



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
SISWA YANG MENGGUNAKAN JASA PENDIDIKAN PADA
SEKOLAH MENENGAH PERTAMA CENDEKIA TENJOLAYA**

Skripsi

**Dibuat Oleh :
Deni Febrian
021114373**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2019**

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN SISWA
YANG MENGGUNAKAN JASA PENDIDIKAN PENDIDIKAN PADA
SEKOLAH MENENGAH PERTAMA CENDEKIA TENJOLAYA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan,
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA.)

Ketua Program Studi

(Tutus Rully, S.E., M.M.)

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN SISWA
YANG MENGGUNAKAN JASA PENDIDIKAN PENDIDIKAN PADA
SEKOLAH MENENGAH PERTAMA CENDEKIA TENJOLAYA**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : Sabtu Tanggal : 26/Januari/2019

Deni Febrin
021114373

Menyetujui,

Ketua Sidang,



(Hj. Dra. Sri Hartini, M.M.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Ferdisar Adrian, SE., M.M)

Anggota Komisi Pembimbing



(Yetty Husnul H, S.E., M.M)

ABSTRAK

DENI FEBRIAN. NPM 021114373. Manajemen. Manajemen Pemasaran. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Siswa Yang Menggunakan Jasa Pendidikan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Dibawah bimbingan Bapak FERDISAR ADRIAN dan Ibu YETTY HUSNUL H. Tahun 2018.

Sekolah memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen sebagai tempat untuk mendapatkan ilmu *softskill* dan *hardskill* apabila di hadapkan ke perlombaan atau tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor merupakan jumlah sekolah yang cukup banyak, baik sekolah SD,MI, SMP,SMA dan SMK. Badan Pusat Statistika Kecamatan Tenjolaya Bogor mencatat pada tahun 2017 jumlah penduduk laki-laki dan perempuan sebanyak 58.237 jiwa mengalami peningkatan pada tahun 2018 menjadi 58.739 jiwa. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Cendekia merupakan sekolah menengah pertama berbasis swasta yang terletak di Bogor dan berlokasi di Kp. Babakan Desa. Cinangneng Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor Jawa Barat. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan siswa. Jika harapan siswa ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan siswa tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan siswa tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap dan pembelajarannya tidak baik, sudah dapat dipastikan siswa tidak merasa puas.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan apakah terdapat hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Siswa Yang Menggunakan Jasa Pendidikan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian verifikatif dengan metode penelitian *explanatory survey* yang menggunakan data primer dan sekunder, penentuan sampel menggunakan metode insidental sampling dengan jumlah 140 responden.

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sebesar 69,69%. Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya baik hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai kehandalan, daya tanggap, empati, dan jaminan kecuai bukti fisik yang kurang baik menanggapi pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Sedangkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan siswa pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sebesar 73,83%. Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan siswa pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya puas hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai membeli lagi, merekomendasikan (*word of mouth*) dan konfirmasi harapan pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

Berdasarkan hasil analisis korelasi rank spearman antara kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan nilai sebesar 0,499 dimana skor tersebut berada pada interval 0,40-0,599 artinya bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mempunyai hubungan yang cukup kuat. Didalam hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ hal itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa yang signifikan dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan yang positif terbukti.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan mudah dan lancar. Penulisan skripsi dengan judul “HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN SISWA YANG MENGGUNAKAN JASA PENDIDIKAN PADA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA CENDEKIA TENJOLAYA” disusun untuk memenuhi syarat dalam kelulusan. Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu terselesaikan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, AK., MM., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan;
2. Ibu Tutus Rully, S.E., MM, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan;
3. Ibu Yudhia Mulya, S.E., M.M selaku Sekretaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan;
4. Bapak Ferdisar Adrian, S.E., M.M. selaku ketua komisi pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Bapak Yetty Husnul H, S.E., M.M selaku anggota komisi pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini;
6. Seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekomomi Universitas Pakuan yang telah membantu dan membimbing dalam penyelesaian skripsi ini melalui tugas dan kewenangannya masing-masing;
7. Orang tua dan Adik saya yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi serta doa yang tidak pernah berhenti untuk kesuksesan penulis;
8. Sahabatku dan teman-teman kelas J dan I yang telah memberikan semangat dan selalu ada disaat sedih maupun senang;
9. Sahabatku dan teman-teman Manajemen Pemasaran yang telah memberikan semangat dan selalu ada disaat sedih maupun senang;
10. Yuni Anggraeni yang selalu menemani, membantu dan memberikan semangat serta dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini;
11. Ajum Squad yang selalu memberi semangat, motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini;

12. Dan kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu;

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi semua pihak yang berkepentingan dan semoga Allah SWT membalas semua amal dan kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bogor, Januari 2019
Penulis,

Deni Febrian

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHANAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	4
1.2.1. Identifikasi Masalah	4
1.2.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1. Maksud Penelitian	5
1.3.2. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Manajemen Pemasaran	6
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.1.2. Tugas Manajemen Pemasaran	6
2.1.3. Pengertian Pemasaran	7
2.1.4. Fungsi Pemasaran	8
2.1.5. Konsep Pemasaran	9
2.1.6. Bauran Pemasaran	10
2.2. Pengertian Jasa	11
2.2.1. Karakteristik Jasa	12
2.3. Pengertian Kualitas	13
2.3.1. Pengertian Pelayanan	13
2.3.2. Karakteristik Pelayanan	14
2.3.3. Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.3.4. Dimensi Kualitas Pelayanan	17
2.4. Kepuasan Konsumen	19
2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.2. Konsep Kepuasan	20
2.4.3. Dimensi Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen	21
2.4.4. Manfaat Kepuasan Konsumen	22
2.4.5. Indikator Kepuasan Konsumen	22
2.4.6. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	24
2.5. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	25

2.5.1. Hasil Penelitian Sebelumnya	25
2.5.2. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian	28
2.6. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	30
3.2.1. Objek Penelitian	30
3.2.2. Unit Analisis	30
3.2.3. Lokasi Penelitian	30
3.3. Jenis Data dan Sumber Data Penelitian	30
3.4. Operasionalisasi Variabel	31
3.5. Metode Penarikan Sampel	32
3.6. Metode Pengumpulan Data	33
3.6.1. Uji Validitas	34
3.6.2. Uji Reliabilitas	37
3.7. Metode Pengolahan / Analisis Data	38
3.7.1. Analisis Deskriptif	38
3.7.2. Korelasi Spearman Rank	38
3.7.3. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	41
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan SMP Cendekia Tenjolaya	41
4.1.2. Kegiatan Usaha	41
4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	42
4.2. Profil Responden	44
4.2.1. Jenis Kelamin Responden	44
4.2.2. Siswa Berdasarkan Kelas	45
4.2.3. Jenis Pekerjaan Orang Tua Siswa	46
4.3. Kualitas Pelayanan pada SMP Cendekia Tenjolaya	46
4.4. Kepuasan Siswa Pada SMP Cendekia Tenjolaya	59
4.5. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Siswa	68
4.6. Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian	69
4.6.1. Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan	69
4.6.2. Tanggapan Responden Kepuasan Siswa	70
4.6.3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Siswa	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1. Simpulan	72
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Penduduk Kecamatan Tenjolaya.....	1
Tabel 2	Data Siswa Baru Kelas 1 SMP Cendekia Tahun 2016-2018.....	2
Tabel 3	Jumlah Kepuasan Siswa SMP Cendekia	3
Tabel 4	Peneliti Sebelumnya	25
Tabel 5	Operasionalisasi Variabel	31
Tabel 6	Skala Likert	34
Tabel 7	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia	34
Tabel 8	Hasil Uji Validitas Kepuasan Siswa yang Menggunakan Jasa Pendidikan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	36
Tabel 9	Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	37
Tabel 10	Uji Reliabilitas Kepuasan Siswa	37
Tabel 11	Interprestasi Hasil	38
Tabel 12	Interprestasi Koefisiensi Korelasi Nilai r	39
Tabel 13	Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 14	Sampel Berdasarkan Kelas	45
Tabel 15	Jenis Pekerjaan Orangtua Responden.....	46
Tabel 16	Interprestasi Hasil	47
Tabel 17	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Penampilan Guru yang Rapih dan Bersih	47
Tabel 18	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Fasilitas Sekolah Yang Lengkap	48
Tabel 19	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Ruangan Kelas yang Rapih dan Bersih	49
Tabel 20	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Keakuratan Informasi yang dapat Diberikan Kepada Siswa	49
Tabel 21	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Guru yang Mampu Memberikan Pembelajaran yang Mudah Dipahami.....	50
Tabel 22	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mengenai Perubahan Positif Pasca Pembelajaran	51
Tabel 23	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Guru yang Cepat Tanggap dalam Menangani Keluhan siswa.....	52
Tabel 24	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mampu Merespon Persoalan dan Keluhan Siswa	52

