	Pendidik
22	Nailis Saadah, S.Pd.	Pendidik
23	Meila Voita, S. Pd.	Pendidik
24	Yusuf Istiyanto, M.Pd.	Pendidik
25	Hj. Siti Nur Rohmah	Tenaga Kependidikan
26	Fatkul Anjis	Tenaga Kependidikan
27	Dianatus Sa'adah S. Pd.	Tenaga Kependidikan
28	Asmu'i	Tenaga Kependidikan
29	Muhammad Saifulloh	Tenaga Kependidikan
30	Syamsul Ma'arif	Pembina Ekstrakurikuler

31	Nurul Anam	Pembina Ekstrakurikuler
32	Syamsiyatun, A.Ma.Pd.S.D.	Pembina Ekstrakurikuler
33	Mustofa, S.Pd.I	Pembina Ekstrakurikuler
34	Umar Al Ikhsan	Pembina Ekstrakurikuler
35	Moh. Zainuddin, S.Pd.	Pembina Ekstrakurikuler
36	Khafidzin	Pembina Ekstrakurikuler
37	Muhammad Nur Izazah	Pembina Ekstrakurikuler

Dalam menunjang kegiatan pendidikan, dalam Pelaksanaan kegiatan pembelajaran di MTs Miftahul Huda Bulungan, peserta didik menempati ruangan-ruangan kelas. Ruangan lain yang digunakan untuk pelaksanaan kegiatan belajar mengajar seperti perpustakaan. Ruangan-ruangan selain yang digunakan untuk kegiatan pembelajaran yang terdapat di MTs Miftahul Huda Bulungan, terdiri dari ruang kepala madrasah, ruang guru, ruang tata usaha, ruang BK, ruang UKS, tempat parkir, WC/KM, gudang, hingga minimarket madrasah.

Tabel 4.3

Jenis Ruang	Jumlah	Jenis Ruangan	Jumlah
Ruang Kepala Madrasah	1	Ruang BK	1
Ruang Guru	1	Koperasi (Minimarket)	1
Ruang Tata	1	Kantin	1

Usaha			
Ruang Kelas	12	Toilet Guru	2
Ruang Perpustakaan	1	Toilet Siswa	10
Lab. Komputer	1	Ruang Arsip	1
Lab. IPA	1	Lapangan Olahraga	1
Ruang UKS	1	Tempat Parkir	1

Dalam menunjang minat dan bakat peserta didik di MTs Miftahul Huda Bulungan, terdapat sembilan kegiatan ekstrakurikuler yang dapat diikuti peserta didik. Ekstrakurikuler tersebut adalah Pramuka, Palang Merah Remaja (PMR), Futsal, Volly, Paduan Suara, Tenis Meja, Renang, Paskibraka dan Seni Baca Al-Quran.

Adapun harga jasa atau biaya pendidikan yang dibebankan kepada peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan ditanggung sebagian oleh dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) sedangkan sebagian lainnya ditanggung oleh peserta didik sendiri.

Berikut merupakan penerimaan BOS MTs Miftahul Huda Bulungan Sejak 2017 hingga 2020:³

Tabel 4.4

³ Fascal Firman Faizal, "Implementasi Pengelolaan BOS Dalam Upaya Pemenuhan Standar Pembiayaan Pendidikan Di MTs Miftahul Huda Bulungan Tahun Pelajaran 2019/2020", *Tesis*, (Jepara: Pasca Sarjana Unisnu, 2021), hlm. 88.

No.	Tahun Anggaran	Jumlah Dana BOS Diterima
1	2017	Rp. 369.500.000
2	2018	Rp. 379.000.000
3	2019	Rp. 401.000.000
4	2020	Rp. 451.000.000

Dana BOS ini digunakan MTs Miftahul Huda Bulungan untuk membiayai kegiatan pengelolaan, pengembangan, pemeliharaan, pelayanan yang menunjang proses pendidikan dan pembelajaran yang terlaksana di MTs Miftahul Huda Bulungan.

Adapun biaya pendidikan yang ditanggung sendiri oleh peserta didik (di luar dana BOS) berkaitan dengan infak pembangunan madrasah yang dibayarkan satu tahun sekali, Syahriyah bulanan madrasah, pembelian buku Lembar Kerja Siswa (LKS), seragam sekolah dan kebutuhan lainya yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pendidikan yang harus dipenuhi namun tidak dibiayai oleh dana BOS.

B. Deskripsi Data

Sebelum proses analisis data, penelitian ini terlebih dahulu akan mendeskripsikan pengaruh kualitas produk dan harga pendidikan. Data tersebut diperoleh dari pengisian instrumen kuesioner yang telah diberikan kepada wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan sebagai responden yang berjumlah 157 peserta didik dengan ketentuan responden dari

kelas tujuh sebanyak 86 peserta didik dan dari kelas delapan sebanyak 70 peserta didik. Setelah diketahui data-data tersebut kemudian dihitung untuk mengetahui tingkat kuantitatif masing-masing variabel dalam penelitian. Lebih jelasnya hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada deskripsi sebagai berikut:

1. Nilai Kuantitatif Kualitas Produk Pendidikan, Harga Jasa Pendidikan dan Kepuasan Wali Peserta Didik

a. Kualitas Produk MTs Miftahul Huda Bulungan

Deskripsi data untuk mengetahui nilai kuantitatif variabel kualitas produk dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban angket kualitas produk pendidikan sebanyak 10 item pernyataan dari responden, proses ini dibantu menggunakan program Microsoft (Ms.) Excel sebagai berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Skor Kuesioner Kualitas Produk Pendidikan (X1) MTs Miftahul Huda Bulungan

<i>KUALITAS PRODUK</i>	
Mean	39,873
Standard Error	0,631
Median	40
Mode	40
Standard Deviation	7,908
Sample Variance	62,535
Kurtosis	6,232
Skewness	-2,160

Range	40
Minimum	10
Maximum	50
Sum	6260
Count	157

Untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapatkan, peneliti membuat interval kategori dari skor mentah ke dalam standar skala lima:

$$M + 1,5 SD = 39,873 + 1,5 (7,908) = 51,735 = 52 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 39,873 + 0,5 (7,908) = 43,823 = 44 - 51$$

$$M - 0,5 SD = 39,873 - 0,5 (7,908) = 35,919 = 36 - 43$$

$$M - 1,5 SD = 39,873 - 1,5 (7,908) = 28,011 = 28 - 35 \text{ ke bawah}$$

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel kualitas produk maka, dibuat tabel kualitas variabel pemasaran produk pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.6

**Kualitas Produk Pendidikan MTs Miftahul Huda
Bulungan**

No.	Interval	Kategori
1.	52 ke atas	Sangat Baik
2.	44 - 51	Baik
3.	36 - 43	Cukup
4.	28 - 35	Buruk
5.	28 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa mean dari kualitas produk pendidikan

MTs Miftahul Huda Bulungan sebesar 39,873 atau berada pada interval 36 – 43 yang berarti bahwa kualitas produk pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan “cukup”.

b. Deskripsi Data Tentang Harga MTs Miftahul Huda Bulungan

Deskripsi data untuk mengetahui nilai kuantitatif variabel harga dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban angket harga pendidikan sebanyak 6 item pernyataan dari responden, proses ini dibantu menggunakan program Microsoft (Ms.) Excel sebagai berikut:

Tabel 4.7

Distribusi Skor Harga Produk Pendidikan (X2)

MTs Miftahul Huda Bulungan

<i>HARGA</i>	
Mean	23,643
Standard Error	0,371
Median	24
Mode	24
Standard Deviation	4,648
Sample Variance	21,603
Kurtosis	5,021
Skewness	-1,782
Range	24
Minimum	6
Maximum	30

Sum	3712
Count	157

Untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapatkan, peneliti membuat interval kategori dari skor mentah ke dalam standar skala lima:

$$M + 1,5 SD = 23,643 + 1,5 (4,648) = 30,615 = 31 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 23,643 + 0,5 (4,648) = 25,967 = 26 - 30$$

$$M - 0,5 SD = 23,643 - 0,5 (4,648) = 21,319 = 21 - 25$$

$$M - 1,5 SD = 23,643 - 1,5 (4,648) = 16,671 = 17 - 20 \text{ ke}$$

bawah

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel harga maka, dibuat tabel kualitas variabel pemasaran harga jasa pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.8
Kualitas Produk Pendidikan MTs Miftahul Huda
Bulungan

No.	Interval	Kategori
1.	31 ke atas	Sangat Baik
2.	26 – 30	Baik
3.	21 - 25	Cukup
4.	17 – 20	Buruk
5.	17 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa mean dari harga jasa pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan sebesar 23,643 atau berada

pada interval 21 – 25 yang berarti bahwa harga jasa pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan “cukup”.

c. Deskripsi Data Tentang Kepuasan Wali Peserta Didik MTs Miftahul Huda Bulungan

Deskripsi data untuk mengetahui nilai kuantitatif kepuasan wali peserta didik dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban angket kepuasan wali peserta didik sebanyak 6 item pernyataan dari responden, proses ini dibantu menggunakan program Microsoft (Ms.) Excel sebagai berikut:

Tabel 4.9

**Distribusi Skor Kepuasan Wali Peserta Didik (Y)
MTs Miftahul Hud Bulungan**

<i>KEPUASAN WALI PESERTA DIDIK</i>	
Mean	23,490
Standard Error	0,357
Median	24
Mode	24
Standard Deviation	4,470
Sample Variance	19,982
Kurtosis	5,317
Skewness	-1,802
Range	24
Minimum	6
Maximum	30
Sum	3688
Count	157

Untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapatkan, peneliti membuat interval kategori dari skor mentah ke dalam standar skala lima:

$$M + 1,5 SD = 23,490 + 1,5 (4,470) = 30,195 = 30 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 23,490 + 0,5 (4,470) = 25,725 = 26 - 329$$

$$M - 0,5 SD = 23,490 - 0,5 (4,470) = 21,225 = 21 - 24$$

$$M - 1,5 SD = 23,490 - 1,5 (4,470) = 16,785 = 17 - 20 \text{ ke bawah}$$

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel kepuasan wali peserta didik maka, dibuat tabel kualitas variabel pemasaran harga jasa pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Kualitas Produk Pendidikan MTs Miftahul Hud
Bulungan

No.	Interval	Kategori
1.	30 ke atas	Sangat Baik
2.	26 – 29	Baik
3.	21 - 24	Cukup
4.	17 – 20	Buruk
5.	17 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa mean dari kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan sebesar 23,490 atau berada pada interval 21 – 24 yang berarti bahwa harga jasa pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan “cukup”.

2. Pengaruh Kualitas Produk Pendidikan (X1) Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik (Y)

Untuk tabel bantu pendistribusian data bisa dilihat pada lampiran 7 dan 8.

a. Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Pendidikan Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik.

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

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

Untuk mengambil keputusan terlebih dahulu harus diketahui nilai b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} b &= \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\ &= \frac{157 \times 151888 - (6260)(3688)}{157 \times 259358 - (6260)^2} \\ &= \frac{759536}{40719206 - 6260^2} \\ &= 0,495 \end{aligned}$$

Jadi nilai $b = 0,495$ sedangkan untuk mencari a dengan rumus :

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

$$a = \frac{3688 - (0,495)(6260)}{157}$$

$$= 3,753$$

Diketahui nilai b sebesar 0,495 dan nilai a sebesar 3,753 maka, persamaan garis regresinya adalah:

$$\hat{Y} = a + bX = 3,753 + 0,495 * X_1$$

Dari persamaan garis regresi sederhana maka dapat diartikan bahwa :

- 1) \hat{Y} = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas
- 2) $a = 3,753$ merupakan konstanta, yang memiliki arti bahwa kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan (Y) akan konstan sebesar 3,753 satuan, jika tidak dipengaruhi kualitas produk pendidikan (X1).
- 3) $b = 0,495$ merupakan besarnya kontribusi variabel kualitas produk (X1) mempengaruhi variabel kepuasan wali peserta didik MTs Mifathul Huda Bulungan (Y). Koefisien b sebesar 0,495 dengan tanda positif.

Hasil tersebut berarti bahwa, kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan (Y) akan berubah sebesar 0,495 dengan sifat hubungan searah. Jika variabel kualitas produk pendidikan berubah atau mengalami

kenaikan sebesar 1 satuan, maka kepuasan wali peserta didik MTs Mifathul Huda Bulungan akan naik 0,495 satuan. Begitu pula sebaliknya, jika variabel kualitas produk berubah atau mengalami penurunan maka kepuasan wali peserta didik MTs Mifathul Huda Bulungan akan turun 0,495 satuan.

$$\hat{Y} = a + bX = 3,753 + 0,495 * X_1$$

Dapat disimpulkan bahwa, semakin tinggi atau semakin baik kualitas produk pendidikan yang ditawarkan maka semakin tinggi pula kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan.

b. Uji T Parsial Kualitas Produk Pendidikan Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik.