Tabel 25	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Dapat Memenuhi Permintaan Khusus Dari Siswa.....	53
Tabel 26	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Informasi Kepada siswa dengan Bahasa yang Jelas	54
Tabel 27	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Kredibilitas atau Kepercayaan berupa Jaminan Pendidikan.....	55
Tabel 28	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Perhatian Khusus Kepada Siswa....	55
Tabel 29	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Pelayanan yang Adil Tanpa Memandang Status Sosial.....	56
Tabel 30	Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mampu Memenuhi Keinginan Siswa.....	57
Tabel 31	Hasil Tanggapan Rata-rata Responden	58
Tabel 32	Interprestasi Hasil.....	60
Tabel 33	Tanggapan Responden Tentang Membeli Lagi Karena Puas dengan Pelayanan yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	60
Tabel 34	Tanggapan Responden Tentang Membeli Lagi Karena fasilitas sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	61
Tabel 35	Tanggapan Responden Tentang Membeli Lagi Karena Harga Relative Terjangkau yang Diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	62
Tabel 36	Tanggapan Responden Tentang Ketersediaan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	62
Tabel 37	Tanggapan Responden Tentang Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	63
Tabel 38	Tanggapan Responden Tentang Lokasi Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang strategis.....	64
Tabel 39	Tanggapan Responden Tentang Pembelajaran yang diberikan sesuai dengan kebutuhan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	65
Tabel 40	Tanggapan Responden Tentang Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pembelajaran yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	65

Tabel 41	Tanggapan Responden Tentang Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan siswa Sekolah Dasar Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	66
Tabel 42	Hasil Rata-rata Tanggapan Responden.....	67
Tabel 43	Analisis Korelasi Rank Spearman	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.....	2
Gambar 2	Konsep Kepuasan Pelanggan	20
Gambar 3	Model Kepuasan - Ketidakpuasan.....	23
Gambar 4	Proses Penanganan Keluhan.....	25
Gambar 5	Konstelasi Penelitian	29
Gambar 6	Kurva Pengujian Hipotesis Koefisien Korelasi.....	40
Gambar 7	Struktur Ogranigram SMP Cendekia Tenjolaya Tahun 2018.....	42
Gambar 8	Jenis Kelamin Responden	45
Gambar 9	Siswa Berdasarkan Kelas	45
Gambar 10	Jenis Pekerjaan Orangtua Siswa	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting bagi setiap masyarakat dalam meningkatkan kecerdasan dan kemajuan suatu bangsa. Pendidikan dapat membantu masyarakat meningkatkan kemampuannya dalam menghadapi persaingan yang sangat kompetitif. Peluang inilah yang dimanfaatkan sekolah negeri atau swasta dalam melaksanakan apa yang orang butuhkan saat menuntut ilmu. Sekolah yang berakreditasi baik tidak menjamin orang tersebut menjadi apa yang diharapkan. Bahkan di jaman sekarang, murid sendiri yang dapat menentukan pilihannya ingin menjadi orang yang berguna atau tidak di waktu yang akan datang.

Sekolah memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen sebagai tempat untuk mendapatkan ilmu *softskill* dan *hardskill* apabila di hadapkan ke perlombaan atau tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor merupakan jumlah yang cukup banyak, baik sekolah SD, MI, SMP, SMA, dan SMK. Badan Pusat Statistika Kecamatan Tenjolaya Bogor mencatat jumlah penduduk laki-laki dan perempuan sebagai berikut:

Tabel 1: Data Penduduk Kecamatan Tenjolaya

Tahun	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
2017	58.237	49,79
2018	58.739	50,21

Sumber : Kecamatan Tenjolaya Bogor, tahun 2018

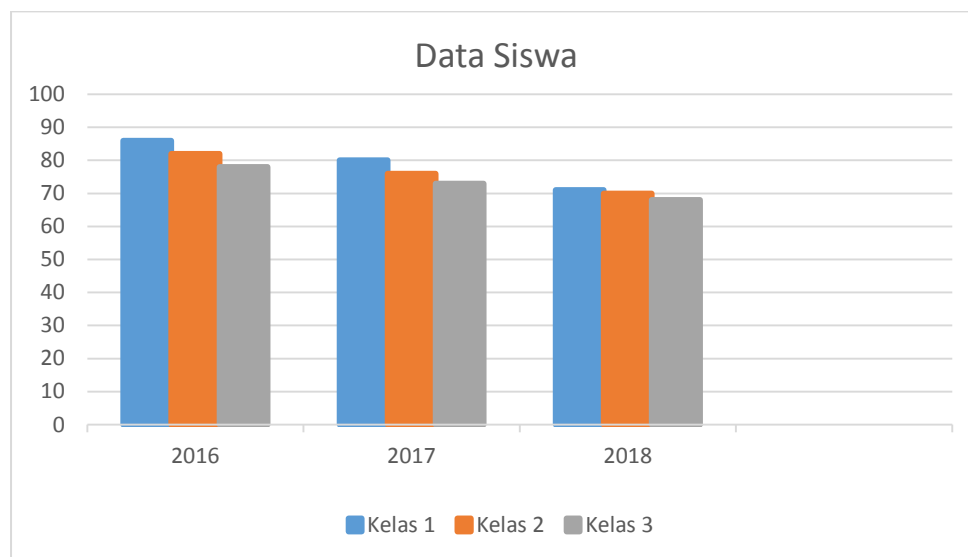
Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat data penduduk Kecamatan Tenjolaya pada tahun 2017 sebanyak 58.237 jiwa dengan persentase 49,79%, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2018 menjadi 58.739 jiwa dengan persentase 50,21%. Dengan meningkatnya jumlah penduduk di Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor, menjadikan peluang bagi guru-guru untuk mempromosikan sekolah. Jumlah sekolah SD, MI, SMP, SMA, dan SMK di Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor pada tahun 2018 mencapai 73 sekolah. Tersedia di : <http://referensi.data.kemdikbud.go.id> [diakses pada tanggal 17 september 2018].

Salah satu sekolah yang berada di Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor adalah Sekolah Menengah Pertama (SMP) Cendekia merupakan sekolah menengah pertama berbasis swasta yang terletak di Bogor dan berlokasi di Kp. Babakan Desa Cinangneng Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor Jawa Barat. SMP Cendekia memiliki fasilitas belajar *softskill* (berfikir) seperti ruang kelas dan perpustakaan. Sedangkan *hardskill* (keterampilan) terdapat ekstrakurikuler dan olah raga. Berikut siswa baru SMP Cendekia pada tahun 2016 – 2018 :

Tabel 2: Data siswa SMP Cendekia Tahun 2016-2018

Tahun	Kelas 1	Persent(%)	Kelas 2	Persent(%)	Kelas 3	Persent(%)	Jumlah
2016	86	34,96	82	33,33	78	31,71	246
2017	80	34,93	76	33,19	73	31,88	229
2018	71	33,97	70	33,49	68	32,54	209

Sumber : SMP Cendekia, tahun 2018



Sumber : SMP Cendekia, tahun 2018

Gambar1: Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah siswa SMP Cendekia setiap tahunnya mengalami penurunan. pada tahun 2016 siswa kelas 1 sampai kelas 3 berjumlah 246 siswa, kemudian pada tahun 2017 jumlah siswa kembali mengalami penurunan dengan jumlah 229 siswa, dan pada tahun 2018 jumlah siswa mengalami penurunan kembali dengan 209 siswa. Penurunan pun terjadi pada penerimaan siswa baru kelas 1 setiap tahunnya selalu mengalami penurunan jumlah siswa. Ini berbanding terbalik dengan meningkatnya jumlah penduduk di Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor setiap tahun nya.

Penurunan siswa baru SMP Cendekia tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam melaksanakan aktivitas sekolah, salah satunya ada yang merasa puas dan ada juga yang tidak puas terhadap SMP Cendekia. Untuk itu, penulis melakukan survei awal terhadap penilaian siswa SMP Cendekia guna mengetahui faktor penurunan jumlah murid dan puas atau tidaknya terhadap SMP Cendekia. Berdasarkan hasil survei awal diperoleh hasil penilaian seperti dibawah ini :

Tabel 3: Jumlah Kepuasan Siswa SMP Cendekia

NO	Kualitas Pelayanan	Tanggapan Responden (%)
1.	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) 1. Ruangan kelas rapi dan bersih 2. Peralatan sekolah yang lengkap 3. Penampilan karyawan yang berpenampilan rapi dan bersih.	48 48 46
2.	Kehandalan (<i>Reliability</i>) 1. Guru mampu memberikan pembelajaran yang mudah dipahami 2. Keakuratan informasi yang dapat diberikan sekolah pada siswa 3. Perubahan positif pasca pembelajaran	52 50 48
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 1. Guru yang cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen 2. Mampu merespon persoalan dan keluhan siswa 3. Memenuhi permintaan khusus dari siswa	48 52 50
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>) 1. Memberikan informasi kepada siswa dengan bahasa yang jelas 2. Memberikan kredibilitas / kepercayaan berupa jaminan atas pendidikan 3. Jaminan keamanan dan kenyamanan siswa	50 46 48
5.	Empati (<i>Emphaty</i>) 1. Memberikan perhatian khusus kepada siswa 2. Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial 3. Mampu memenuhi keinginan siswa	50 50 48
	Total	734
	N	15
	Rata-rata	48,9

Sumber : Diolah dari data primer, tahun 2018

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa hasil kepuasan siswa SMP Cendekia pada tahun 2018. Dilihat dari 10 siswa berdasarkan indikator kualitas pelayanan dengan jumlah 15 pertanyaan yang menghasilkan jumlah tanggapan responden 734 terdapat rata-rata 48,9%. Dapat disimpulkan bahwa hasil kepuasan rata-rata siswa yang merasa tidak puas terhadap SMP Cendekia yang menyebabkan siswa tidak memberikan pangsa pasar. Karena konsumen yang puas akan menjadi pelanggan setia dan memberikan pangsa bisnis yang lebih besar kepada sekolah.