1) Menentukan \hat{Y} dengan rumus $\hat{Y} = a + bX$
 $= 3,753 + 0,495 \times \text{variabel X (44 dst ...)}$
 $= 25,533 \text{ dst...}$

2) Menentukan e^2 dengan rumus $e^2 = (Y - \hat{Y})^2$
 $= (\text{variabel Y (24 dst..)} - \hat{Y} \text{ prediksi (25,333 dst ...)})^2$
 $= 2,350 \text{ dst}$

3) Menentukan Se^2 dengan rumus $Se^2 = \frac{\sum e^2}{n-k-1}$
 $= \frac{718,135}{150 - 1 - 1} = 4,633$

4) Menentukan x_i^2 dengan rumus $x_i^2 = x - \bar{x}$

$$= \text{variabel } X (24 \text{ dst } \dots) - 39,672$$

$$= 17,035 \text{ dst } \dots$$

5) Menentukan $S(a)$ dengan rumus $S(a) = \sqrt{\frac{Se^2 \sum X^2}{n \sum x_i^2}}$

$$= \sqrt{\frac{4,633 \times 259358}{157 \times 9755,452}} = 0,855$$

6) Menentukan t dengan rumus $t = \frac{a}{S(a)}$

$$= \frac{3,753}{0,855} = 4,197$$

7) Nilai t diubah menjadi nilai signifikansi dengan distribusi t student dua arah menggunakan Ms. Excel sehingga ditemukan signifikansi 0,000.

8) Menentukan $S(b)$ dengan rumus $S(b) = \sqrt{\frac{Se^2}{n \sum x_i^2}}$

$$= \sqrt{\frac{4,633}{157 \times 9755,452}} = 0,021$$

9) Menentukan t dengan rumus $t = \frac{b}{S(b)}$

$$= \frac{0,496}{0,021} = 22,756$$

10) Nilai t diubah menjadi nilai signifikansi dengan distribusi t student dua arah menggunakan Ms. Excel sehingga ditemukan signifikansi 0,000.

Tabel 4.11

Uji T Parsial Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,717	,886		4,197	,000
	KUALITAS_PRODUK	,496	,022	,877	22,756	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_WALI_PESERTA_DIDIK

Sesuai dengan uji hitung manual dan SPSS yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa signifikansi pengaruh kualitas produk (X1) terhadap kepuasan wali peserta didik (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai *t hitung* 22,756 . nilai *t tabel* 1,654 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya terdapat pengaruh kualitas produk pendidikan terhadap kepuasan wali peserta didik secara signifikan.

3. Pengaruh Harga Jasa Pendidikan (X2) Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik (Y)

Untuk tabel bantu pendistribusian data bisa dilihat pada lampiran 7 dan 8.

a. Analisis Regresi Linear Sederhana Harga Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik.

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

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Untuk mengambil keputusan terlebih dahulu harus diketahui nilai b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{157 \times 89739 - (3712)(3688)}{157 \times 91134 - (3712)^2} \\
 &= 0,754
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b(\sum x)}{n} \\
 &= \frac{3688 - 0,754(3712)}{157} \\
 &= 5,563
 \end{aligned}$$

Diketahui nilai b sebesar 0,754 dan nilai a sebesar 5,663 maka, persamaan garis regresinya adalah:

$$\hat{Y} = a + bX = 5,563 + 0,754 * X_2$$

Dari persamaan garis regresi sederhana maka dapat diartikan bahwa:

- 1) \hat{Y} = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas
- 2) $a = 5,563$ merupakan konstanta, yang memiliki arti bahwa kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul

Huda Bulungan (Y) akan konstan sebesar 5,563 satuan, jika tidak dipengaruhi harga jasa pendidikan (X₂).

- 3) $b = 0,754$ merupakan besarnya kontribusi variabel harga (X₂) mempengaruhi variabel kepuasan wali peserta didik MTs Mifathul Huda Bulungan (Y). Koefisien b sebesar 0,754 dengan tanda positif.

Hasil tersebut berarti bahwa, kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan (Y) akan berubah sebesar 0,754 dengan sifat hubungan searah. Jika variabel harga pendidikan berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka kepuasan wali peserta didik MTs Mifathul Huda Bulungan akan naik 0,754 satuan. Begitu pula sebaliknya, jika variabel harga berubah atau mengalami penurunan maka kepuasan wali peserta didik MTs Mifathul Huda Bulungan akan turun 0,754 satuan.

$$\hat{Y} = a + bX = 5,563 + 0,754 * X_2$$

Dapat disimpulkan bahwa, semakin tinggi atau semakin baik harga jasa pendidikan yang ditawarkan maka semakin tinggi pula kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan.

b. Uji T Parsial Harga Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik.

- 1) Menentukan \hat{Y} dengan rumus $\hat{Y} = a + bX$
 $= 5,563 + 0,754 \times \text{variabel } X_2$ (23 dst ...)

$$= 23,005 \text{ dst....}$$

2) Menentukan e^2 dengan rumus $e^2 = (Y - \hat{Y})^2$
 $= (\text{variabel } Y \text{ (24 dst..)}$

$$- Y \text{ prediksi(23,005 dst ...)})^2$$

$$= 0,000 \text{ dst}$$

3) Menentukan Se^2 dengan rumus $Se^2 = \frac{\sum e^2}{n-k-1}$

$$= \frac{207,627}{157 - 1 - 1} = 7,736$$

4) Menentukan x_i^2 dengan rumus $x_i^2 = x - \bar{x}$

$$= \text{variabel } X \text{ (23 dst ...) } - 23,643$$

$$= 0,414 \text{ dst}$$

5) Menentukan $S(a)$ dengan rumus $S(a) = \sqrt{\frac{Se^2 \sum X^2}{n \sum x_i^2}}$

$$= \sqrt{\frac{7,736 \times 91134}{157 \times 3370,025}} = 1,154$$

6) Menentukan t dengan rumus $t = \frac{a}{s(a)}$

$$= \frac{5,653}{1,154} = 4,897$$

7) Nilai t diubah menjadi nilai signifikansi dengan distribusi t student dua arah menggunakan Ms. Excel sehingga ditemukan signifikansi 0,000.

8) Menentukan $S(b)$ dengan rumus $S(b) = \sqrt{\frac{Se^2}{n \sum x_i^2}}$

$$= \sqrt{\frac{0,047}{157 \times 3370,025}} = 0,047$$

9) Menentukan t dengan rumus $t = \frac{b}{s(b)}$

$$= \frac{0,754}{0,047} = 15,746$$

10) Nilai t diubah menjadi nilai signifikansi dengan distribusi t student dua arah menggunakan Ms. Excel sehingga ditemukan signifikansi 0,000.

Tabel 4.12

Uji T Parsial Variabel Harga terhadap Kepuasan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,653	1,154		4,897	,000
	HARGA	,754	,048	,784	15,746	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_WALI_PESERTA_DIDIK

Sesuai dengan uji hitung manual dan SPSS, yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa signifikansi pengaruh harga (X_2) terhadap kepuasan wali peserta didik (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung 15,746 . nilai t tabel 1,654 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya terdapat pengaruh harga pendidikan terhadap kepuasan wali peserta didik secara signifikan.

4. Pengaruh Kualitas Produk Pendidikan (X1) dan Harga Jasa Pendidikan (X2) Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik (Y)

Untuk tabel bantu pendistribusian data bisa dilihat pada lampiran 7 dan 8.

a. Analisis Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan Harga Jasa Pendidikan Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik

1) Menentukan matriks A dan H

$$A = \begin{bmatrix} n & \sum X_1 & \sum X_2 \\ \sum X_1 & \sum X_1^2 & \sum X_1 \cdot X_2 \\ \sum X_2 & \sum X_1 \cdot X_2 & \sum X_2^2 \end{bmatrix} \quad H = \begin{bmatrix} \sum Y \\ \sum X_1 \cdot Y \\ \sum X_2 \cdot Y \end{bmatrix}$$

$$A = \begin{bmatrix} 157 & 6260 & 3712 \\ 151888 & 259358 & 152810 \\ 3717 & 152810 & 91134 \end{bmatrix} \quad H = \begin{bmatrix} 3688 \\ 151888 \\ 899739 \end{bmatrix}$$

2) Menentukan matriks A1, A2, dan A3

$$A1 = \begin{bmatrix} \sum Y & \sum X_1 & \sum X_2 \\ \sum X_1 \cdot Y & \sum X_1^2 & \sum X_1 \cdot X_2 \\ \sum X_2 \cdot Y & \sum X_1 \cdot X_2 & \sum X_2^2 \end{bmatrix}$$

$$A1 = \begin{bmatrix} 3688 & 6260 & 3712 \\ 151888 & 259358 & 152810 \\ 899739 & 152810 & 91134 \end{bmatrix}$$

$$A2 = \begin{bmatrix} n & \sum Y & \sum X_2 \\ \sum X_1 & \sum X_1 \cdot Y & \sum X_1 \cdot X_2 \\ \sum X_2 & \sum X_2 \cdot Y & \sum X_2^2 \end{bmatrix}$$

$$A2 = \begin{bmatrix} 157 & 3688 & 3712 \\ 6260 & 151888 & 152810 \\ 3717 & 89739 & 91134 \end{bmatrix}$$

$$A3 = \begin{bmatrix} n & \sum X_1 & \sum Y \\ \sum X_1 & \sum X_1^2 & \sum X_1 \cdot Y \\ \sum X_2 & \sum X_1 \cdot X_2 & \sum X_2 \cdot Y \end{bmatrix}$$

$$A3 = \begin{bmatrix} 157 & 6260 & 3688 \\ 6260 & 259358 & 151888 \\ 3712 & 152810 & 89739 \end{bmatrix}$$

3) Menentukan Determinan A1, A2, dan A3

Dalam menentukan determinan matriks pada array di atas, maka digunakan sintaks rumus dan penggunaan fungsi M.DETERM dalam MS. Excel sehingga diketahui :

$$\text{Determinasi A} = 1539949952,00$$

$$\text{Determinasi A1} = 4736828632,00$$

$$\text{Determinasi A2} = 642509962,00$$

$$\text{Determinasi A3} = 246104786,00$$

4) Menentukan nilai b1,b2, dan b3

$$b_1 = \frac{\text{Det } A_1}{\text{Det } A} \quad b_2 = \frac{\text{Det } A_2}{\text{Det } A} \quad b_3 = \frac{\text{Det } A_3}{\text{Det } A}$$

$$b_1 = \frac{\text{Det } A_1}{\text{Det } A} \quad b_1 = \frac{4736828632}{1539949952} = 3,075$$

$$b_2 = \frac{\text{Det } A_2}{\text{Det } A} \quad b_1 = \frac{642509962}{1539949952} = 0,417$$

$$b_2 = \frac{\text{Det } A_2}{\text{Det } A} \quad b_1 = \frac{246104786}{1539949952} = 0,159$$

Perhitungan di atas, menunjukkan bahwa model persamaan regresi berganda untuk memperkirakan kepuasan wali peserta didik (Y) yang dipengaruhi

oleh kualitas produk pendidikan (X_1) dan harga pendidikan (X_2) adalah:

$$\hat{Y} = 3,075 + 0,417X_1 + 0,519X_2$$

Dari persamaan di atas dapat dianalisis bahwa kepuasan wali peserta didik madrasah jika tanpa adanya kualitas produk pendidikan dan harga pendidikan (X_1 dan $X_2 = 0$) maka pengambilan keputusan memilih sekolah hanya 3,075.

Apabila peningkatan sebesar satu satuan variabel kualitas produk pendidikan (X_1) akan meningkatkan variabel kepuasan wali peserta didik (Y) sebesar 0,417 satuan, yang berarti bahwa kualitas produk pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wali peserta didik. Begitu juga dengan variabel harga pendidikan (X_2), jika terjadi peningkatan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan wali peserta didik (Y) sebesar 0,519 satuan dan menunjukkan bahwa harga pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wali peserta didik.

b. Uji Koefisien Determinasi

1) Menentukan jumlah kuadrat galat (JKG)

$$\begin{aligned} JKG &= \sum Y^2 - b_1 \sum Y - b_2 \sum X_1 Y - b_3 \sum X_2 Y \\ &= 89750 - 3,075 \times 3688 - 0,417 \times 151888 \\ &\quad - 0,159 \times 89739 \\ &= 692,447 \end{aligned}$$

- 2) Mencari nilai variansi S_y^2 , dalam menentukannya digunakan sintaks rumus dan penggunaan fungsi VAR. S untuk memperkirakan varians berdasarkan data sampel variabel Y, Sehingga ditemukan sebesar 19,982.
- 3) Menentukan koefisien determinasi (R^2)

$$\begin{aligned}
 R^2 &= 1 - \frac{JKG}{(157 - 1)S_y^2} \\
 &= 1 - \frac{692,447}{(157 - 1)19,982} \\
 &= 77,786
 \end{aligned}$$

Tabel 4.13

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,882 ^a	,778	,775	2,120
a. Predictors: (Constant), Harga Pendidikan, Kualitas Produk				

Berdasar uji hitung manual dan SPSS, dipengaruhi nilai koefisien R square (R^2) sebesar 0,778 atau (77,8%) jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan harga pendidikan secara bersama-sama berpengaruh sebesar 77,8% terhadap kepuasan wali peserta didik.

c. Uji F Simultan Kualitas Produk Dan Harga Jasa Pendidikan Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik

Menentukan F hitung:

$$\begin{aligned}
 F \text{ hitung} &= \frac{R^2(n - k - 1)}{k(1 - R^2)} \\
 &= \frac{0,778(157 - 2 - 1)}{157(1 - 0,778)} \\
 &= 269,636
 \end{aligned}$$

Tabel 4.14

Tabel Hasil F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2424,789	2	1212,394	269,636	,000 ^b
	Residual	692,447	154	4,496		
	Total	3117,236	156			
a. Dependent Variable: KEPUASAN_WALI_PESERTA_DIDIK						
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS_PRODUK						

sesuai dengan uji hitung manual maupun SPSS dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk (X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan wali peserta didik (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan $f \text{ hitung } 269,636 > \text{ nilai } f \text{ tabel } 3.06$. hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk (X1) dan harga (X2) secara

bersama sama terhadap kepuasan wali peserta didik (Y) secara signifikan.

C. Pembahasan Penelitian

Interpretasi data secara statistik telah dilakukan untuk menjelaskan secara rinci sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Berdasarkan hasil interpretasi secara statistik, maka kajian lebih mendalam dapat disajikan dalam pembahasan berikut:

1. Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa data kuantitatif kualitas produk pendidikan memiliki nilai sebesar 39,873 pada interval 36-43, yang berarti data dalam penelitian ini cukup baik untuk dilakukan penelitian.

Melalui uji T parsial, diketahui bahwa nilai signifikansi *t hitung* kualitas produk sebesar 22,756 yang lebih besar dari *t tabel* yang sebesar 1,654, sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas produk pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan.

Melalui analisis regresi sederhana diketahui bahwa nilai konstanta intersep sebesar 3,753 dan konstanta slope sebesar 0,495. Ini memiliki arti bahwa kepuasan wali peserta didik akan berubah sebesar 0,495 jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 1 satuan.

Hasil temuan ini cocok dengan temuan penelitian yang dilakukan Ismail Razak yang menyatakan bahwa jika kualitas produk yang dirasakan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan memersepsikan kualitas produk sebagai kualitas yang baik dan juga merasa puas.⁴

2. Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa data kuantitatif harga jasa pendidikan memiliki nilai sebesar 23,643 pada interval 21 – 25, yang berarti data dalam penelitian ini cukup baik untuk dilakukan penelitian.

Melalui uji T parsial, diketahui bahwa nilai signifikansi *t hitung* harga jasa sebesar 15,746 yang lebih besar dari *t tabel* yang sebesar 1,654, sehingga dapat dinyatakan bahwa harga jasa pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan.

Melalui analisis regresi sederhana diketahui bahwa nilai konstanta intersep sebesar 5,563 dan konstanta slope sebesar 0,754. Ini memiliki arti bahwa kepuasan wali peserta didik akan berubah sebesar 0,754 jika variabel harga mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 1 satuan.

Hasil temuan ini memiliki kesamaan dengan temuan penelitian Ezra Hendri Noto dan Lukmanul Hakim bahwa

⁴ Ismail Razak dkk, "The Impact of Product Quality and Price on Customer59-68.

harga produk yang cocok dan terjangkau berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁵

3. Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa data kuantitatif kepuasan wali peserta didik memiliki nilai sebesar 23,490 pada interval 21 – 24, yang berarti data dalam penelitian ini cukup baik untuk dilakukan penelitian.

Melalui uji F simultan, diketahui bahwa nilai signifikansi *f hitung* kualitas produk sebesar 269,636 yang lebih besar dari *f tabel* yang sebesar 3,06. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas produk dan harga jasa pendidikan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan.

Melalui analisis regresi berganda diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 3,075 dan koefisien kualitas produk 0,417 serta koefisien harga sebesar 0,519. Ini memiliki arti bahwa kepuasan wali peserta didik akan berubah sebesar 0,417 jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 1 satuan dan berubah sebesar 0,519 jika variabel harga mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 1 satuan.

Hasil temuan ini memiliki kesamaan dengan temuan penelitian Ghandi Abiyoga bahwa kualitas produk dan harga

⁵ Ezra Hendri Noto dan Lukmanul Hakim, “Analisis Pengaruh Harga Produk.....hlm. 79-93.

jasa secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁶

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan peneliti secara optimal, namun disadari adanya beberapa keterbatasan. Walaupun demikian hasil penelitian yang diperoleh ini dapat dijadikan acuan awal bagi penelitian selanjutnya. Keterbatasan yang peneliti hadapi yaitu:

1. Waktu yang digunakan peneliti sangat terbatas baik dari situasi dan kondisi yang terjadi pada saat melakukan penelitian. Sehingga untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini hanya dapat dijadikan acuan awal karena sedikit atau banyak hasil penelitian dapat berubah karena waktu, keadaan dan situasi lembaga sekolah juga berubah.
2. Biaya bukanlah satu satunya faktor yang menjadi hambatan dalam penelitian, namun biaya pada dasarnya memegang peranan penting dalam menyukseskan penelitian. Biaya yang minim membuat peneliti merasa terhambat dalam proses penelitian sampai penyusunan laporan tertulis yakni skripsi ini.
3. Situasi atau keadaan peneliti yang sekarang mondok di Semarang sedangkan penelitian berada di Jepara sehingga menimbulkan kendala tersendiri karena jaraknya cukup jauh.

⁶ Ghandi Abiyoga, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layananhlm. 75

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil analisis penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik di Lembaga Pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan” tahun pelajaran 2020/2021 yang telah dilakukan, maka selanjutnya berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh langsung antara kualitas produk terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan. Hal ini didasarkan pada data uji dari hasil penelitian yang ditemukan bahwa nilai *t hitung* 22,756 lebih tinggi dari nilai *t tabel* 1,654. Sehingga bisa dinyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

Melihat hasil pernyataan responden pada kuesioner yang disebarakan terkait kualitas produk, diketahui bahwa skor terendah ada pada kuesioner nomor 6 dengan total skor 603 dan skor tertinggi pada nomor 7 dengan total skor 640.

2. Terdapat pengaruh langsung antara harga terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan. Hal ini didasarkan pada data uji dari hasil penelitian yang ditemukan bahwa *t hitung* 15,746 nilai *t tabel* 1,654.

Sehingga bisa dinyatakan bahwa harga jasa memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

Melihat hasil pernyataan responden pada kuesioner yang disebarakan terkait harga, diketahui bahwa skor terendah ada pada kuesioner nomor 14 dengan total skor 598 dan skor tertinggi pada nomor 15 dengan total skor 647.

3. Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan wali peserta didik MTs Miftahul Huda Bulungan. Hal ini didasarkan pada data uji dari hasil penelitian yang ditemukan bahwa f_{hitung} 269,636 lebih dari nilai nilai f_{tabel} 3,06. Sehingga bisa dinyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan wali peserta didik.

Melihat hasil pernyataan responden pada kuesioner yang disebarakan terkait kepuasan wali peserta didik, diketahui bahwa skor terendah ada pada kuesioner nomor 19 dengan total skor 583 dan skor tertinggi pada nomor 22 dengan total skor 637.

B. Saran

Dengan memperhatikan pembahasan hasil penelitian dan simpulan di atas maka saran yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Pada kualitas produk pendidikan MTs Miftahul Huda Bulungan, Kegiatan pendidikan berkaitan dengan pengembangan peserta didik yang diselenggarakan madrasah

boleh dikatakan masih mengecewakan sehingga belum secara maksimal memengaruhi kepuasan wali peserta didik, hal ini dapat terlihat dari beberapa kegiatan pengembangan peserta didik namun hanya dua kegiatan yang banyak peminat yakni pramuka dan PMR sedangkan kegiatan pengembangan lainnya seperti seni baca Al Quran, renang dan paduan suara masih sepi peminat, oleh karena itu diharapkan madrasah mampu memperbaiki dan memaksimalkan kegiatan-kegiatan ini dengan cara mensosialisasikan lebih lanjut terkait output positif dari kegiatan-kegiatan ini kepada peserta didik dan walinya sehingga kegiatan ini dapat terealisasi secara maksimal.

2. Harga jasa pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan memang cukup terjangkau bagi para wali peserta didik, namun jika membandingkan dengan sekolah lain yang sederajat dan berada di sekitar, MTs Miftahul Huda masih sedikit lebih mahal. Oleh karena itu diharapkan madrasah mampu menekan harga pendidikan khususnya yang dibiayai di luar dana BOS seperti harga seragam, buku LKS, infak dan biaya pendidikan lainnya namun tetap mempertahankan kualitas produk pendidikan yang dihadirkan.
3. Kepuasan wali peserta didik yang dihasilkan oleh produk pendidikan dan harga pendidikan memang signifikan, namun ekspresi kepuasan dalam bentuk penyebaran informasi oleh wali peserta didik masih rendah, ini dapat dilihat dari tingkat

antusiasme dari ajakan madrasah kepada wali peserta didik dalam menyebarkan informasi seperti pamflet kegiatan maupun penerimaan peserta didik baru madrasah di media sosial tergolong masih rendah. Oleh karena itu diharapkan madrasah mampu meyakinkan wali peserta didik melalui kegiatan penyebaran informasi ini nantinya secara tidak langsung akan berpengaruh juga terhadap peningkatan kualitas produk pendidikan dan berdampak pada peningkatan terjangkaunya harga pendidikan yang dihadirkan oleh madrasah.

C. Penutup

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran perbaikan dan kesempurnaan hasil yang telah didapat.

Kepada semua pihak penulis sangat berterima kasih, serta tak lupa memohon petunjuk dan bimbingan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- . (2021, Januari 8). <https://mtsmifdabulungan.sch.id>. Diambil kembali dari MTs Miftahul Huda Bulungan: <https://mtsmifdabulungan.sch.id/read/9/sejarah-berdiri>
- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abiyoga, G. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE Indonesia Bangking School Tahun Akademik 2012//2013*. Jakarta: STIE Indonesia Bangking School.
- Afif, S. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Orang Tua Siswa Di MI NU Miftahul Huda 02 Piji Dawe Kudus Tahun Pelajaran 2015/2016. *Jurnal Quality*,, 69-89.
- Ahmad Izzudin, M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 72-78.
- Ai Hilyatul Halimah, M. (2013). Pengaruh Mutu Layanan Guru dan Biaya Pribadi Terhadap Kepuasan Siswa Pada SMP Swasta Se-Kota Tasikmalaya. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 40-50.
- Alifah, S. (2021). Peningkatan Kualitas Pendidikan Di Indonesia Untuk Mengejar Ketertinggalan Dari Negara Lain. *Cermin : Jurnal Penelitian*, 113-123.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ariani, D. W. (2020). *Manajemen Kualitas*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

- Arianty, N. (Vol. 16, No. 2, 2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis UMSU*, 68-81.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Danang Sunyoto, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Deni hamdani. (2021). Pengaruh Produk, Biaya dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah (Studi kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama di Kabupaten Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 15-22.
- Dyah Budiastuti, A. B. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, .
- EMIS. (2022, Mei 22). *EMIS Dashboard*. Diambil kembali dari EMIS Kemenag RI Dirjen Pendidikan Islam: <https://emispendis.go.id/>
- Ezra Hendri Noto, L. H. (Vol. 9, No. 17, 2016). Analisis Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Jasa Bengkel Alin Jaya Motor Semarang. *Jurnal Among Markati*, 79-93.
- Faizal, F. F. (2021, Oktober 10). Data Peserta Didik Baru 2019-2022. (M. M. Aba, Pewawancara)
- Faizal, F. F. (2021). *Implementasi Pengelolaan BOS Dalam Upaya Pemenuhan Standar Pembiayaan Pendidikan Di MTs Miftahul Huda Bulungan Tahun Pelajaran 2019/2020*. Jepara: Pasca Sarjana Unisnu, .
- Fajrini Erinawati, A. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi*, 130-147.

- Fitria Halim, A. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hardani, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Hossein Bodaghi Khajeh Nobar, R. R. (2018). The Impact Of Customer Satisfaction, Customer Experience And Customer Loyalty On Brand Power: Empirical Evidence From Hotel Industry . *Journal of Business Economics and Management*, 417-430.
- Ismail Razak, N. N. (2016). The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value . *Journal of Marketing and Consumer Research* , 59-68.
- Jing Zeng, L. I. (2022). Dynamic Pricing Model of Service-Oriented Educational Products Based on Revenue Management. *Hindawi Journal*, 1-13.
- Kuantitatif, M. P. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jember: STAIN Jember Press.
- Kusnandi. (2017). Konsep Dasar dan Strategi Penjaminan Mutu Pendidikan: Sebagai Review Kebijakan Mutu Pendidikan. *Indonesian Journal of Education Management and Administration Review*, 107-118.
- La Hewi, M. S. (2020). Refleksi Hasil PISA: Upaya Perbaikan Bertumpu Pada Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Golden Age*, 30-41.
- Lubis, A. A. (Vol. 16, No. 2, 2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis UMSU*, 1-11.

- Lupioyadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa : berbasis kompetensi*. Jakarta: salemba empat,.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 333-341.
- Moh Nasuka. (2017). Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Layanan Inti. *Jurnal Syari'ah dan Hukum Diktum*, 191-205.
- Ningsih, S. (2012). Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Lembaga Pendidikan Solocom Di Surakarta. *Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 125-134.
- Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB.
- Philip Kotler, G. A. (2015). *Marketing an Introducing*. London: Pearson.
- Philiph Kotler, K. L. (2016). *Marketing Management*. New York: Pearson.
- Pramuditya, P. Y. (2021). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Prodi Manajemen Fakultas Eknomi Universitas Sanata Dhrama*, 2.
- Rahmat. (2021). Analisis Pengaruh Produk, Orang dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di Sekola Nisrina Bekasi. *Jurnal perspektif Manajerial dan Kewirausahaan*, 1-15.
- Riduwan, A. (2009). *Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rohmah, Z. A. (2019). *Pengaruh Produk dan Harga jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih*

Sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal.
Semarang: FITK UIN Walisongo.