Kepuasan konsumen dapat diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan yang sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual (Sopiah dan Sangadji, 2013, 181). Hal serupa juga disampaikan oleh Ali Hasan, (2013, 89).Kepuasan konsumen merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan konsumen menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu perusahaan di tuntut untuk dapat memahami harapan setiap konsumennya untuk memberikan nilai kenyataan atau kinerja maksimal yang dapat melampaui nilai harapan konsumen tersebut.

Menurut Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H Aksa (2016,117) beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Kualitas pelayanan menurut Sangadji dan Sopiah (2013, 100) menyatakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, kualitas memberi suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Penelitian-Penelitian terdahulu mengenai hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menghasilkan kesimpulan yang berbeda. Pada penelitian yang dilakukan diantaranya oleh Yanti Mala (2017), Puspo Dewi Dirgantari (2012) dan Nurul Agustin Liana (2017). Dari peneliti tersebut memiliki hasil yang berbeda yang pertama oleh Yanti Mala (2017) dan Puspo Dewi Dirgantari (2012) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut hasil penelitian Nurul Agustin Liana (2017) yang mengatakan bahwa tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Perbedaan hasil antara Yanti Mala (2017), Puspo Dewi Dirgantari (2012) dan Nurul Agustin Liana (2017). Membuat penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di SMP Cendekia. Pada penelitian ini penulis akan meninjau lebih jauh mengenai hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada SMP Cendekia tahun 2016-2018.

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada SMP Cendekia penulis tertarik untuk melakukan penelitian melalui judul, **“Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Siswa Yang Menggunakan Jasa Pendidikan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya”**.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di kemukakan diatas, permasalahan yang terjadi SMP Cendekia adalah :

1. Berdasarkan sumber data yang diperoleh dari Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya didapatkan bahwa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mengalami penurunan jumlah siswa dalam kurun 3 tahu terakhir.
2. Berdasarkan survey awal di dapatkan bahwa 40 responden sebanyak 25 responden dengan persentase 62,5% merasa tidak puas pada pelayanan di Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan indikator permasalahan diatas dapat diambil rumusan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang dilaksanakan di SMP Cendekia?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada SMP Cendekia?
3. Bagaimana hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa SMP Cendekia?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan data lembaga pendidikan mengenai bagaimana Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Siswa yang Menggunakan Jasa Pendidikan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada uraian-uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi kualitas pelayanan di SMP Cendekia.
2. Untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan di SMP Cendekia
3. Untuk mengidentifikasi hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di SMP Cendekia.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penyusunan penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat atau kegunaan berupa :

1. Kegunaan Teoritik
 Penelitian ini hendaknya memberikan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam rangka menentukan strategi pemasaran untuk lebih meningkatkan tingkat penjualan. Selain itu bermanfaat pula untuk mengetahui faktor manakah yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian.
2. Kegunaan Praktek
 - a. Bagi sekolah, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan dan tingkat kepuasan pembelian jasa sehingga bisa mempertahankan meningkatkan jumlah pengguna jasa sekolah tersebut.
 - b. Bagi penulis, untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran memegang peran yang sangat penting dalam perusahaan karena melihat serta menganalisis segala sesuatu yang terjadi di pasar dan perilaku konsumen yang dinamis (berubah-ubah). Oleh karena itu diperlukan manajemen pemasaran yang baik agar perusahaan dapat mencapai tujuan. Berikut ini merupakan beberapa pengertian manajemen pemasaran menurut para ahli :

1. William J. Shultz (1961, 160) yang dikutip Buchari Alma (2013, 130) menyatakan bahwa :

“marketing management is the planing, direction and control of the enters marketing activity of a firm or difision of a firm”.

2. Selanjutnya Kotler & Amstrong (1999, 11) dikutip oleh Buchari Alma (2013, 130) menyatakan bahwa :

“marketing management is the analysis, planing, implementation and control of programe designed for create, build and maintain beneficial excanges with target buyers for the purpose of achieving organizational objectives”.

3. Kemudian Ben M. Enis (1974, 28) dikutip oleh Buchari Alma (2013, 130) menyatakan bahwa :

“marketing management is the process of increasing the effectiveness and or efficiency by which marketing activities are performed by individuals or organizations”.

Bedasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi dan mengawasi segala kegiatan (program) guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

2.1.2. Tugas Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran memiliki berbagai tugas yang harus mereka lakukan agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan tetap bersaing serta mampu mempertahankan posisi perusahaan. Berikut ini tugas manajemen pemasaran menurut Kotler & Keller (2009, 35) yaitu :

1. Mengembangkan Strategi Dan Rencana Pemasaran

Tugas yang pertama adalah mengidentifikasi peluang jangka panjang potensialnya serta menentukan rencana pemasaran yang konkrit yang menspesifikasi strategi dan taktik pemasaran untuk maju.

2. Merebut Pencerahan Pemasaran

Membutuhkan informasi pemasaran dan mengumpulkan berbagai informasi lingkungan agar dapat mengukur potensi pasar dan meramalkan permintaan di masa depan.

3. Berhubungan Dengan Konsumen

Mempertimbangkan cara menciptakan nilai terbaik untuk pasar sasaran dan mengembangkan hubungan jangka panjang yang kuat dan mampu menghasilkan laba dengan para konsumen

4. Membangun Merk Yang Kuat

Memahami kelemahan dan kelebihan produk perusahaan agar tidak dapat digunakan oleh produk-produk pesaing atau produk-produk baru dalam kategori produk terkait.

5. Membentuk Tawaran Pasar

Inti program pemasaran ada produk tawaran berwujud dari perusahaan kepada pasar yang mencakup mutu produk, rancangan, fitur dan kemasan serta harga yang diberikan harus sepadan dengan nilai yang dirasakan penawar.

6. Menyerahkan Nilai

Menentukan bagaimana cara menyerahkan secara tepat nilai yang dimasukan oleh produk dan pelayanan perusahaan pada pasar sasaran

7. Mengkomunikasikan Nilai

Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk mencoba menginformasikan, membentuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang merk yang mereka jual.

8. Menciptakan Pertumbuhan Jangka Panjang

Perusahaan harus memiliki pandangan jangka panjang tentang produk atau pelayanan serta merknya dan bagaimana laba akan bertumbuh. Berdasarkan penentuan posisi produknya, harus mengembangkan produk baru, menguji dan meluncurkannya.

2.1.3. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang terdiri lebih dari satu individu dalam suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam situasi yang berbeda. Pemasaran merupakan suatu hal yang bersifat dinamis karena selalu

mengikuti yang sedang terjadi di dimasyarakat agar produk baik barang maupun pelayanan tetap mendapatkan konsumen atau konsumen. Pengertian secara luas pemasaran adalah semua kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan mengelola suatu pertukaran untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan kita. Adapun pendapat menurut para ahli sebagai berikut :

1. Menurut Kotler & Keller (2012, 5) :

“marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitably”.

2. Kemudian American Marketing Association (AMA) dalam M. Mursid (2010, 26) menyatakan bahwa :

“pemasaran pelaksanaan kegiatan usaha niaga yang diarahkan pada arus aliran barang dan pelayanan dari produsen kekonsumen”.

3. Selanjutnya Djaslim (2003) dikutip oleh Nana Herdiana A. (2015, 2) menyatakan bahwa :

“pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan”.

4. Berikutnya William J. Stanton dalam M. Mursid (2010, 26) mengatakan bahwa :

“pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau pelayanan yang akan meuskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial.”

Jadi berdasarkan beberapa pernyataan menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan upaya memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan hubungan kepada konsumen dengan maksud konsumen dapat terpuaskan dan tercapainya tujuan perusahaan.

2.1.4. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran tidak perlu diselenggarakan dalam satu urutan yang tetap dan kaku, tetapi harus dilaksanakan semuanya. Ada kalanya fungsi pemasaran berlangsung secara singkat dengan hanya melibatkan produsen dan konsumen akhir. Ada pula yang begitu rumit, melibatkan banyak pelaku yang berbeda dan perlu beberapa bulan untuk menyelesaikannya. Tata cara pelaksanaan fungsi pemasaran berbeda dari produk lainnya. Fungsi pemasaran merupakan proses yang teratur dan berubah sepanjang waktu manakala situasi berubah. Menurut Deliyanti Oentoro (2010, 3) fungsi pemasaran dibagi menjadi tiga, yaitu :

1. Fungsi Pertukaran

Dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (*barter*) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali

2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan

3. Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktifitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktifitas fungsi perantara antara lain menggunakan resiko, pembiayaan, pencarian informasi serta setandarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.