- Sandu Siyoto, A. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Setiawan, F. (2014). Konsep Masalah (Utility) dalam al-Qur'an Surat al-Baqarah ayat 168 dan Surat al-A'raf ayat 31. *Journal Trunojoyo*, 2-17.
- Shani, R. (2022, mei 20). *Indeks Pembangunan Manusia di Jepara Hanya 7 Tahun*. Diambil kembali dari medcom.id: <https://nusantara.medcom.id/>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia.
- Sri R. Sampurnaningish, M. R. (2022). Pengaruh Current Rasiondan Debt to Asset Ratio Terhadap Kinerja Keuangan. *Humanis*, 178-185.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, . Bandung: CV Alfabeta.
- Supriadi Muslimin, Z. W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam . *Al Azhar*, 1-11.
- Syafarudin, D. (2018). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Leastari.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Usaha, T. (2022, Juni 8). *Profil Madrasah*. Diambil kembali dari MTs Miftahul Huda BULungan: <https://mtsmifdabulungan.sch.id/read/2/profil>

- Veithzal Rivai Zainal, M. S. (2014). *Islamic Business Management Praktik Manajemen Bisnis yang sesuai Syariah Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Wahyudi, L. N. (2017). Pengaruh Kualitas Sekolah Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Word Of Mouth. *Jurnal MIX*, 447-464.
- Wijaya, D. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 2.
- Yuliara, I. M. (2016). *Regresi Linier Sederhana*. Bandung: Universitas Udayana.
- Yuliawan, K. (2021). Pelatihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif . *Jurnal Membangun Negeri*, 43-50.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, , 17-23.

LAMPIRAN 1 : DAFTAR NAMA RESPONDEN

No. Responden	Nama Wali	Nama Peserta Didik
Resp.1	Abak	Astri Juwita
Resp.2	Abdul Khayi	Djazuli Abdul Jabbar
Resp.3	Abdul Muiz Hasbullah	Rofiqul Uyunin Najwa
Resp.4	Abdullah Rozani	Lutfina Wulandari
Resp.5	Agus Harmanto	Muhammad Azkasyabab J
Resp.6	Agus Rudiansyah	Agus Rudiansyah
Resp.7	Agus Sholeh Fandillah	M. Mahmudi Khoirul Anwar
Resp.8	Agus Supriyanto	Muhammad Maftuh Maulana Mas'ud
Resp.9	Agus Supriyono	M Andika Firnanda
Resp.10	Agustina Ega Pratiwi	Agista Silvia Putri
Resp.11	Ahmad Barowi	Muhammad Al Madani
Resp.12	Ahmad Burdianto	Ismiati Fitri Wulandari
Resp.13	Ahmad Nasikhun	M Nur Fikri Safiqurrahman
Resp.14	Ahmad Ronji	Muhammad Asif Maulana
Resp.15	Ahmad Yasik	Izzatul Lutfi Yanah
Resp.16	Akhmad Khoirul Umam	Salwa Fitriani
Resp.17	Akhmad Nuril Huda	Jawahir Ageng Priyoto
Resp.18	Ali Usman	M.Faril Nur Afandi
Resp.19	Aning Susanti	Adinda Almira Syaharani
Resp.20	Anjar Wati	Marfel Putra Irwansyah
Resp.21	Arismanto	M.Lucy Afi Aulana
Resp.22	Asghil	Badriah
Resp.23	Atid	Lailatul Isnaini Fajriyah
Resp.24	Badrun Nujum	Miftahus Salam
Resp.25	Bisri	Natasya Dwi Novianti
Resp.26	Bu Ery	Muhammad Farelian
Resp.27	Bu Ery	M.Adip Putra P.A

Resp.28	Bu Fais	M Deva Arman Maulana
Resp.29	Bu Faizz	Vani Veberian Vallentino
Resp.30	Bu Meyla	Fatihatul Nikmah
Resp.31	Daman	Ika Rahma Damayanti
Resp.32	Dea Rara Sari	Mts Miftahul Huda Bulungan
Resp.33	Dewi Maesaroh	M.Robikh Alfaz
Resp.34	Didik Liswanto	Mega Olivia Nanda Safitri
Resp.35	Dwi Mulyono	Naswa Nikmatuk Khasanah
Resp.36	Dwi Santoso	Budi Santoso
Resp.37	Edi Kusnanto	Husnul Fahri Aulal Munib
Resp.38	Elli ASRONI	Rusyda Zalfa Agustin
Resp.39	Etik Khasnah	Ahmad Azza Maulid Tsani
Resp.40	Eva Naningsih	Clara Anggraini Mutiara Hikmah
Resp.41	Fitri Nuraini	Fifiana Aulia Sati
Resp.42	Hadi	M.Abdul Malik
Resp.43	Harmanto Agus	Muhammad Azkasyabab J
Resp.44	Harno	Wisnu Aditya
Resp.45	Harun	Itta Riany Anindita
Resp.46	Henik Susanti	Faisal Rendy Saputra
Resp.47	Ibrohim Kholil	Mohammad Nor Ismail
Resp.48	Iltiqoul Aqidah	Muhammad Aldiansyah
Resp.49	Imam Abroza	Isnaini Tri Malikha
Resp.50	Imroatus Sholikhah	Kurnia Rizky Amalia
Resp.51	Isadah Fitri	Shika Melani Vindri
Resp.52	Jamasri	M.Alfan Dikron Nur Izzi
Resp.53	Jumiati	Reni Almi Awwidzatin
Resp.54	Kartadi	Nindia Ayu Kumala Putri
Resp.55	Khoiruman	Ahmad Aona Robbi
Resp.56	Kristiyanti	Natasya Dwi Novianti
Resp.57	Kuat	Fahrudin Risqi

Resp.58	Kunaripah	Tata Ainur Rizqi
Resp.59	Kuswito	Khoriska Septia Ramandani
Resp.60	Lis Tiyanah	Dio Wahyu Duwi Saputra
Resp.61	Listiyono	Misbahul Gozali
Resp.62	Liswanto Didik	Mega Olivia Nanda Safitri
Resp.63	Lukman Awaludin	Gabrillah Dwi Febriana
Resp.64	Lukmawati	Lukmsn Wahyu Haryanto
Resp.65	M Ali Sodiqin	M. Fajar Aprillian Dika
Resp.66	Marfuah	A. Alfian Ilham Maulana
Resp.67	Masrurotun Alfiyah	Muhammad Emil Hakim
Resp.68	Meilavolita	Fatihatul Nikmah
Resp.69	Meilavolita	Fatihatul Nikmah
Resp.70	Miftahul Jamil	Tarisha Adelia Sari
Resp.71	Misbahus Surur	Dwi Putri Ramadhani
Resp.72	Mohammad Sodikin	Muhammad Adzin Rafif
Resp.73	Muh Ansori	Amelia
Resp.74	Muh.Soleh	Putri Mayca Avis Sofieani
Resp.75	Muhammad Arifin	Ana Nor Silviana
Resp.76	Muhammad Nurfayakun	Dea Rara Sari
Resp.77	Muhammad Taufik	Safa'at Davi Hidayat
Resp.78	Muiz Hasbullah	Rofiqul Uyunin Najwa
Resp.79	Muntamah	Lanang Bagus Pambudi
Resp.80	Ngatmini	Muhammad Ari Firmansyah
Resp.81	Nunik Anah	Fitri Umi Latifah
Resp.82	Nur Ali	Rohmad Eko Wijayanto
Resp.83	Nur Cahyati	Muhammad Askarul Afkar
Resp.84	Nur Chayati	Mas Abi Muhammad Amin
Resp.85	Nur Fauzan	M.Raihan Dwi Kurniawan
Resp.86	Nur Fitriana	Muhammad Khafid Maulin Niam
Resp.87	Nur Ika Pujiati	Irfan Ardiyansyah

Resp.88	Nur Kasan	Amilatul Hiqmah
Resp.89	Nur Khasanah	Hisyam Nabil Abdullah
Resp.90	Nur Viara Wulandari	Ahmad Miftahul Afandi
Resp.91	Nur Yaqim	Muhammad Ananda Okta
Resp.92	Nuril Achmad	Vindy Devina Astita
Resp.93	Nurul Abidin	Raditya Khoirul Anwar
Resp.94	Nurul Akrip	Muhamad Adip Putra
Resp.95	Nuryadi	Putri Sekar Wangi Arum Lestari
Resp.96	Pardam	M.Afif Ilham
Resp.97	Pardam	M.Afif Ilham
Resp.98	Posdi	Muhammad Afrian Rizqi Hidayat
Resp.99	Purwolestariyono	Rara Aulia Ramadhani
Resp.100	Rotib	Lailatul Isnaini Fajriyah
Resp.101	Sahri	Hidayatul Kholis
Resp.102	Saleha Mahmud	Muhammad Taufik
Resp.103	Santoso	Ahamad Budi
Resp.104	Santoso Dwi	Dwi Satria
Resp.105	Shodiqin	Muhammad Faizin
Resp.106	Sholikatun	Himmatul Aliyah
Resp.107	Shonhaji	Ni'ami Andra Setiawan
Resp.108	Siti Kuratun Nikmah	Hanny Nur Amelia Putri
Resp.109	Siti Marfu'ah	Aqilla Salsabil Jannah
Resp.110	Siti Muliya K	Ahmad Very Irfansyah
Resp.111	Siti Munawaroh	Zaskia Lailan Nazwa
Resp.112	Siti Nur Tof Asfiyah	Niko Yoga Saputra
Resp.113	Siti Nur Tof Asfiyah	Farid Fadillah
Resp.114	Siti Nur Tof Asfiyah. S. Pd. I	M. Fikri Suharto
Resp.115	Siti Rohmatun	Nesya Aprilia Ananta
Resp.116	Siti Umayah	Gabrila Dwi Febriana

Resp.117	Siti Umayah	Gabrilla Dwi Febriana
Resp.118	Sodiq Murtadlo	St. Intan Nuraini Soffa
Resp.119	Sri Suryani	Nadiyya Kaffiyyani
Resp.120	Su Parno	M.Setiawan Kresno Nugroho
Resp.121	Subur	M.Solikul Anjis
Resp.122	Suci Nor Amalia	Rara Yolanda Wulansari
Resp.123	Sugiarto	Rizky Saafirotn Nisa'
Resp.124	Sugiyanto	Nila Anzani
Resp.125	Sugiyono	Durrotun Mukhoyyarah
Resp.126	Sugiyono	Nila Anzani
Resp.127	Sujai	Nurul Jannah
Resp.128	Sujono	Nurul Jannah
Resp.129	Sukardi	M Fais Ferdian
Resp.130	Sukarto	Tri Juliana
Resp.131	Sukrisno	Akhma Pasha Dena
Resp.132	Sulis Wati	Ririn Nafisatul Faizah
Resp.133	Suliyono	Syeina Anggi Putri
Resp.134	Supaat	Muhammad Fahmi Abi Bastian
Resp.135	Suprpto	Muhammad Tegar Saputro
Resp.136	Suprayitno	Hidayatul Kiftiyah
Resp.137	Supri Yanto	Nadine Frisca Delia Ramandani
Resp.138	Supriyadi	Bisma Adiyatma
Resp.139	Supriyanto Agus	Muhammad Maftuh Maulana Mas'ud
Resp.140	Suryadi	Muhammad Aliyafi
Resp.141	Susanto	Wisnu Sendy Prasetya
Resp.142	Sutomo	Bahrul Ulum Amali
Resp.143	Sutrisno	Serli Fatmalasari
Resp.144	Syamsul Maarif	M. Niam Kamil
Resp.145	Tafrikan	Suci Isnaini

Resp.146	Titik Alfianah	M.Avis Eryistiyanto
Resp.147	Tri Muryani	Sigit Zunan Satrio
Resp.148	Waimah	Laksmi Afiani
Resp.149	Wawan Susanto	Muhammad Latief Ardhani
Resp.150	Yaqim Nur	Muhammad Ananda Herlambang
Resp.151	Yasik Ahmad	Izzatul Lutfi Yanah
Resp.152	Yulawati	Fadli Sidik Rifai
Resp.153	Zaenal Arifin	Muhammad Nur Fahrudin
Resp.154	Zulaikah	Muhammad Dera
Resp.155	Zuli Rukmawati	Muhammad Gabriel Septian Pratama
Resp.156	Zulistina Irawati	Rizqi Nauval Yusuf
Resp.157	Zunaeroh	Muhammad Rajif Sya'bana Al Wachid

LAMPIRAN 2 : KUESIONER PENELITIAN GOOGLE FORM

Bagian 1 dari 2

SURVEI KEPUASAN WALI PESERTA DIDIK

Survei Kepuasan Wali Peserta Didik Terhadap Baurean Produk dan harga yang dihadirkan MTs Miftahul Huda Bulungan

NAMA WALI PESERTA DIDIK Wajib diisi

Teks jawaban singkat

NAMA ANAK YANG BERSEKOLAH *

Teks jawaban singkat

KELAS 7 A
 7 B
 7 C
 7 D
 8 A
 8 B
 8 C
 8 D
 9 A
 9 B
 9 C
 9 D *

TAHUN ANAK MASUK MTs MIFTAHUL HUDA BULLUNGAN 2018
 2019
 2020
 2021
 2022 *

JENIS KELAMIN *

TAHUN ANAK MASUK MTs MIFTAHUL HUDA BULUNGAN *

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021
- 2022

JENIS KELAMIN *

- LAKHLAKI
- PEREMPUAN

ALAMAT TINGGAL / DOMISILI *

Teks jawaban panjang

PEKERJAAN ORANG TUA / WALI *

- SWASTA
- WIRASWASTA
- PNS
- Lainnya...

PENDAPATAN ORANG TUA DALAM SEBULAN *

- Rp. 500.000,- - 1.000.000,
- Rp. 1.000.000,- - 1.500.000,
- Rp. 1.500.000,- - 2.000.000
- > Rp. 2.000.000

ALASAN MASUK MTs MIFTAHUL HUDA *

- keinginan anak sendiri
- keinginan orang tua
- saran / ajakan teman
- Lainnya...