2.1.5. Konsep Pemasaran

Pada umumnya setiap perusahaan menganut salah satu konsep atau filosofi pemasaran yaitu anggapan yang diyakini perusahaan sebagai dasar dari setiap kegiatannya dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Konsep-konsep tersebut sifatnya dinamis, karena berkembang atau berevolusi seiring dengan berjalannya waktu.

Menurut Kotler (2009, 58) terdapat lima konsep pemasaran yaitu :

1. Konsep Produksi

Pemasaran yang berpegang pada konsep ini berorientasi pada proses produksi atau operasi (internal). Produsen meyakini konsumen hanya akan membeli produk-produk yang murah dan mudah diperoleh. Para manager mengasumsikan bahwa konsumen terutama tertarik pada ketersediaan produk dan harga yang rendah orientasi ini berguna ketika perusahaan ini ingin memperluas pasar.

2. Konsep Produk

Dalam hal ini pemasaran beranggapan bahwa konsumen lebih menghendaki produk-produk yang memiliki kualitas, kinerja, fitur atau penampilan superior. Konsekuensinya, pencapaian tujuan bisnis perusahaan dilakukan melalui inovasi produk, riset dan pengembangan serta pengendalian kualitas secara berkesinambungan. Para manager organisasi memusatkan

perhatian untuk menghasilkan produk yang unggul dan memperbaiki mutunya dari waktu ke waktu.

3. Konsep Penjualan

Konsep ini merupakan konsep yang berorientasi pada penjualan (internal, dimana pemasar beranggapan bahwa konsumen harus dipengaruhi agar penjualan dapat mengikat, sehingga tercapai laba maksimum sebagai mana menjadi tujuan perusahaan. Konsep ini mengansumsikan bahwa konsep umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli sehingga harus dibujuk supaya membeli)

4. Konsep Pemasaran

Berbeda dengan tiga konsep terdahulu yang berorientasi pada lingkungan internal, konsep pemasaran berorientasi pada pelanggan (lingkungan eternal), dengan anggapan bahwa konsumen hanya akan bersedia membeli produk-produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta memberikan kepuasan.

5. Konsep Pemasaran Holistik

Merupakan suatu pendekatan terhadap suatu pemasaran yang mencoba mengakui dan mendamaikan lingkup dan kompleksitas kegiatan pemasaran. Pemasaran holistik mengakui bahwa segala sesuatu bisa terjadi pada pemasaran dan pemasaran perspektif yang luas dan terpadu sering dibutuhkan empat komponen dari pemasaran holistik yaitu relationship marketing, integrated marketing, internal marketing dan sosial responsibility marketing.

2.1.6. Bauran Pemasaran Dan Unsur-Unsurnya

Bauran pemasaran merupakan bagian dari aktivitas pemasaran yang mempunyai peranan yang cukup penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Di bawah ini dikemukakan beberapa definisi bauran pemasaran menurut beberapa ahli :

Strategi pemasaran yang digunakan perusahaan sering pula disebut bauran pemasaran (*marketing mix*)

Pengertian bauran pemasaran menurut Buchari Alma (2009, 205), yaitu bauran pemasaran merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan. Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri atas empat komponen atau disebut 4P, yaitu *product, place, price, promotion*.

Pengertian bauran pemasaran menurut Kotler & Keller (2007) yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan adalah “perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya”.

Berikut ini unsur-unsur bauran pemasaran, yaitu sebagai berikut :

1. *Product* (produk)

Intensitas kompetisi di pasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi local tertentu. Keunggulan kompetitif suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan produk baru, dimana kesuksesan produk tersebut diukur dengan parameter jumlah penjualan produk.

2. *Price* (harga)

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Pada umumnya harga mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas suatu produk, maka yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

3. *Place* (tempat)

Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat berkaitan dengan pasar potensial sebuah perusahaan. Lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu perusahaan dapat bereaksi terhadap situasi ekonomi.

4. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

2.2. Pengertian Jasa

Berikut ini merupakan uraian dari definisi-definisi jasa yang ditanyakan oleh para ahli :

1. Menurut Kotler yang dikutip oleh Ratih Hurriati (2010, 27) jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara perinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.
2. Kemudian menurut Djaslim Saladin (2007, 71) jasa adalah kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.
3. Selanjutnya menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Buchari Alma (2009, 243) adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan.

4. Berikutnya menurut Lovelock (2007, 5) “*service is an act or performance offered by one to another. Although the process may be tied to physical product, the performance essentially intangible and nor normally result in a ownership of any of the factors of production.*”

Dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat dipindah kepemilikannya.

2.2.1. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari produk barang, jasa memiliki karakteristik khusus yang harus dipertimbangkan perusahaan ketika merancang program pemasaran. Menurut Kotler dan Amtrong (2012, 56), terdapat empat karakteristik jasa yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa berbeda dengan hasil produksi perusahaan. Jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, dicium sebelum jasa itu dibeli. Benda atau barang yang kita beli atau yang kita gunakan sehari-hari adalah sebagai objek, sebuah alat atau sebuah benda, sedangkan jasa merupakan perbuatan penampilan atau sebuah usaha. Bila kita membeli barang maka barang tersebut dipakai atau ditempatkan disuatu tempat. Tetapi bila membeli jasa maka pada umumnya tidak ada wujudnya. Bila uang dibayar untuk beli jasa, maka pembeli tidak akan memperoleh tambahan benda yang dapat dibawa kerumah. Walaupun penampilan jasa diwakili oleh wujud tertentu.

2. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Umunya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan lewat berbagai penjualan dan baru kemudian dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara serentak.

3. Keberagaman (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu dilakukan. Misalnya jasa yang diberikan oleh sebuah maskapai penerbangan yang melayani rute jarak pendek dengan maskapai penerbangan yang melayani rute yang panjang akan sangat berbeda.

4. Tidak Dapat Disimpan (*Perishability*)

Jasa tidak disimpan dalam bentuk persediaan nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh sipenerimanya. Karakteristik seperti ini berbeda dengan barang berwujud yang tepat diproduksi terlebih dahulu, disimpan dan dipergunakan lain waktu.

2.3. Pengertian Kualitas

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen serta mampu mencapai target pasar yang ingin dicapai. Namun seiring dengan tujuan perusahaan tersebut, perusahaan juga menginginkan tercapai permintaan sebanyak-banyaknya agar hasil penjualan yang didapatkan dapat tercapai. Akan tetapi timbul masalah yaitu bagaimana cara untuk dapat mempengaruhi pembeli agar pembeli membeli produk atau pelayanan yang ditawarkan.

1. Menurut Philip Kotler dan Kevinlane Keller (2007, 180) kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.
2. Menurut David Hoyle (2007, 178) kualitas merupakan suatu kesatuan yang memiliki kemampuan secara total untuk memuaskan kebutuhan konsumen.
3. Menurut Goetsch dan Davis yang dikutip dalam Fandy Tjiptono (2012, 152) kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.
4. Menurut J. Supranto (2006, 226) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia pelayanan merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa definisi kualitas merupakan suatu kesatuan dari produk, pelayanan, teknis, performa, dan lain sebagainya didalam pemasaran yang dikemas secara baik, rapih, konsisten, dan maksimal sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

2.3.1 Pengertian Pelayanan

Berikut ini merupakan uraian dari definisi-definisi pelayanan yang ditanyakan oleh para ahli :

1. Menurut Kotler, Keller dan Amstrong (2008, 372) dikutip oleh Nana Herdiana Abdurrahman (2015, 103) mendefinisikan bahwa :
 “pelayanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara positif tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. produksi pelayanan dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik .”
2. Menurut Falerie A. Zethami & Mary Jo Bitner yang dikutip oleh Danang Sunyoto (2012, 187) mendefinisikan bahwa :
 “pelayanan adalah merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi. Yang umumnya dihasilkan dan

dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau keselamatan.”

3. Menurut Milliam J. Stanton yang dikutip oleh Danang Suntoyo (2012, 186) mendefinisikan bahwa :

“pelayanan adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen.”

4. Menurut Gronroos (2000) dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011, 17) mendefinisikan bahwa :

“pelayanan adalah proses yang terdiri dari atas rangkaian aktifitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dan karyawan pelayan dan/atau sumber daya fisik atau barang dan/atau sistem penyedia pelayanan, yang disediakan solusi atas masalah konsumen.”

Menurut definisi para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah proses interaksi yang terjadi antara konsumen dan karyawan yang tidak berwujud namun dapat dirasakan manfaatnya.

2.3.2. Karakteristik Pelayanan

Pelayanan memiliki berbagai karakteristik yang dapat mempengaruhi perencanaan program pemasaran itu sendiri. Klasifikasi dalam pelayanan membantu untuk membatasi dari suatu industri pelayanan, sehingga tidak hanya mmeberikan pemahaman akan kebutuhan dan perilaku konsumen secara lebih baik, tetapi dalam memberikan sistem pengelolaan data yang lebih baik.