Setelah bagian 1 Lanjutkan ke bagian berikut

SURVEI KEPUASAN WALI PESERTA DIDIK

Berilah penilaian Anda terhadap pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda bulatan hitam pada alternatif pilihan ganda ini.

Skala yang dibagikan:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Contoh skala pengisian kuisioner

No.	Pernyataan		Skala				
			1	2	3	4	5
1	Sangat Tidak Setuju	STS	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Tidak Setuju	TS	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Netral	N	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Setuju	S	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Sangat Setuju	SS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

1. Kinerja pendidikan dan pembelajaran yang diberikan pendidik (guru) dan tenaga kependidikan MTs Miftahul Huda sesuai dengan harapan saya.

1 2 3 4 5

2. Sarana dan prasarana pendidikan serta kegiatan ekstrakurikuler di MTs Miftahul Huda sesuai dengan harapan dan kebutuhan anak saya.

1 2 3 4 5

3. MTs Miftahul Huda Bulungan memiliki pendidik (guru), tenaga kependidikan, layanan dan fasilitas yang istimewa.

1 2 3 4 5

4. MTs Miftahul Huda Bulungan memiliki kurikulum pendidikan yang baik dan tidak memberatkan peserta didik.

1 2 3 4 5

5. Kegiatan pendidikan dan pembelajaran di MTs Miftahul Huda Bulungan sesuai dengan yang dijanjikan dan tuntutan zaman. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

6. Kegiatan pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan tidak pernah mengecewakan / gagal. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

7. Melalui kegiatan pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan, mampu mencetak siswa siswi yang berprestasi di berbagai bidang. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

8. MTs Miftahul Huda Bulungan memiliki lingkungan sekolah yang nyaman dan didukung sarana dan prasarana yang memadai. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

9. MTs Miftahul Huda Bulungan memiliki ruangan kelas, perpustakaan, dan laboratorium yang nyaman. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

10. Anak saya sebagai Siswa / Siswi menyukai segala bentuk layanan pendidikan yang dihadirkan oleh MTs Miftahul Huda Bulungan. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

11. Harga Pendidikan (Syahriyah, Infak, dst) di MTs Miftahul Huda Bulungan cukup terjangkau untuk perekonomian saya. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

12. Selama anak saya bersekolah di MTs Miftahul Huda Bulungan tidak ada biaya yang memberatkan. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

13. Harga Pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan sesuai dengan kualitas pendidikan yang dihadirkan *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

14. Harga pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan sepengetahuan saya lebih terjangkau daripada sekolah swasta lainnya di Jepara. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

15. MTs Miftahul Huda Bulungan mengalokasikan beasiswa kepada peserta didik yang berhak. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

16. Harga pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan sesuai dengan manfaat yang anak saya dapatkan. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

17. Anak saya senang mengenyam pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

18. Saya menyukai layanan dan fasilitas pendidikan yang diberikan MTs Miftahul Huda Bulungan Kepada anak saya. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

16. Harga pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan sesuai dengan manfaat yang anak saya dapatkan. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

17. Anak saya senang mengenyam pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

18. Saya menyukai layanan dan fasilitas pendidikan yang diberikan MTs Miftahul Huda Bulungan Kepada anak saya. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

19. Saya terlibat aktif dalam menyebarkan informasi positif terkait MTs Miftahul Huda Bulungan kepada teman dan lingkungan masyarakat. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

20. Saya ikut merekomendasikan keluarga atau teman dekat saya untuk bersekolah di MTs Miftahul Huda Bulungan. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

21. Saya tidak pernah komplain terhadap segala kebijakan terkait program pendidikan yang dilaksanakan di MTs Miftahul Huda. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

22. MTs Miftahul Huda terbuka dalam menerima kritik dan saran yang diberikan oleh peserta didik. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

LAMPIRAN 3 : KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner

- Nama :
 Kelas :
 Tahun Masuk MTs MHB :
 Alamat :
 Pekerjaan Orang Tua / Wali : (Swasta, Wiraswasta, PNS), lainnya
 Gaji Orang Tua Dalam Sebulan :
 • Rp. 500.000, - 1.000.000,
 • Rp. 1.000.000, - 1.500.000,
 • Rp. 1.500.000, - 2.000.000
 • Rp. -
- Alasan Masuk MTs MHB : (keinginan sendiri, keinginan ortu, teman), lainnya....

Berilah penilaian Anda terhadap pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda (●) pada alternatif pilihan ganda ini:

Skala yang diberikan:

No.	Pernyataan		Skala				
			1	2	3	4	5
1	Sangat Tidak Setuju	STS	●	○	○	○	○
2	Tidak Setuju	TS	○	●	○	○	○
3	Netral	N	○	○	●	○	○
4	Setuju	S	○	○	○	●	○
5	Sangat Setuju	SS	○	○	○	○	●

Pernyataan :

Kualitas Produk (X₁)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kinerja pendidikan dan pembelajaran yang diberikan pendidik dan tenaga kependidikan sesuai dengan harapan saya.	○	○	○	○	○

2	Kinerja sarana dan prasarana pendidikan serta kegiatan ekstrakurikuler sesuai harapan dan kebutuhan saya.	<input type="radio"/>				
3	MTs Miftahul Huda Bulungan memiliki pendidik dan tenaga kependidikan yang menyenangkan dan kegiatan pembelajaran yang menarik.	<input type="radio"/>				
4	MTs Miftahul Huda Bulungan memiliki kurikulum pendidikan yang baik dan memberatkan peserta didik.	<input type="radio"/>				
5	Kegiatan pendidikan dan pembelajaran di MTs Miftahul Huda Bulungan sesuai dengan tuntutan zaman.	<input type="radio"/>				
6	Kegiatan pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan tidak pernah mengecewakan / gagal	<input type="radio"/>				
7	Melalui kegiatan pendidikan di MTs Miftahul Huda Bulungan, mampu mencetak siswa siswi yang berprestasi di berbagai bidang.	<input type="radio"/>				
8	MTs Miftahul Huda Bulungan memiliki lingkungan sekolah yang bagus dan didukung sarana dan prasarana yang memadai.	<input type="radio"/>				
9	MTs Miftahul Huda Bulungan memiliki ruangan kelas, perpustakaan, dan laboratorium yang nyaman.	<input type="radio"/>				
10	Sebagai wali peserta didik, Saya menyukai segala bentuk produk jasa pendidikan yang dihadirkan oleh MTs Miftahul Huda Bulungan kepada anak saya.	<input type="radio"/>				

Harga (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
11	Harga Pendidikan (Syahriyah, Infak, dst) di MTs Miftahul Huda Bulungan cukup terjangkau untuk perekonomian saya.	<input type="radio"/>				

12	Selama anak saya bersekolah di MTs Mifathul Huda Bulungan tidak ada biaya yang memberatkan.	<input type="radio"/>				
13	Harga Pendidikan di MTs Mifathul Huda Bulungan sesuai dengan kualitas pendidikan yang dihadirkan.	<input type="radio"/>				
14	Harga pendidikan di MTs Mifathul Huda Bulungan sepengetahuan saya lebih terjangkau daripada sekolah swasta lainnya di Jepara.	<input type="radio"/>				
15	MTs Mifathul Huda Bulungan memberikan beasiswa kepada peserta didik yang berprestasi dan membutuhkan.	<input type="radio"/>				
16	Harga pendidikan di MTs Mifathul Huda Bulungan sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.	<input type="radio"/>				

Kepuasan Wali Peserta Didik (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
17	Saya senang anak saya mengenyam pendidikan di MTs Mifathul Huda Bulungan.	<input type="radio"/>				
18	Saya menyukai layanan dan fasilitas pendidikan MTs Mifathul Huda Bulungan yang diberikan kepada anak saya	<input type="radio"/>				
19	Saya terlibat aktif dalam menyebarkan informasi positif terkait MTs Mifathul Huda Bulungan kepada teman dan lingkungan masyarakat.	<input type="radio"/>				
20	Saya ikut merekomendasikan keluarga atau teman dekat saya agar menyekolahkan anaknya bersekolah di MTs Mifathul Huda Bulungan.	<input type="radio"/>				
21	Saya tidak pernah komplain terhadap segala kebijakan terkait program pendidikan yang dilaksanakan di MTs Mifathul Huda kepada anak saya.	<input type="radio"/>				
22	MTs Mifathul Huda terbuka dalam menerima kritik dan saran yang diberikan oleh peserta didik	<input type="radio"/>				

**LAMPIRAN 4 : DAFTAR HASIL JAWABAN RESPONDEN
KUESIONER KUALITAS PRODUK MTS MIFTAHUL
HUDA BULUNGAN**

No. Resp	Nomor Pernyataan										Total skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
R.1	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	44
R.2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37
R.3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
R.4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
R.5	3	5	3	3	4	3	3	4	4	4	36
R.6	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11
R.7	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11
R.8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
R.10	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
R.11	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	37
R.12	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
R.13	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	46
R.14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R.15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.16	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	38
R.17	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
R.18	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	33
R.19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
R.20	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
R.21	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	36
R.22	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
R.23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
R.24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
R.25	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
R.26	5	4	4	4	3	3	4	2	4	3	36

R.27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R.29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R.31	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
R.32	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	43
R.33	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	47
R.34	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	45
R.35	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	44
R.36	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
R.37	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
R.38	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
R.39	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
R.40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.42	3	3	3	3	4	3	5	4	5	5	38
R.43	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
R.44	4	4	5	4	3	4	5	3	5	4	41
R.45	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
R.46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.47	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	41
R.48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.49	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	12
R.50	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	47
R.51	4	3	3	5	3	4	5	5	4	4	40
R.52	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
R.53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.55	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
R.56	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
R.57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

R.59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.60	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
R.61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.62	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
R.63	1	5	2	2	3	4	3	5	3	1	29
R.64	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	44
R.65	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	43
R.66	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
R.67	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	44
R.68	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	47
R.69	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
R.70	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	37
R.71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R.72	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
R.73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R.74	4	4	3	5	5	2	3	5	3	5	39
R.75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.76	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
R.77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.78	4	4	3	4	5	3	3	5	4	3	38
R.79	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	36
R.80	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	35
R.81	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
R.82	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
R.83	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
R.84	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
R.85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.86	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	45
R.87	4	5	5	4	3	2	5	3	1	2	34
R.88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.89	5	5	5	4	3	2	5	5	3	4	41
R.90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

R.91	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
R.92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.93	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38
R.94	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
R.95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R.96	4	3	5	4	4	3	5	4	5	3	40
R.97	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	39
R.98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.99	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	36
R.100	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	36
R.101	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
R.102	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
R.103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R.105	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
R.106	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	46
R.107	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	46
R.108	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
R.109	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
R.110	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
R.111	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	44
R.112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R.113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.114	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45
R.115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
R.116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
R.117	4	5	5	4	3	5	4	5	5	3	43
R.118	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
R.119	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	44
R.120	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
R.121	3	4	3	4	5	4	3	4	5	5	40
R.122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

R.123	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
R.124	1	4	4	5	3	5	4	1	3	4	34
R.125	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
R.126	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	37
R.127	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	37
R.128	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
R.129	3	4	4	3	3	1	5	3	5	3	34
R.130	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
R.131	3	5	3	4	4	3	4	4	4	3	37
R.132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	32
R.133	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
R.134	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
R.135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.137	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
R.138	4	4	3	3	4	3	3	5	4	4	37
R.139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.140	5	4	5	4	3	5	3	5	4	5	43
R.141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R.143	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	38
R.144	3	3	4	2	3	3	4	3	4	4	33
R.145	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	45
R.146	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
R.147	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	39
R.148	4	3	5	4	4	2	5	4	4	2	37
R.149	2	2	2	5	5	2	5	4	4	5	36
R.150	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	43
R.151	5	4	5	4	4	2	5	4	5	5	43
R.152	5	4	5	5	4	4	5	5	3	5	45
R.153	2	2	2	4	4	2	2	2	2	5	27
R.154	2	2	2	5	3	2	4	2	2	3	27

R.155	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	47
R.156	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
R.157	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38

**LAMPIRAN 5 : DAFTAR HASIL JAWABAN RESPONDEN
KUESIONER HARGA PENDIDIKAN MTS MIFTAHUL
HUDA BULUNGAN**

No. Resp	Nomor Pernyataan						Total Skor
	11	12	13	14	15	16	
R.1	4	4	4	3	4	4	19
R.2	4	4	4	3	4	4	22
R.3	3	3	4	3	3	3	21
R.4	4	3	4	3	4	4	8
R.5	4	3	3	4	4	3	7
R.6	1	3	1	1	1	1	23
R.7	1	2	1	1	1	1	7
R.8	4	4	4	3	4	4	29
R.9	2	1	1	1	1	1	24
R.10	5	5	5	4	5	5	22
R.11	3	4	4	4	5	4	26
R.12	3	4	4	4	3	4	30
R.13	4	3	5	5	4	5	24
R.14	5	5	5	5	5	5	24
R.15	4	4	4	4	4	4	25
R.16	4	4	4	4	4	4	18
R.17	4	4	4	4	5	4	30
R.18	3	3	3	3	3	3	29
R.19	5	5	5	5	5	5	21
R.20	5	4	5	5	5	5	24
R.21	4	4	3	3	4	3	24
R.22	4	4	4	4	4	4	21
R.23	3	4	4	3	5	5	24
R.24	3	3	4	4	3	4	19
R.25	4	4	4	4	4	4	24
R.26	3	4	5	2	2	3	27