1. Menurut Danang Suntoyo (2012, 189) dan M. Mursid (2010, 116) mengatakan karakteristik pelayanan dibedakan menjadi empat, yakni :

1. Tidak Berwujud

Pelayanan mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum ada traksaksi pembelian.

2. Tidak Dapat Dipisahkan

Suatu bentuk pelayanan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak hadir, produk yang berwujud tetap ada.

3. Heterogenitas

Industri pelayanan atau penjual pelayanan individu tidak mungkin mengadakan standarisasi output. Setiap unit pelayanan itu berbeda satu sama lain.

4. Cepat Hilang dan Permintaan Yang Fluktuasi

Pelayanan cepat hilang dan tidak dapat disimpan serta pasaran pelayanan yang berubah-ubah menurut musim. Karena cepat rusak dan permintaan yang berubah-ubah, maka perlu adanya pengelolaan yang tepat.

2. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011, 37), karakter dari *service* atau jasa adalah sebagai berikut :

1. *Intangibility*

Tidak berwujud secara fisik, jasa tidak dapat disentuh, dilihat, ataupun didengar, namun hanya dapat dialami.

2. *Heterogeneity*

Hasil dari sebuah jasa sangat bervariasi. Apabila dilakukan atau disampaikan oleh orang yang berbeda saja akan mengeluarkan hasil yang berbeda.

3. *Inseparability*

Konsumen dan proses penyampaian jasa tidak dapat dipisahkan. Jasa hanya akan tersampaikan apabila ada konsumen yang bersangkutan.

4. *Perishability*

Jasa tidak bertahan lama, juga tidak dapat diinventoris, disimpan, dikembalikan, ataupun dijual kembali karena hanya terjadi saat dialami.

3. Menurut Kotler Philip dan Kevin (2008, 45) karakteristik adalah sebagai berikut :

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat *intangible*, artinya adalah sesuatu yang tidak terwujud. Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Jika benda merupakan obyek, alat atau benda yang bisa dilinai dari bentuk dan fungsinya, maka jasa adalah suatu perbuatan (pelayanan), kinerja (*performance*) atau usaha.

2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Jasa umumnya dijual dulu baru kemudian diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Mutu/kualitas dari suatu jasa terjadi pada saat pemberian jasa.

3. Keragaman (*variability*)

Jasa bersifat sangat beragam karena merupakan *nonstandardized out-put*. Artinya ada banyak variasi jenis dan kualitas tergantung pada siapa (*who*), kapan (*when*), dan dimana (*where*) jasa tersebut dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa memiliki karakteristik tak tahan lama dan tidak dapat disimpan karena sifatnya yang tidak berwujud fisik. (untuk jenis jasa tertentu karakteristik ini tidak berlaku. Terutama untuk jasa pembuatan barang fisik seperti, jasa las pagar / kanopi, jasa jahit baju, fotografi dll).

2.3.3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Implementasi kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service*) yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen.

1. Menurut wisniewski yang dikutip oleh Andrisan Sudarso (2016, 17) bahwa :
 “*service quality is a concept that has aroused considerable interest and debate in the research literature because of the difficulties in both defining it and measuring it with no overall consensus emerging on either.*”
2. Menurut goetsch dan davis yang dikutip dalam Fandy Tjiptono (2012, 152)
 “kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”
3. Menurut ISO 9000 dalam rambat Lupiyoadi (2013, 212)
 “kualitas adalah *degree to which a set of inherent characteristic fulfills requirements* (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan.” Persyaratan dalam hal ini adalah “*need or expectation that is stated, generally implied or obligatory* (kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib).”

Jadi, kualitas sebagaimana yang diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya.

Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012, 144), terdapat lima macam perspektif kualitas, yaitu :

1. *Transcendental Approach* (Pendekatan Transcendental)
 Kualitas dipandang sebagai innate *excellence*, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan, biasanya diterapkan dalam dunia seni.
2. *Product-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Produk)
 Kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.
3. *User-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Pengguna)
 Kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi.

4. *Manufacturing-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Manufaktur)
Kualitas sebagai kesesuaian atau sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas sering kali didorong oleh tujuan peningkatan produktifitas dan penekatanan biaya.
5. *Value-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Nilai)
Kualitas dipandang dari segi nilai dan harga kualitas dalam pengertian ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Kualitas layanan sendiri bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Jika jasa yang diterima atau yang dirasakan melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

2.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang telah mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika kualitas jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Valarie Zeithml, Leonared Berry, dan A Parasuraman In Christoper, Jochen dan Jacky (2011, 154) *they found a high degree of correlation between several of these variable and so consolidated them into five broad demention :*

1. *Tangible (Apperance Of Physical Element)*
2. *Reliability (Dependable And Accurate Performance)*
3. *Responsiveness (Promptness And Helpfulness)*
4. *Assurance (Credibillity, Security, Competence, And Courtesy)*
5. *Emphaty (Easy Acces, Good Communications, And Customer Understanding)*

Menurut Gunawan Adi Saputrpo (2014, 189) mengidentifikasi adanya lima determinan (penentu) tentang kualitas jasa. Kelima determinan berikut akan menentukan tingkat kepuasan konsumen serta kualitas jasa suatu perusahaan, yakni :

1. *Kehandalan (Reliability)*

Yaitu kemampuan dari jasa yang ditawarkan perusahaan untuk berkinerja sesuai dengan yang dijanjikan.

2. Sensitivitas Memberikan Tanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu kesediaan penyedia jasa untuk membantu pelanggannya mencari para penyelesaian bagi permasalahan yang mereka hadapi, apakah mereka cukup tanggap atau tidak.

3. Kepastian (*Assurance*)

Yaitu pengetahuan dan sifat hormat dari para personil penyedia jasa dan kemampuan mereka untuk mengembangkan kepercayaan dari pihak pengguna jasa. Kepastian seperti ini timbul bila mana pengguna jasa meyakini kemampuan teknis dan fungsional dari personil penyedia jasa yang bila perlu dibuktikan dengan sertifikasi mereka serta kompetensi mereka menyelesaikan masalah yang dihadapi pengguna jasa. Untuk keperluan itu manajemen perlu melatih dan meng-*update* pengetahuan dan kemampuan teknis para pengguna jasa.

4. Empati (*Empathy*)

Yaitu kesediaan personil penyedia jasa untuk selalu memberikan perhatian secara khusus dan individual pada setiap pengguna jasa. Sifat empati seperti ini perlu dibangkitkan terus-menerus melalui kegiatan pemasaran internal dalam bentuk pelatihan-pelatihan, *workshop*, dan peningkatan keterlibatan personalia *non marketing* terhadap tugas utama yang menjadi beban para pemasar. Dengan empati personil *non marketing* mampu memberikan kontribusi untuk menciptakan kepuasan pengguna jasa yang merupakan tujuan utama kegiatan pemasaran.

5. Berbagai Peralatan/Perlengkapan Yang Berwujud (*Tangible*)

Integritas maupun bonafiditas dari penyedia jasa juga dapat ditimbulkan melalui penampakan dari berbagai fasilitas fisik (gedung, peralatan dan perlengkapan yang digunakan personalia yang berkualifikasi, dan bahan-bahan komunikasi seperti brosur dan leaflet. Semua ini akan mempengaruhi evaluasi penggunaan jasa apakah lembaga penyedia jasa memang dapat dipercaya. Hal ini akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan memilih lembaga penyedia jasa yang digunakan).

Menurut Usmara (2008, 141) lima dimensi kualitas pelayanan digunakan untuk kualitas pelayanan dari :

1. *Tangible* (Bukti Langsung)

Komponen yang pertama menunjuk fasilitas fisik, penampilan personel, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi pelayanan.

2. *Realibility* (Lehandalan)

Komponen yang kedua menunjuk pada kemampuan perusahaan untuk memberi pelayanan secara benar (akurat), dapat diandalkan, kemampuan menyediakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Komponen ketiga dari kualitas pelayanan menunjuk pada kemauan baik atau itikad baik untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

4. *Assurance* (Jaminan)

Komponen keempat dari kualitas pelayanan menunjuk pada pengetahuan, kemampuan, dan sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

5. *Emphaty* (Empati)

Komponen terakhir dari kualitas pelayanan menunjuk pada perhatian atau kepedulian karyawan terhadap konsumen secara individual.

Berdasarkan pendapat dari beberapa para ahli diatas, dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan antara lain :

1. *Tangible* (Penampilan Unsur Fisik)

2. *Reliability* (Kinerja Yang Dapat Diandalkan Dan Akurat)

3. *Responsiveness* (Daya Tangkap)

4. *Assurance* (Kredibilitas, Keamanan, Kompetensi, Dan Kesopanan)

5. *Emphaty* (Akses Mudah, Komunikasi Yang Baik, Dan Pemahaman Pelanggan).