R.27	4	4	4	4	4	4	24
R.28	4	4	5	4	5	5	30
R.29	4	4	4	4	4	4	24
R.30	5	5	5	5	5	5	24
R.31	4	4	4	4	4	4	26
R.32	4	4	3	4	5	4	27
R.33	5	5	4	4	4	4	25
R.34	5	5	4	3	5	5	25
R.35	4	4	4	4	5	4	30
R.36	5	4	4	4	4	4	26
R.37	5	5	5	5	5	5	22
R.38	4	4	4	4	5	5	22
R.39	3	3	4	3	5	4	24
R.40	3	3	4	4	4	4	23
R.41	4	4	4	4	4	4	28
R.42	3	3	5	5	3	4	24
R.43	4	5	5	5	5	4	24
R.44	4	4	3	4	5	4	24
R.45	4	4	4	4	4	4	25
R.46	4	4	4	4	4	4	24
R.47	4	5	4	4	4	4	6
R.48	4	4	4	4	4	4	30
R.49	1	1	1	1	1	1	18
R.50	5	5	5	5	5	5	22
R.51	3	2	3	3	4	3	24
R.52	4	3	4	3	4	4	23
R.53	4	4	4	4	4	4	24
R.54	4	3	4	4	4	4	25
R.55	4	4	4	4	4	4	21
R.56	5	4	4	4	4	4	22
R.57	4	3	3	4	4	3	24
R.58	3	3	4	4	4	4	24

R.59	4	4	4	4	4	4	20
R.60	4	4	4	4	4	4	24
R.61	3	3	3	3	4	4	22
R.62	4	4	4	4	4	4	27
R.63	1	5	5	2	4	5	24
R.64	5	5	4	4	4	5	30
R.65	4	4	4	3	5	4	25
R.66	5	5	5	5	5	5	26
R.67	4	3	4	5	5	4	19
R.68	4	4	5	4	5	4	21
R.69	4	3	3	2	4	3	30
R.70	3	3	3	4	5	3	25
R.71	5	5	5	5	5	5	22
R.72	4	4	4	4	5	4	25
R.73	5	3	5	1	5	3	24
R.74	5	4	3	4	5	4	26
R.75	4	4	4	4	4	4	24
R.76	4	4	4	5	4	5	26
R.77	4	4	4	4	4	4	21
R.78	4	4	4	4	5	5	22
R.79	3	4	4	4	3	3	19
R.80	4	3	4	3	4	4	30
R.81	3	4	3	3	3	3	6
R.82	5	5	5	5	5	5	27
R.83	1	1	1	1	1	1	24
R.84	4	5	4	5	5	4	21
R.85	4	4	4	4	4	4	25
R.86	4	3	3	3	4	4	24
R.87	3	5	5	3	5	4	25
R.88	4	4	4	4	4	4	23
R.89	5	5	4	3	5	3	12
R.90	4	3	4	4	4	4	24

R.91	3	3	3	1	1	1	25
R.92	4	4	4	4	4	4	29
R.93	4	4	4	4	5	4	26
R.94	5	5	5	5	4	5	20
R.95	4	4	4	4	5	5	23
R.96	3	3	3	4	3	4	22
R.97	3	4	4	4	4	4	21
R.98	4	3	4	3	4	4	21
R.99	3	4	3	3	4	4	23
R.100	3	4	3	3	4	4	24
R.101	4	3	4	4	4	4	24
R.102	4	4	4	4	4	4	28
R.103	4	4	4	4	4	4	24
R.104	4	5	5	4	5	5	26
R.105	4	4	4	3	4	5	25
R.106	4	4	5	4	5	4	30
R.107	4	4	4	5	4	4	30
R.108	5	5	5	5	5	5	26
R.109	5	5	5	5	5	5	24
R.110	4	4	4	5	5	4	30
R.111	4	3	4	5	4	4	20
R.112	5	5	5	5	5	5	25
R.113	3	4	3	3	3	4	24
R.114	5	4	4	4	4	4	24
R.115	4	4	4	4	4	4	26
R.116	4	4	4	4	4	4	26
R.117	4	4	4	5	5	4	27
R.118	4	4	4	5	5	4	21
R.119	4	4	5	4	5	5	24
R.120	4	3	4	3	4	3	30
R.121	4	4	4	4	4	4	25
R.122	5	5	5	5	5	5	24

R.123	4	4	4	4	4	5	25
R.124	5	1	5	4	4	5	22
R.125	4	4	4	4	5	4	22
R.126	4	4	3	4	4	3	30
R.127	4	4	4	3	4	3	18
R.128	5	5	5	5	5	5	24
R.129	3	3	3	3	3	3	22
R.130	4	4	4	4	4	4	18
R.131	4	4	3	3	4	4	16
R.132	3	3	3	3	3	3	24
R.133	2	2	3	3	3	3	24
R.134	4	4	4	4	4	4	23
R.135	4	4	4	4	4	4	25
R.136	4	3	4	4	4	4	22
R.137	4	4	4	4	5	4	24
R.138	3	5	4	3	3	4	27
R.139	4	4	4	4	4	4	24
R.140	4	5	4	5	4	5	24
R.141	4	4	4	4	4	4	22
R.142	4	4	4	4	4	4	19
R.143	4	4	3	3	4	4	28
R.144	2	4	3	3	4	3	6
R.145	4	5	5	5	4	5	21
R.146	1	1	1	1	1	1	26
R.147	4	2	4	3	4	4	28
R.148	5	5	4	3	5	4	30
R.149	5	5	4	5	4	5	28
R.150	5	5	5	5	5	5	29
R.151	5	4	5	4	5	5	30
R.152	5	5	5	4	5	5	30
R.153	5	5	5	5	5	5	26
R.154	5	5	5	5	5	5	27

R.155	4	4	4	5	5	4	26
R.156	4	4	5	5	5	4	27
R.157	4	5	4	5	4	4	26

**LAMPIRAN 6 : DAFTAR HASIL JAWABAN RESPONDEN
KUESIONER KEPUASAN WALI PESERTA DIDIK MTS
MIFTAHUL HUDA BULUNGAN**

No. Resp	Nomor Pernyataan						Total Skor
	17	18	19	20	21	22	
R.1	4	5	4	4	3	4	24
R.2	4	4	3	3	4	4	22
R.3	4	4	3	3	4	4	22
R.4	4	4	3	4	4	4	23
R.5	3	3	4	4	4	4	22
R.6	1	1	1	3	1	1	8
R.7	1	1	1	1	2	1	7
R.8	4	4	3	3	4	4	22
R.9	1	1	4	1	1	1	9
R.10	5	5	3	3	4	4	24
R.11	4	4	3	3	5	5	24
R.12	4	4	4	4	4	4	24
R.13	4	5	5	5	4	5	28
R.14	5	5	5	5	5	5	30
R.15	4	4	4	4	4	4	24
R.16	4	4	4	4	4	4	24
R.17	4	4	4	5	4	5	26
R.18	3	3	3	3	3	3	18
R.19	5	5	5	5	3	5	28
R.20	5	5	5	5	5	5	30
R.21	4	3	4	4	4	3	22
R.22	4	4	4	4	4	4	24
R.23	5	5	3	5	5	4	27
R.24	4	4	4	4	4	4	24
R.25	4	3	3	4	4	4	22

R.26	4	4	5	3	4	5	25
R.27	4	4	4	4	2	4	22
R.28	5	5	4	5	4	5	28
R.29	4	4	4	4	4	4	24
R.30	5	5	5	5	5	5	30
R.31	4	4	3	4	3	5	23
R.32	3	4	3	4	5	5	24
R.33	5	4	5	5	5	5	29
R.34	4	4	4	3	5	5	25
R.35	5	4	4	4	4	4	25
R.36	4	4	4	4	4	4	24
R.37	5	5	5	5	5	5	30
R.38	5	5	5	5	5	5	30
R.39	5	4	3	5	4	4	25
R.40	4	4	4	4	4	4	24
R.41	4	4	2	2	4	4	20
R.42	5	3	3	5	4	4	24
R.43	4	5	4	5	5	4	27
R.44	5	4	5	4	5	5	28
R.45	4	4	4	4	4	4	24
R.46	4	4	4	4	4	4	24
R.47	5	4	3	2	3	3	20
R.48	4	5	4	4	4	4	25
R.49	1	1	1	1	1	1	6
R.50	5	4	4	4	4	5	26
R.51	4	4	5	4	4	3	24
R.52	4	4	4	3	3	4	22
R.53	4	4	4	4	4	4	24
R.54	4	4	4	4	4	4	24
R.55	4	4	4	4	4	4	24
R.56	4	5	4	4	4	4	25
R.57	4	4	2	3	3	3	19

R.58	4	4	4	4	4	4	24
R.59	4	4	4	4	4	4	24
R.60	4	5	4	5	5	5	28
R.61	4	4	3	3	4	4	22
R.62	4	4	4	4	4	4	24
R.63	5	3	3	4	5	4	24
R.64	5	4	4	4	5	5	27
R.65	4	5	5	5	5	5	29
R.66	5	5	4	4	5	5	28
R.67	4	4	5	5	4	4	26
R.68	5	5	5	5	5	5	30
R.69	4	4	4	3	3	5	23
R.70	4	4	4	3	3	4	22
R.71	5	5	5	5	5	5	30
R.72	4	5	4	4	5	4	26
R.73	5	5	2	5	5	1	23
R.74	5	4	3	3	3	4	22
R.75	4	4	4	4	4	4	24
R.76	4	4	4	4	4	4	24
R.77	4	4	4	4	4	4	24
R.78	5	3	3	3	3	5	22
R.79	4	3	4	4	3	3	21
R.80	4	4	3	3	4	4	22
R.81	4	4	4	4	3	3	22
R.82	5	5	4	4	4	5	27
R.83	1	1	1	1	1	1	6
R.84	4	4	4	4	4	4	24
R.85	4	4	4	4	4	4	24
R.86	3	3	3	4	3	5	21
R.87	5	3	3	5	2	5	23
R.88	4	4	4	4	4	4	24
R.89	5	4	3	5	2	5	24

R.90	4	4	4	4	4	4	24
R.91	1	1	1	1	1	1	6
R.92	4	4	4	4	4	4	24
R.93	4	4	3	3	4	4	22
R.94	5	5	4	5	4	5	28
R.95	5	5	4	5	5	5	29
R.96	4	5	4	5	4	4	26
R.97	4	3	3	3	3	3	19
R.98	4	4	3	3	4	4	22
R.99	3	3	3	3	3	3	18
R.100	3	3	3	3	3	3	18
R.101	4	4	5	4	4	4	25
R.102	4	5	5	5	4	4	27
R.103	4	4	4	4	4	4	24
R.104	5	5	5	5	5	5	30
R.105	5	4	4	4	3	4	24
R.106	5	5	4	5	4	4	27
R.107	4	4	4	4	4	4	24
R.108	4	5	5	5	5	5	29
R.109	5	4	5	5	5	5	29
R.110	5	4	4	5	4	5	27
R.111	3	4	3	4	5	5	24
R.112	5	5	5	5	5	5	30
R.113	4	4	4	3	4	4	23
R.114	4	4	4	3	4	5	24
R.115	3	4	3	4	4	4	22
R.116	3	4	4	4	4	4	23
R.117	5	4	4	4	5	5	27
R.118	4	4	4	4	4	4	24
R.119	5	5	4	4	4	5	27
R.120	4	4	4	4	4	4	24
R.121	4	4	4	4	4	4	24

R.122	5	5	5	5	5	5	30
R.123	4	4	4	4	4	5	25
R.124	1	5	5	1	4	5	21
R.125	4	4	4	4	3	4	23
R.126	4	3	3	3	3	3	19
R.127	4	4	3	3	4	4	22
R.128	5	5	5	5	5	5	30
R.129	3	3	3	3	3	3	18
R.130	4	4	4	4	4	4	24
R.131	3	3	3	4	4	4	21
R.132	3	3	3	3	3	3	18
R.133	3	3	3	4	2	4	19
R.134	4	4	3	3	4	4	22
R.135	4	4	4	4	4	4	24
R.136	3	4	4	4	4	4	23
R.137	4	5	5	4	4	4	26
R.138	4	5	3	3	4	3	22
R.139	4	4	4	4	4	4	24
R.140	3	5	3	5	5	5	26
R.141	4	4	4	4	4	4	24
R.142	4	4	4	4	4	4	24
R.143	3	4	3	3	4	3	20
R.144	3	4	4	3	4	3	21
R.145	5	5	4	4	4	4	26
R.146	1	5	3	5	3	2	19
R.147	4	4	4	4	4	4	24
R.148	4	4	2	2	5	5	22
R.149	4	4	3	3	5	5	24
R.150	5	4	3	3	5	5	25
R.151	5	4	5	4	5	4	27
R.152	4	4	2	2	4	4	20
R.153	2	2	2	2	5	5	18