Umunya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

2.4. Kepuasan Konsumen

2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen bersifat abstrak dan tidak mudah untuk dimengerti oleh pihak perusahaan. Hal ini karena kepuasan konsumen dapat dikatakan bersifat relative sehingga apa yang dipresepsikan sebagai kepuasan oleh seorang konsumen belum tentu sama dengan konsumen yang lainnya. Kepuasan konsumen dapat diartikan sejauh mana tingkat produk dipresepsikan sesuai dengan harapan pembeli (Sopiah dan Sangadji, 2013, 181).

Menurut Day, Tse & Wilson (1998) yang dikutip oleh Dr. Thomas S. Kaihatu dkk (2015, 6), menyatakan bahwa “kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya.”

A comprehensive definition of customer satisfaction in terms of pleasurable fulfillment is given by oliver (1997) in Evangelos G. &Yannis Siskos (2012, 4)

“satisfaction is the customer’s fulfillment response. It is a judgement that a product or service feature, or the product or service itself, provided (or is providing) a pleasurable level of consumption-related fulfillment, including levels of under-or overfulfillment ”

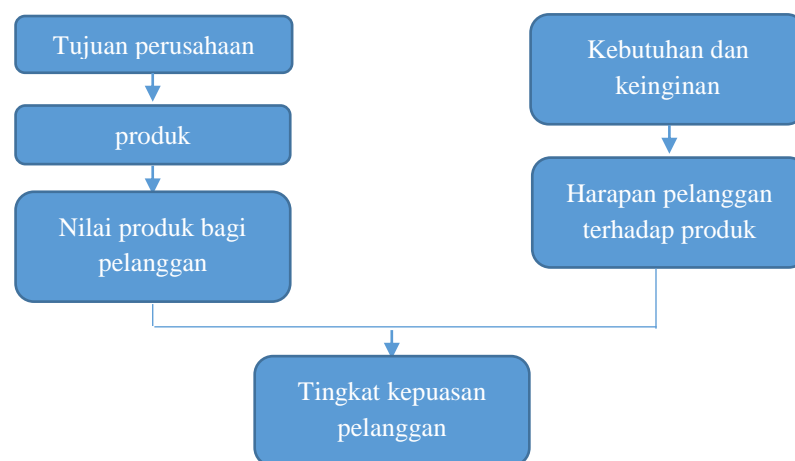
Sedangkan menurut rambat lupiyoadi dan hamdani (2011, 192) kepuasan konsumen adalah “dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan.”

Sesuai definisi diatas peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan awal dengan kinerja/hasil yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan terpenuhi apabila kebutuhannya terpenuhi melebihi harapan awalnya sedangkan pelanggan merasa tidak puas apabila hasil/kinerja yang diterimanya kurang dari harapan awalnya.

2.4.2. Konsep Kepuasan

Dalam konsep kepuasan pelanggan terdapat dua elemen yang mempengaruhi, yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk. Harapan adalah perkiraan kosumen tentang apa yang akan diterima apabila ia mengkonsumsi produk (barang atau jasa) kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut :

Menurut Fandy Tjiptono (2008, 25) secara konseptual kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2
Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas pelayanan dikurangi harapan pelanggan dengan kata lain pengukuran kepuasan konsumen dirumuskan sebagai berikut :

1. *Service Quality Less Than Expectation*

Bila ini terjadi, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan buruk. Selain tidak memuaskan juga tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Jika service quality yang diberikan perusahaan lebih kecil dari expectation pelanggan, maka akan mengakibatkan ketidakpuasan terhadap pelanggan.

2. *Service Quality = Expectation*

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak ada keistimewaan. Jika nilai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sama dengan harapan pelanggan, maka muncul kepuasan yang biasa diinginkan pelanggan.

3. *Service Quality More Than Expectation*

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelanggan merasakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya sesuai dengan kebutuhan, namun sekaligus memuaskan dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan lebih besar dari harapan yang diinginkan pelanggan, maka akan membuat kepuasan pelanggan sangat luar biasa. Pelayanan ketiga ini disebut pelayanan prima (*excellent service*) yang selalu diharapkan oleh pelanggan.

2.4.3. Dimensi Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009, 140) perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama. Oleh karena itu, terdapat 2 dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Membeli lagi (*Re-Purchase*).
2. Mengatakan hal – hal baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan (*Word of Mouth*).

Menurut Fandy Tjiptono (2014, 368) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overal Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah.

3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)
 Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)
 Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)
 Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relative lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)
 Beberapa macam aspek yang sering diteliti guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi (a) complain; (b) retur pengembalian produk; (c) biaya garansi; (d) *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar); (e) gethok tular negative; dan (f) *defentions* (konsumen yang beralih ke pesaing).
 Berdasarkan dua pendapat para ahli, peneliti menggunakan gabungan indikator kepuasan konsumen yaitu membeli lagi (*repurchase*), mengatakan hal – hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan (*word of mouth*) dan konfirmasi harapan.

2.4.4. Manfaat Kepuasan Konsumen

Menurut Fandy Tjiptono (2010, 310) kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan manfaat spesifik antara lain :

1. Berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan terutama melalui pembelian ulang, cross selling dan up selling
3. Menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan, terutama biaya komunikasi, pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan
4. Menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan
5. Meningkatkan toleransi harga terutama kesiediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok
6. Rekomendasi gethok tular positif

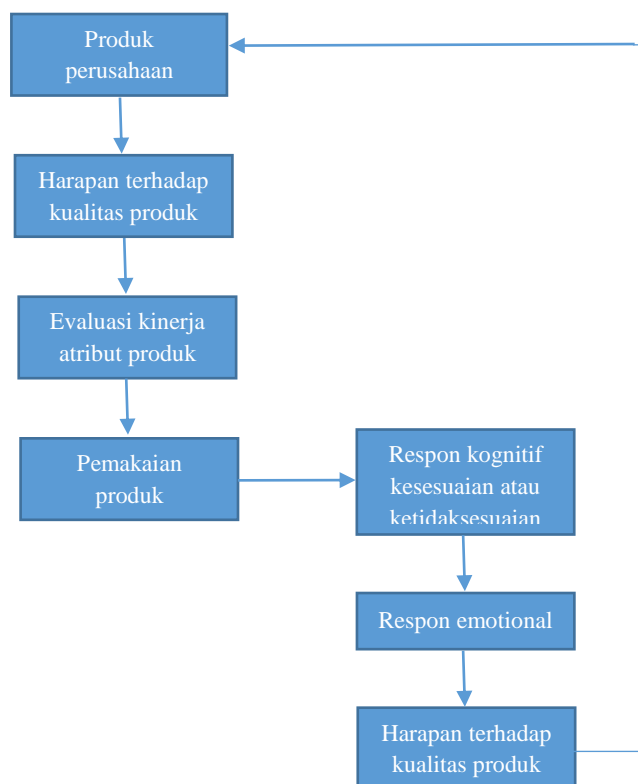
Pelanggan telah cenderung lebih reseptif

2.4.5. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2009, 36) ada dua indikator kepuasan konsumen :

1. Kinerja adalah berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk yang dibeli.
2. Harapan adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk.

Berikut ini adalah model kepuasan dan ketidakpuasan yang terjadi pada konsumen.



Ali Hasan (2013, 92)

Gambar 3
Model Kepuasan – Ketidakpuasan

Berbagai dampak yang mungkin muncul dari hasil itu adalah :

1. Kinerja produk sangat jelek, berarti kinerja produk sangat jauh dari yang diharapkan oleh pelanggan, pelanggan akan marah-marah, mencaci maki dan sikap negatif lainnya, tidak hanya itu pelanggan akan bercerita kepada orang lain (rekomendasi negatif), kepada media cetak, elektronik tentang kejelekan dan kekecewaan yang dialaminya.
2. Kinerja produk kurang baik, berarti pelanggan merasa kurang puas, dan menilai bahwa kualitas produk tidak pantas sebagai alternatif yang mampu memenuhi kebutuhannya. Akibatnya pelanggan akan melarang orang lain, koleganya untuk membeli produk yang bersangkutan.

3. Kinerja produk sangat baik, berarti kinerja berada dibawah harapan pelanggan, akibatnya pelanggan tidak begitu respek pada produk, pelanggan mungkin memilih sikap apatis jika ada pertanyaan mengenai kinerja produk.
4. Kinerja produk baik atau biasa-biasa saja, berarti pelanggan puas, reaksi pelanggan biasa-biasa saja, umumnya tidak bercerita kepada orang lain (*silence*) tentang kinerja yang dirasakannya.
5. Kinerja produk sangat baik, jika kondisi ini yang terjadi berarti kinerja produk melebihi harapan pelanggan, sehingga pelanggan merasa sangat puas, pelanggan dengan senang hati menceritakan kepuasannya kepada orang lain mengenai produk yang dirasakannya (rekomendasi positif). Kondisi inilah yang akan mendorong dan memperkuat niat untuk melakukan pembelian ulang, penambah pelanggan baru dan sebagainya.

2.4.6. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa metode yang bisa digunakan dalam mengukur dan memantau kepuasan konsumen pada perusahaan. Menurut Kotler (2004) dalam Fandy Tjiptono (2011, 314) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis* dan survey kepuasan pelanggan.

1 Sistem Keluhan Dan Saran

Organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.

2. Ghost Shopping (Mystery Shopping)

Salah satu cara memperoleh gambaran kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopping* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi langsung dengan staff penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Tetapi karyawan atau staff tersebut tidak boleh tahu bahwa mereka sedang dinilai oleh atasan mereka karena apabila mereka mengetahui bahwa hasil penilaian akan menjadi bias.

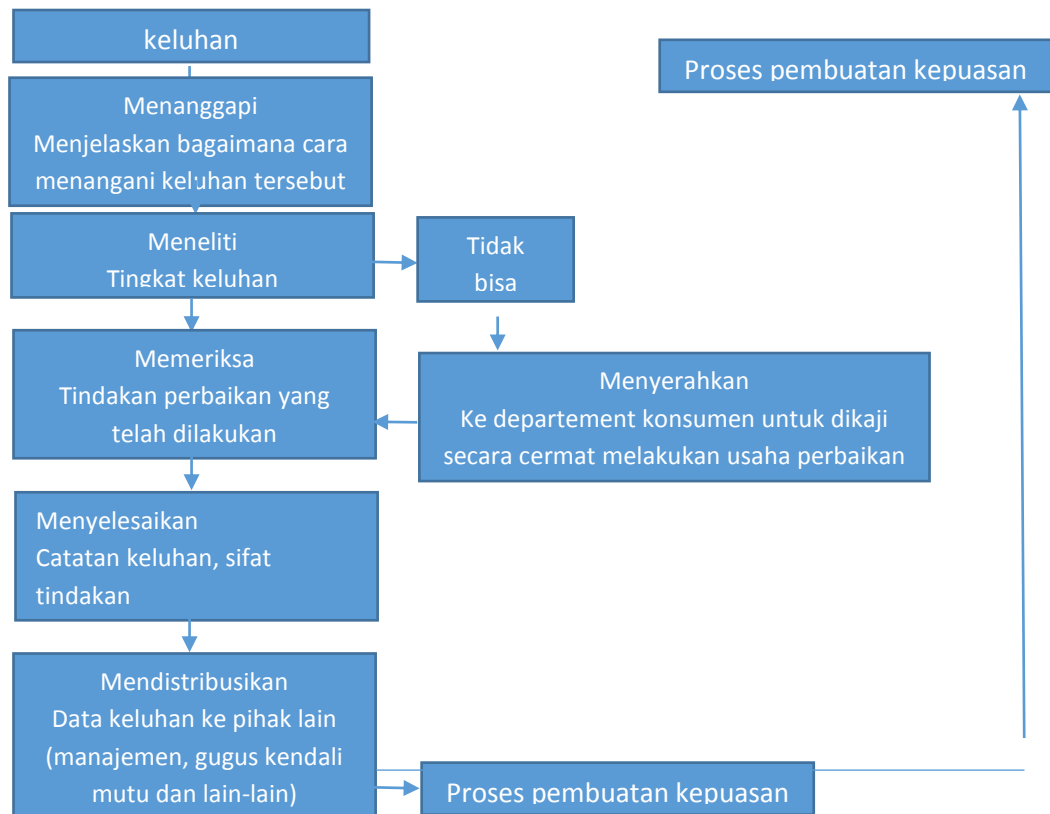
3. Lost Customer Analysis

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. Survey Kepuasan Pelanggan

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Proses penanganan keluhan menurut Fandy Tjiptono :



Gambar 4 Proses Penanganan Keluhan

2.5. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.5.1. Penelitian Sebelumnya

Tabel 4: Peneliti Sebelumnya

NO	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Nama Jurnal
1	Ruri Puspita Sari, Bambang Budi Wiyono	Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah Terhadap Kepuasan Peserta Didik Dan Orang Tua Didik	Independent: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dependen : Kepuasan Peserta Didik dan Orangtua	Analisis Deskriptif dan Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan sekolah dalam kategori baik, tingkat kepuasan peserta didik	Sari Dan Wiyono, Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah Terhadap Kepuasan Peserta

			Didik		dalam kategori sedang, tingkat kepuasan orang tua peserta didik dalam kategori sedang, ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan sekolah terhadap orangtua peserta didik, dan ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan sekolah terhadap kepuasan peserta didik dan orang tua peserta didik.	Didik Dan Orangtua Peserta Didik. Volume 24, Nomor. 255-65
2	Sarma Ma'mun, Munandar, Jono Mintarto, Pramono Setio	Model Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Siswa Dan Orang Tua (Studi Kasus Pada Layanan Online Web Di SMK Negeri 1 Kota Bogor).	Independent: Model Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Dependen : Loyalitas Siswa Dan Orang Tua	Purposive Sampling	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas siswa, kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas siswa, serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan orangtua. Sedangkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas	MT – Economic and Management (1683) 2017

					orangtua tidak signifikan.	
3	Yanti Mala	Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah Terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa Pada TK Al Munawaroh Karawang	Independent: Kualitas Pelayanan Dependen : Kepuasan Pelanggan	Deskriptif dan regresi sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan sekolah dan kepuasan berpengaruh positif dan ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 1, Nomer 2, Desember 2017
4	Puspo Dewi Dirgantari	Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Dampaknya Terhadap Upaya Peningkatan Citra Perguruan Tinggi Negeri Menuju World Class University	Independent: Kualitas Pelayanan Dependen : Kepuasan Mahasiswa	Descriptif survey dan explanatory survey	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan variabel kepuasan berpengaruh positif terhadap citra perguruan tinggi.	Jurnal ilmu manajemen dan bisnis Volume 3, nomer 2, Desember 2012
5	Nurul Agustin Liana	Hubungan Kualitas Layanan Pendidikan Gratis Terhadap Kepuasan Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) di Wilayah Kecamatan Tambun Selatan	Independent: Kualitas Pelayanan Dependen : kepuasan Pelanggan	Purposive Sampling	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan variabel tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.	Jurnal AKP Volume 7, Nomer 2, Agustus 2017

2.5.2. Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan merupakan kualitas yang secara konsisten meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal dan pelanggan eksternal dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa. Adapun indikator dari kualitas pelayanan menurut Parasuraman dkk (1998) dalam buku Manajemen Pemasaran Jasa pengarang Rambat Lupiyoadi (2013, 216) yaitu *Tangible* (berwujud), *Reliability* (Reliabilitas), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan dan kepastian), *Emphaty* (Empati).

Dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan kualitas pelayanan merupakan komponen yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan, dari kualitas pelayanan tersebut perusahaan menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan.

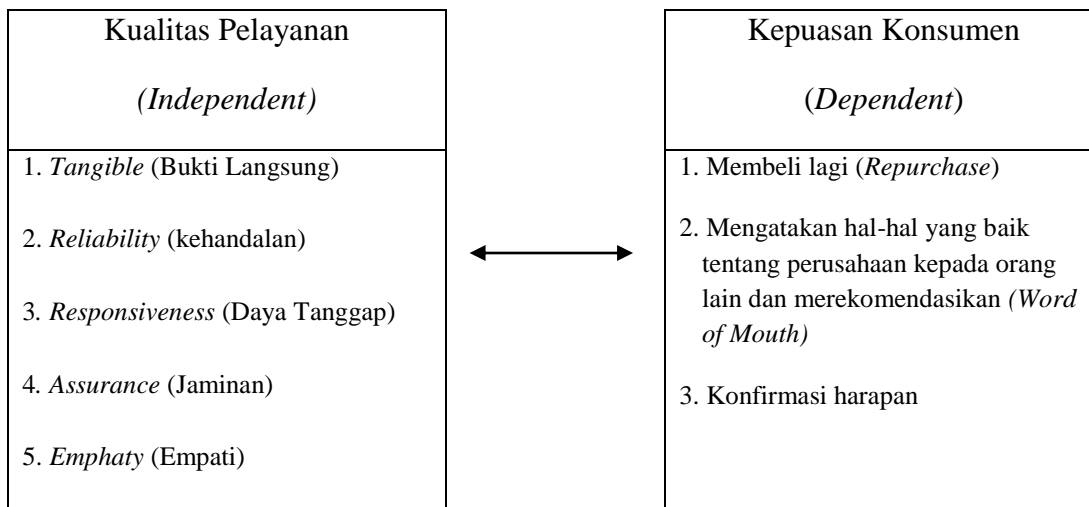
Perusahaan dikatakan berhasil apabila konsumen merasa puas dengan hasil yang di terimanya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Pelayanan yang baik harus dapat memenuhi segala aspek yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Jadi kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah ada harapan maka pelanggan tidak akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2009, 140) yaitu membeli lagi (repurchase), mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan (word of mouth) dan menurut Fandy Tjiptono (2014, 368) yaitu konfirmasi harapan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Penelitian yang mendukung pernyataan tersebut, yang dilakukan oleh Yanti Mala (2017) bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sekolah dan kepuasan berpengaruh positif dan ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Puspo Dewi Dirgantari (2012) juga mendukung pernyataan tersebut bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka disusun konstelasi penelitian yang terlihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 5
Konstelasi Penelitian

2.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah. Hipotesis juga merupakan suatu pernyataan yang masih harus diuji kembali kebenarannya secara empiris. Berdasarkan landasan teori, identifikasi masalah dan kerangka pemikiran yang ada peneliti mengemukakan bahwa hipotesis dalam penelitian adalah:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMP Cendekia cukup baik.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap SMP Cendekia cukup baik.
3. Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada SMP Cendekia Bogor.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian verifikatif dengan metode *explanatory survey* karena metode ini bertujuan untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Teknik penelitian yang digunakan adalah statistik inferensial nonparametris yang digunakan untuk menganalisis data nominal dan ordinal dari populasi yang bebas distribusi.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel yang dijadikan sebagai tema atau judul penelitian. Pada penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu variabel independen, kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) serta variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

3.2.2. Unit Analisis

Unit Analisis yang digunakan adalah analisis berupa individual, yaitu sumber data yang diperoleh dari respon setiap individu. Individu yang dimaksud ini adalah siswa dari SMP Cendekia kelas 7, 8, dan 9.