R.154	2	2	2	2	3	3	14
R.155	5	5	4	4	4	4	26
R.156	3	4	3	3	5	4	22
R.157	5	4	5	4	3	4	25

LAMPIRAN 7 : TABEL BANTU UJI T DAN F

Tabel Bantu Uji T						
X1				X2		
\hat{Y}	e^2	X_i^2		\hat{Y}	e^2	X_i^2
25,533	2,350	17,035		23,005	0,000	0,414
22,068	0,005	8,252		23,005	0,000	0,414
25,038	9,229	9,781		19,989	0,978	21,560
23,058	0,003	0,761		22,251	0,063	2,700
21,573	0,182	14,997		21,497	0,247	6,987
9,198	1,435	833,628		11,695	13,653	244,713
9,198	4,831	833,628		10,941	15,531	277,000
23,553	2,412	0,016		23,005	0,000	0,414
8,703	0,088	892,373		10,941	15,531	277,000
27,018	9,108	50,800		27,529	2,164	28,694
22,068	3,733	8,252		23,759	0,058	0,127
25,038	1,077	9,781		22,251	0,063	2,700
26,523	2,182	37,545		25,267	0,537	5,554
28,503	2,241	102,564		28,283	2,948	40,407
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
22,563	2,065	3,507		23,759	0,058	0,127
25,038	0,925	9,781		24,513	0,237	1,841
20,088	4,360	47,233		19,235	1,525	31,847
28,008	0,000	83,309		28,283	2,948	40,407
27,513	6,185	66,054		27,529	2,164	28,694
21,573	0,182	14,997		21,497	0,247	6,987
24,543	0,295	4,526		23,759	0,058	0,127
24,543	6,037	4,526		23,759	0,058	0,127
23,553	0,200	0,016		21,497	0,247	6,987
22,563	0,317	3,507		23,759	0,058	0,127
21,573	11,744	14,997		19,989	0,978	21,560
23,553	2,412	0,016		23,759	0,058	0,127

28,503	0,253	102,564		26,021	0,958	11,267
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
28,503	2,241	102,564		28,283	2,948	40,407
22,563	0,191	3,507		23,759	0,058	0,127
25,038	1,077	9,781		23,759	0,058	0,127
27,018	3,928	50,800		25,267	0,537	5,554
26,028	1,057	26,290		26,021	0,958	11,267
25,533	0,284	17,035		24,513	0,237	1,841
28,008	16,064	83,309		24,513	0,237	1,841
27,513	6,185	66,054		28,283	2,948	40,407
27,513	6,185	66,054		25,267	0,537	5,554
24,048	0,906	1,271		22,251	0,063	2,700
23,553	0,200	0,016		22,251	0,063	2,700
23,553	12,624	0,016		23,759	0,058	0,127
22,563	2,065	3,507		23,005	0,000	0,414
26,028	0,945	26,290		26,775	1,501	18,981
24,048	15,618	1,271		23,759	0,058	0,127
23,058	0,887	0,761		23,759	0,058	0,127
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
24,048	16,386	1,271		24,513	0,237	1,841
23,553	2,094	0,016		23,759	0,058	0,127
9,693	13,638	776,882		10,187	17,531	311,286
27,018	1,036	50,800		28,283	2,948	40,407
23,553	0,200	0,016		19,235	1,525	31,847
22,563	0,317	3,507		22,251	0,063	2,700
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
23,553	0,200	0,016		23,005	0,000	0,414
23,058	0,887	0,761		23,759	0,058	0,127
27,018	4,072	50,800		24,513	0,237	1,841
23,553	20,730	0,016		21,497	0,247	6,987
23,553	0,200	0,016		22,251	0,063	2,700

23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
27,018	0,964	50,800		23,759	0,058	0,127
23,553	2,412	0,016		20,743	0,552	13,274
22,563	2,065	3,507		23,759	0,058	0,127
18,108	34,716	118,214		22,251	0,063	2,700
25,533	2,152	17,035		26,021	0,958	11,267
25,038	15,697	9,781		23,759	0,058	0,127
27,513	0,237	66,054		28,283	2,948	40,407
25,533	0,218	17,035		24,513	0,237	1,841
27,018	8,892	50,800		25,267	0,537	5,554
22,563	0,191	3,507		19,989	0,978	21,560
22,068	0,005	8,252		21,497	0,247	6,987
28,503	2,241	102,564		28,283	2,948	40,407
24,543	2,123	4,526		24,513	0,237	1,841
28,503	30,283	102,564		22,251	0,063	2,700
23,058	1,119	0,761		24,513	0,237	1,841
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
24,543	0,295	4,526		25,267	0,537	5,554
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
22,563	0,317	3,507		25,267	0,537	5,554
21,573	0,328	14,997		21,497	0,247	6,987
21,078	0,850	23,742		22,251	0,063	2,700
19,098	8,422	78,723		19,989	0,978	21,560
28,008	1,016	83,309		28,283	2,948	40,407
8,703	7,306	892,373		10,187	17,531	311,286
27,018	9,108	50,800		26,021	0,958	11,267
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
26,028	25,281	26,290		21,497	0,247	6,987
20,583	5,842	34,488		24,513	0,237	1,841
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
24,048	0,002	1,271		24,513	0,237	1,841

23,553	0,200	0,016		23,005	0,000	0,414
8,703	7,306	892,373		14,711	7,350	135,567
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
22,563	0,317	3,507		24,513	0,237	1,841
27,513	0,237	66,054		27,529	2,164	28,694
28,503	0,247	102,564		25,267	0,537	5,554
23,553	5,988	0,016		20,743	0,552	13,274
23,058	16,467	0,761		23,005	0,000	0,414
23,553	2,412	0,016		22,251	0,063	2,700
21,573	12,766	14,997		21,497	0,247	6,987
21,573	12,766	14,997		21,497	0,247	6,987
24,048	0,906	1,271		23,005	0,000	0,414
24,048	8,714	1,271		23,759	0,058	0,127
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
28,503	2,241	102,564		26,775	1,501	18,981
24,543	0,295	4,526		23,759	0,058	0,127
26,523	0,228	37,545		25,267	0,537	5,554
26,523	6,366	37,545		24,513	0,237	1,841
26,028	8,833	26,290		28,283	2,948	40,407
26,523	6,136	37,545		28,283	2,948	40,407
25,533	2,152	17,035		25,267	0,537	5,554
25,533	2,350	17,035		23,759	0,058	0,127
28,503	2,241	102,564		28,283	2,948	40,407
23,553	0,306	0,016		20,743	0,552	13,274
26,028	4,113	26,290		24,513	0,237	1,841
23,058	1,119	0,761		23,759	0,058	0,127
23,058	0,003	0,761		23,759	0,058	0,127
25,038	3,849	9,781		25,267	0,537	5,554
27,018	9,108	50,800		25,267	0,537	5,554
25,533	2,152	17,035		26,021	0,958	11,267
23,058	0,887	0,761		21,497	0,247	6,987

23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
28,503	2,241	102,564		28,283	2,948	40,407
24,543	0,209	4,526		24,513	0,237	1,841
20,583	0,174	34,488		23,759	0,058	0,127
24,048	1,098	1,271		24,513	0,237	1,841
22,068	9,413	8,252		22,251	0,063	2,700
22,068	0,005	8,252		22,251	0,063	2,700
28,008	3,968	83,309		28,283	2,948	40,407
20,583	6,672	34,488		19,235	1,525	31,847
24,048	0,002	1,271		23,759	0,058	0,127
22,068	1,141	8,252		22,251	0,063	2,700
19,593	2,538	61,978		19,235	1,525	31,847
19,593	0,352	61,978		17,727	2,983	58,420
23,058	1,119	0,761		23,759	0,058	0,127
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
23,553	0,306	0,016		23,005	0,000	0,414
24,048	3,810	1,271		24,513	0,237	1,841
22,068	0,005	8,252		22,251	0,063	2,700
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
25,038	0,925	9,781		26,021	0,958	11,267
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
23,553	0,200	0,016		23,759	0,058	0,127
22,563	6,569	3,507		22,251	0,063	2,700
20,088	0,832	47,233		19,989	0,978	21,560
26,028	0,001	26,290		26,775	1,501	18,981
8,703	106,028	892,373		10,187	17,531	311,286
23,058	0,887	0,761		21,497	0,247	6,987
22,068	0,005	8,252		25,267	0,537	5,554
21,573	5,890	14,997		26,775	1,501	18,981
25,038	0,001	9,781		28,283	2,948	40,407
25,038	3,849	9,781		26,775	1,501	18,981

26,028	36,337	26,290		27,529	2,164	28,694
17,118	0,778	165,704		28,283	2,948	40,407
17,118	9,722	165,704		28,283	2,948	40,407
27,018	1,036	50,800		25,267	0,537	5,554
26,028	16,225	26,290		26,021	0,958	11,267
22,563	5,939	3,507		25,267	0,537	5,554

LAMPIRAN 8 : TABEL BANTU REGRESI

Tabel Penolong Untuk Menghitung Regresi									
Resp.	X1	X2	Y	X1 ²	X2 ²	Y ²	X1.Y	X2.Y	X1.X2
R1	44	23	24	1936	529	576	1056	552	1012
R2	37	23	22	1369	529	484	814	506	851
R3	43	19	22	1849	361	484	946	418	817
R4	39	22	23	1521	484	529	897	506	858
R5	36	21	22	1296	441	484	792	462	756
R6	11	8	8	121	64	64	88	64	88
R7	11	7	7	121	49	49	77	49	77
R8	40	23	22	1600	529	484	880	506	920
R9	10	7	9	100	49	81	90	63	70
R10	47	29	24	2209	841	576	1128	696	1363
R11	37	24	24	1369	576	576	888	576	888
R12	43	22	24	1849	484	576	1032	528	946
R13	46	26	28	2116	676	784	1288	728	1196
R14	50	30	30	2500	900	900	1500	900	1500
R15	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R16	38	24	24	1444	576	576	912	576	912
R17	43	25	26	1849	625	676	1118	650	1075
R18	33	18	18	1089	324	324	594	324	594
R19	49	30	28	2401	900	784	1372	840	1470
R20	48	29	30	2304	841	900	1440	870	1392
R21	36	21	22	1296	441	484	792	462	756
R22	42	24	24	1764	576	576	1008	576	1008
R23	42	24	27	1764	576	729	1134	648	1008
R24	40	21	24	1600	441	576	960	504	840
R25	38	24	22	1444	576	484	836	528	912
R26	36	19	25	1296	361	625	900	475	684
R27	40	24	22	1600	576	484	880	528	960
R28	50	27	28	2500	729	784	1400	756	1350
R29	40	24	24	1600	576	576	960	576	960

R30	50	30	30	2500	900	900	1500	900	1500
R31	38	24	23	1444	576	529	874	552	912
R32	43	24	24	1849	576	576	1032	576	1032
R33	47	26	29	2209	676	841	1363	754	1222
R34	45	27	25	2025	729	625	1125	675	1215
R35	44	25	25	1936	625	625	1100	625	1100
R36	49	25	24	2401	625	576	1176	600	1225
R37	48	30	30	2304	900	900	1440	900	1440
R38	48	26	30	2304	676	900	1440	780	1248
R39	41	22	25	1681	484	625	1025	550	902
R40	40	22	24	1600	484	576	960	528	880
R41	40	24	20	1600	576	400	800	480	960
R42	38	23	24	1444	529	576	912	552	874
R43	45	28	27	2025	784	729	1215	756	1260
R44	41	24	28	1681	576	784	1148	672	984
R45	39	24	24	1521	576	576	936	576	936
R46	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R47	41	25	20	1681	625	400	820	500	1025
R48	40	24	25	1600	576	625	1000	600	960
R49	12	6	6	144	36	36	72	36	72
R50	47	30	26	2209	900	676	1222	780	1410
R51	40	18	24	1600	324	576	960	432	720
R52	38	22	22	1444	484	484	836	484	836
R53	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R54	40	23	24	1600	529	576	960	552	920
R55	39	24	24	1521	576	576	936	576	936
R56	47	25	25	2209	625	625	1175	625	1175
R57	40	21	19	1600	441	361	760	399	840
R58	40	22	24	1600	484	576	960	528	880
R59	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R60	47	24	28	2209	576	784	1316	672	1128
R61	40	20	22	1600	400	484	880	440	800

R62	38	24	24	1444	576	576	912	576	912
R63	29	22	24	841	484	576	696	528	638
R64	44	27	27	1936	729	729	1188	729	1188
R65	43	24	29	1849	576	841	1247	696	1032
R66	48	30	28	2304	900	784	1344	840	1440
R67	44	25	26	1936	625	676	1144	650	1100
R68	47	26	30	2209	676	900	1410	780	1222
R69	38	19	23	1444	361	529	874	437	722
R70	37	21	22	1369	441	484	814	462	777
R71	50	30	30	2500	900	900	1500	900	1500
R72	42	25	26	1764	625	676	1092	650	1050
R73	50	22	23	2500	484	529	1150	506	1100
R74	39	25	22	1521	625	484	858	550	975
R75	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R76	42	26	24	1764	676	576	1008	624	1092
R77	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R78	38	26	22	1444	676	484	836	572	988
R79	36	21	21	1296	441	441	756	441	756
R80	35	22	22	1225	484	484	770	484	770
R81	31	19	22	961	361	484	682	418	589
R82	49	30	27	2401	900	729	1323	810	1470
R83	10	6	6	100	36	36	60	36	60
R84	47	27	24	2209	729	576	1128	648	1269
R85	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R86	45	21	21	2025	441	441	945	441	945
R87	34	25	23	1156	625	529	782	575	850
R88	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R89	41	25	24	1681	625	576	984	600	1025
R90	40	23	24	1600	529	576	960	552	920
R91	10	12	6	100	144	36	60	72	120
R92	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R93	38	25	22	1444	625	484	836	550	950

R94	48	29	28	2304	841	784	1344	812	1392
R95	50	26	29	2500	676	841	1450	754	1300
R96	40	20	26	1600	400	676	1040	520	800
R97	39	23	19	1521	529	361	741	437	897
R98	40	22	22	1600	484	484	880	484	880
R99	36	21	18	1296	441	324	648	378	756
R100	36	21	18	1296	441	324	648	378	756
R101	41	23	25	1681	529	625	1025	575	943
R102	41	24	27	1681	576	729	1107	648	984
R103	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R104	50	28	30	2500	784	900	1500	840	1400
R105	42	24	24	1764	576	576	1008	576	1008
R106	46	26	27	2116	676	729	1242	702	1196
R107	46	25	24	2116	625	576	1104	600	1150
R108	45	30	29	2025	900	841	1305	870	1350
R109	46	30	29	2116	900	841	1334	870	1380
R110	44	26	27	1936	676	729	1188	702	1144
R111	44	24	24	1936	576	576	1056	576	1056
R112	50	30	30	2500	900	900	1500	900	1500
R113	40	20	23	1600	400	529	920	460	800
R114	45	25	24	2025	625	576	1080	600	1125
R115	39	24	22	1521	576	484	858	528	936
R116	39	24	23	1521	576	529	897	552	936
R117	43	26	27	1849	676	729	1161	702	1118
R118	47	26	24	2209	676	576	1128	624	1222
R119	44	27	27	1936	729	729	1188	729	1188
R120	39	21	24	1521	441	576	936	504	819
R121	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R122	50	30	30	2500	900	900	1500	900	1500
R123	42	25	25	1764	625	625	1050	625	1050
R124	34	24	21	1156	576	441	714	504	816
R125	41	25	23	1681	625	529	943	575	1025

R126	37	22	19	1369	484	361	703	418	814
R127	37	22	22	1369	484	484	814	484	814
R128	49	30	30	2401	900	900	1470	900	1470
R129	34	18	18	1156	324	324	612	324	612
R130	41	24	24	1681	576	576	984	576	984
R131	37	22	21	1369	484	441	777	462	814
R132	32	18	18	1024	324	324	576	324	576
R133	32	16	19	1024	256	361	608	304	512
R134	39	24	22	1521	576	484	858	528	936
R135	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R136	40	23	23	1600	529	529	920	529	920
R137	41	25	26	1681	625	676	1066	650	1025
R138	37	22	22	1369	484	484	814	484	814
R139	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R140	43	27	26	1849	729	676	1118	702	1161
R141	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R142	40	24	24	1600	576	576	960	576	960
R143	38	22	20	1444	484	400	760	440	836
R144	33	19	21	1089	361	441	693	399	627
R145	45	28	26	2025	784	676	1170	728	1260
R146	10	6	19	100	36	361	190	114	60
R147	39	21	24	1521	441	576	936	504	819
R148	37	26	22	1369	676	484	814	572	962
R149	36	28	24	1296	784	576	864	672	1008
R150	43	30	25	1849	900	625	1075	750	1290
R151	43	28	27	1849	784	729	1161	756	1204
R152	45	29	20	2025	841	400	900	580	1305
R153	27	30	18	729	900	324	486	540	810
R154	27	30	14	729	900	196	378	420	810
R155	47	26	26	2209	676	676	1222	676	1222
R156	45	27	22	2025	729	484	990	594	1215
R157	38	26	25	1444	676	625	950	650	988

**LAMPIRAN 9 : HASIL PERHITUNGAN SPSS TERKAIT
KUALITAS PRODUK DAN HARGA SERTA KEPUASAN
WALI PESERTA DIDIK MTs MIFTAHUL HUDA
BULUNGAN**

1. Uji Validitas

a. Correlation X1 = Kualitas Produk

		ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4
ITEM 1	Pearson Correlation	1	,688**	,775**	,853**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 2	Pearson Correlation	,688**	1	,736**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 3	Pearson Correlation	,775**	,736**	1	,685**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	157	157	157	157
ITEM 4	Pearson Correlation	,653**	,651**	,685**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	157	157	157	157
ITEM 5	Pearson Correlation	,699**	,661**	,643**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 6	Pearson Correlation	,637**	,697**	,692**	,657**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 7	Pearson Correlation	,687**	,633**	,786**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 8	Pearson Correlation	,731**	,727**	,696**	,629**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 9	Pearson Correlation	,686**	,648**	,708**	,626**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 10	Pearson Correlation	,609**	,553**	,593**	,692**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
TOTAL SKOR PRODUK	Pearson Correlation	,852**	,831**	,872**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157

Correlations

		ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8
ITEM 1	Pearson Correlation	,699**	,637**	,687**	,731**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 2	Pearson Correlation	,661**	,697**	,633**	,727**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 3	Pearson Correlation	,643**	,692**	,786**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 4	Pearson Correlation	,723**	,657**	,716**	,629**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 5	Pearson Correlation	1	,644**	,665**	,743**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 6	Pearson Correlation	,644**	1	,589**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 7	Pearson Correlation	,665**	,589**	1	,667**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	157	157	157	157
ITEM 8	Pearson Correlation	,743**	,703**	,667**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	157	157	157	157
ITEM 9	Pearson Correlation	,710**	,674**	,723**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
ITEM 10	Pearson Correlation	,683**	,598**	,597**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157
TOTAL SKOR PRODUK	Pearson Correlation	,851**	,823**	,840**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157

Correlations

		ITEM 9	ITEM 10	TOTAL SKOR PRODUK
ITEM 1	Pearson Correlation	,686**	,609**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	157	157	157
ITEM 2	Pearson Correlation	,648**	,553**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	157	157	157
ITEM 3	Pearson Correlation	,708**	,593**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	157	157	157
ITEM 4	Pearson Correlation	,626**	,692**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	157	157	157
ITEM 5	Pearson Correlation	,710**	,683**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	157	157	157
ITEM 6	Pearson Correlation	,674**	,598**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	157	157	157
ITEM 7	Pearson Correlation	,723**	,597**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	157	157	157
ITEM 8	Pearson Correlation	,733**	,612**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	157	157	157
ITEM 9	Pearson Correlation	1	,666**	,854**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	157	157	157
ITEM 10	Pearson Correlation	,666**	1	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	157	157	157
TOTAL SKOR PRODUK	Pearson Correlation	,854**	,786**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	157	157	157

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

b. Correlation X2 = Harga Pendidikan

		Correlations						TOTAL SKOR HARGA
		ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	
ITEM 1	Pearson Correlation	1	,605**	,692**	,657**	,720**	,707**	,849**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 2	Pearson Correlation	,605**	1	,645**	,584**	,616**	,671**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 3	Pearson Correlation	,692**	,645**	1	,672**	,704**	,811**	,876**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 4	Pearson Correlation	,657**	,584**	,672**	1	,660**	,741**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 5	Pearson Correlation	,720**	,616**	,704**	,660**	1	,764**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 6	Pearson Correlation	,707**	,671**	,811**	,741**	,764**	1	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
TOTAL SKOR HARGA	Pearson Correlation	,849**	,798**	,876**	,844**	,868**	,910**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	157	157	157	157	157	157	157

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

c. Correlation Y = Kepuasan Pelanggan

		Correlations						TOTAL SKOR KEPUASAN
		ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	
ITEM 1	Pearson Correlation	1	,644**	,518**	,614**	,530**	,621**	,812**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 2	Pearson Correlation	,644**	1	,632**	,640**	,667**	,619**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 3	Pearson Correlation	,518**	,632**	1	,627**	,478**	,560**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 4	Pearson Correlation	,614**	,640**	,627**	1	,488**	,512**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 5	Pearson Correlation	,530**	,667**	,478**	,488**	1	,648**	,781**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
ITEM 6	Pearson Correlation	,621**	,619**	,560**	,512**	,648**	1	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	157	157	157	157	157	157	157
TOTAL SKOR KEPUASAN	Pearson Correlation	,812**	,862**	,785**	,803**	,781**	,815**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	157	157	157	157	157	157	157

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

2. Reliabilitas instrumen

a. Reliability X1 = Kualitas Produk

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	157	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	157	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	N of Items		
0,954	10		

b. Reliability X2 = Harga Pendidikan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	157	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	157	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	N of Items		
0,927	6		

c. Reliability Y = Kepuasan Pelanggan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	157	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	157	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	N of Items		
0,894	6		

3. Uji T dan Uji F

a. Uji T Variabel X1 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 ^a	,770	,768	2,152
a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2399,109	1	2399,109	517,822	,000 ^b
	Residual	718,126	155	4,633		
	Total	3117,236	156			
a. Dependent Variable: KEPUASAN_WALI_PESERTA_DIDIK						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK						

b. Uji T Variabel X2 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,784 ^a	,615	,613	2,781
a. Predictors: (Constant), HARGA				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1918,124	1	1918,124	247,941	,000 ^b
	Residual	1199,111	155	7,736		
	Total	3117,236	156			
a. Dependent Variable: KEPUASAN_WALI_PESERTA_DIDIK						
b. Predictors: (Constant), HARGA						

c. Uji F Variabel X1 dan X2 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,882 ^a	,778	,775	2,120
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS_PRODUK				

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,076	,913		3,369	,001
	KUALITAS_PRODUK	,417	,039	,738	10,615	,000
	HARGA	,160	,067	,166	2,390	,018
a. Dependent Variable: KEPUASAN_WALI_PESERTA_DIDIK						

LAMPIRAN 10 : SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jalan Prof. Hamka Km.2 Semarang 50185 Telp. 024-7601295 Fax. 024-7615387

Nomor : 2771/Un.10.3/D1/TA.00.01/06/2022

Semarang, 07 Juni 2022

Lamp : -

Hal : Permohonan Izin Riset

a.n : Muhammad Mekki Al-Madani Aba

NIM : 1803036120

Yth.

Kepala Sekolah MTs NU Miftahul Huda Bulungan Jepara

Di Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb.

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

Nama : Muhammad Mekki Al-Madani Aba

NIM : 1803036120

Alamat : Jl. Masjid Induk No.3, Randu Gede, Bulungan, Pakis Aji, Jepara 59456

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik Madrasah Tsanawiyah Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara

Pembimbing : Dr. Fahrurrozi, M. Ag

Mahasiswa tersebut membutuhkan data dengan tema/judul skripsi yang sedang disusun, oleh karena itu kami mohon Mahasiswa tersebut diberikan izin melaksanakan riset selama 7 hari, mulai tanggal 7 Juni 2022 sampai dengan tanggal 14 Juni 2022.

Demikian atas perhatian dan kerja sama disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.WB.



Tembusan :

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

LAMPIRAN 11 : SURAT PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN
Jl.Prof. Dr. Hamka Kampus II Ngaliyan Telp. 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185

Nomor : 2271/Un.10.3/J3/DA.04.09/04/2022 Semarang, 18 April 2022
Lampiran : -
Perihal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth.

Dr. Fahrurozi, M. Ag

Di Semarang

Assalaamu'alaikum wr. wb

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

Nama : Muhammad Mekki Al-Madani Aba

NIM : 1803036120

Judul : **Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Di Madrasah
Tsanawiyah Miftahul Huda Bulungan Pakis Aji Jepara**

Dan menunjuk :

Pembimbing : **Dr. Fahrurozi, M. Ag**

Demikian penunjukan pembimbing Skripsi ini disampaikan, dan atas kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum wr. wb.

**A.n. Dekan,
Ketua Jurusan MPI**


Dr. Fahrurozi, M. Ag
NIP. 19770415 200701 1032

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Walisongo Semarang

LAMPIRAN 12 : KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM MIFTAHUL HUDA BULUNGAN
AKTA NOTARIS NO. 26 TANGGAL 17 APRIL 2013

**MADRASAH TSANAWIYAH
MIFTAHUL HUDA BULUNGAN**

PAKIS AJI - JEPARA - JAWA TENGAH

NSM: 121233200032

TERAKREDITASI. A

NPSN: 20364278

Alamat: Jl. Masjid Indah No. 83 Bulungan, Kode Pos 59492 | Telp: (0291) 4201107 | mhs@59gyhdc.co.id | mtan@mftahulungan.sch.id | @mtanmftahulungan

SURAT KETERANGAN

Nomor: MTs.MHB/032/137/VI/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Huda Bulungan menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Mekki Al-Madani Aba
NIM : 1803036120
Program : Strata 1 (S.1)
Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Telah melakukan penelitian di MTs Miftahul Huda Bulungan pada Tanggal 7 Juni s/d 14 Juni 2022 dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Wali Peserta Didik Madrasah Tsanawiyah Miftahul Huda Bulungan".

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jepara, 26 Juni 2022
Kepala Madrasah,

ISROWIYAH, S.Ag., M.Pd.

LAMPIRAN 13 : RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Muhammad Mekki Al Madani Aba
2. Tempat & tgl. Lahir : Jepara, 06 Desember 2000
3. Alamat Rumah : Desa Bulungan RT 07 RW 05,
Pakis Aji, Jepara
 - a. HP : 085335202800
 - b. E-mail : almadaniaba1@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Riwayat Pendidikan
 - a. MI Tarbiyatul Ulum Bulungan Jepara
 - b. MTs Miftahul Huda Bulungan Jepara
 - c. MA NU Tasywiqut Thullab Salafiyah Kudus
2. Pendidikan Non Formal
 - a. TPQ Nahdlotus Shibyan Bulungan Jepara
 - b. Pon Pes Raudlatul Mutaallimin Jagalan 62 Kudus
3. Prestasi Akademik
 - a. Juara 1 lomba Bisnis Plan HMJ MPI 2018
 - b. Juara 2 lomba Bisnis Plan HMJ MPI 2019
 - c. Juara 1 lomba Essay Se-Jateng&DIY HMJ MPI 2020

Semarang, 20 Juni 2022



Muhammad Mekki Al Madani Aba

NIM: 1803036120