3.2.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat variabel-variabel penelitian dianalisis seperti organisasi/perusahaan/instansi atau daerah tertentu. Pada penelitian ini lokasi penelitian adalah SMP Cendekia yang terdapat pada lokasi penelitian di Kp. Babakan Rt.22/05 Desa Cinangneng Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor Jawa Barat.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti pada penelitian ini adalah jenis data kualitatif dan kuantitatif yang merupakan data primer dan data sekunder.

1. Data primer diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti yaitu individu dalam perusahaan yang diteliti, jadi peneliti untuk mendapatkan data dan informasi melalui kuesioner terhadap konsumen Sekolah Menengah Pertama Cendekia Bogor.
2. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa data teori pendukung.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel dapat didasarkan pada suatu atau lebih referensi yang disertai dengan alasan penggunaan definisi tersebut. Variabel penelitian harus dapat diukur menurut skala ukuran yang lazim digunakan. Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka disajikan tabel sebagai berikut :

Tabel 5: Operasionalisasi Variabel Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Siswa yang Menggunakan Jasa Pendidikan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	- Ruangan kelas rapi dan bersih	Ordinal
		- Peralatan sekolah yang lengkap	Ordinal
		- Penampilan Karyawan yang berpenampilan rapi dan bersih.	Ordinal
	<i>Reliability</i> (kehandalan)	- Guru mampu memberikan pembelajaran yang mudah dipahami	Ordinal
		- Keakuratan informasi yang dapat diberikan sekolah pada siswa	Ordinal
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	- Perubahan positif pasca pembelajaran	Ordinal	
	<i>Assurance</i> (jaminan)	- Guru yang cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen	Ordinal
		- Mampu merespon persoalan dan keluhan siswa	Ordinal
		- Memenuhi permintaan khusus dari siswa	Ordinal
	<i>Emphaty</i> (empati)	- Memberikan informasi kepada siswa dengan bahasa yang jelas	Ordinal
		- Memberikan kredibilitas / kepercayaan berupa jaminan atas pendidikan	Ordinal
		- Jaminan keamanan dan kenyamanan siswa	Ordinal
	Membeli lagi (<i>Re-</i>	- Memberikan perhatian khusus kepada siswa	Ordinal
		- Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial	Ordinal
		- Mampu memenuhi keinginan siswa	Ordinal
Kepuasan		- Puas dengan pelayanan yang	Ordinal

Konsumen	<i>Purchase)</i>	diberikan - Fasilitas sesuai dengan harapan siswa - Harga relatif terjangkau	Ordinal Ordinal
	Mengatakan hal-hal yang baik tentang sekolah kepada orang lain dan merekomendasikan (<i>Word of mouth</i>)	- Ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain - Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain - Lokasi yang strategis	Ordinal Ordinal Ordinal
	Konfirmasi harapan	- Pembelajaran yang diberikan sesuai dengan keinginan siswa - Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pembelajaran yang diberikan - Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan siswa	Ordinal Ordinal Ordinal

3.5. Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel data responden yang sedang melakukan pembelian di Sekolah Menengah Pertama Cendekia Bogor yang diperoleh dari lokasi penelitian menggunakan metode penarikan sampel nonprobabilitas dengan teknik insidental sampling dimana hanya orang yang secara kebetulan ditemui untuk dijadikan sampel. Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana :

N = Ukuran Populasi

n = Ukuran Sampel

e^2 = Error atau nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan, atau tingkat % kesalahan atau error yang masih dapat di tolelir (1%, 5%, 10%).

Perhitungan untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1% sampai dengan 10%. Karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga serta demi kenyamanan para konsumen Sekolah Menengah Pertama Cendekia Bogor oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan taraf kesalahan sebesar 5%.

Populasi yang digunakan yaitu siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Bogor pada tahun 2018 yaitu sebanyak 209 siswa.

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka jumlah sampel yaitu :

$$n = \frac{209}{1 + 209(0,05)^2}$$

$n = 137,5$ dibulatkan menjadi 140 responden

Pengambilan sampel berdasarkan kelas siswa :

$$\text{Kelas 1} = \frac{71}{209} \times 140\% = 47$$

$$\text{Kelas 2} = \frac{70}{209} \times 140\% = 47$$

$$\text{Kelas 3} = \frac{68}{209} \times 140\% = 46$$

Jadi populasi SMP Cendekia sebanyak 209 siswa pada tahun 2018 kemudian sampel yang akan diteliti adalah 137,5 responden. Pembulatan menjadi 140 responden dimaksudkan agar nilai error/tingkat kritis dipastikan dibawah 5%. Diambil jumlah setiap kelasnya dari kelas 1 sebanyak 47 siswa, kelas 2 sebanyak 47 siswa dan yang terakhir kelas 3 diambil sebanyak 46 siswa.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling diatas, maka data yang terpilih dikumpulkan melalui metode primer dan sekunder, metode pengumpulan data untuk data primer yaitu survey atau langsung pada sumber data dengan cara pengamatan dan pengukuran dengan membagikan kuesioner. Metode pengumpulan data untuk sekunder diperoleh dari internet.

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan prosedur sebagai berikut :

1. Study pustaka

Penelitian ini mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan permasalahan perusahaan untuk mendapatkan landasan teori yang digunakan dalam pemecahan permasalahan.

2. Penelitian langsung

- a) wawancara yang dilakukan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan yaitu kepala Sekolah Menengah Pertama Cendekia
- b) kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data atau informasi mengenai hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Untuk mengukur hasil kuesioner yang disebar pada konsumen menggunakan alat ukur skala likert. Menurut Sugiyono (2010, 132) “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala penilaian yang digunakan yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (RG), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Tabel 6: Skala Likert

Pilihan	Inisial	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, 2010.

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur angket atau valid tidaknya suatu angket penelitian. Sahnya suatu angket jika pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur angket.

Tabel 7: Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia.

No Item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)				
1	Penampilan guru Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang rapih dan bersih	0,469	0,361	Valid
2	Fasilitas Sekolah Dasar Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang lengkap	0.443	0,361	Valid
3	Ruangan kelas Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang rapih dan bersih	0.526	0,361	Valid
Kehandalan (<i>Reliability</i>)				
4	Keakuratan informasi yang dapat diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya kepada siswa	0.401	0,361	Valid
5	Guru Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mampu memberikan pembelajaran yang mudah	0.377	0,361	Valid

	dipahami			
6	Perubahan positif pasca pembelajaran di Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	0.418	0,361	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
7	Guru Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang cepat tanggap dalam menangani keluhan siswa	0.413	0,361	Valid
8	Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mampu merespon persoalan dan keluhan siswa	0.433	0,361	Valid
9	Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memenuhi permintaan khusus dari siswa	0.382	0,361	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
10	Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memberikan informasi kepada siswa dengan bahasa yang jelas	0.259	0,361	Tidak Valid
11	Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa jaminan atas pendidikan	0.574	0,361	Valid
12	Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mampu memenuhi keinginan siswa	0.628	0,361	Valid
Empati (<i>Emphaty</i>)				
13	Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memberikan perhatian khusus kepada siswa	0.435	0,361	Valid
14	Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial	0.430	0,361	Valid
15	Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mampu memenuhi keinginan siswa	0.678	0,361	Valid

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2018

Berdasarkan hasil uji validitas kualitas pelayanan (X) menggunakan SPSS 23 dengan sampel 30 dan $r_{\text{tabel}} = 0,361$ maka hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa terdapat 15 pertanyaan yaitu 14 pertanyaan yang valid dan 1 pertanyaan yang tidak valid. Dikarenakan 14 pertanyaan yang valid tersebut memiliki hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sedangkan 1 pertanyaan yang tidak valid tersebut memiliki hasil $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$. Dengan demikian 14 pertanyaan tersebut dianggap telah tepat untuk mengukur kualitas pelayanan pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

Tabel 8: Hasil Uji Validitas Kepuasan Siswa yang Menggunakan Jasa Pendidikan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

No item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Membeli lagi (<i>Re-purchase</i>)				
1	Membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	0.457	0,361	Valid
2	Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	0.505	0,361	Valid
3	Membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	0.599	0,361	Valid
Merekomendasikan (<i>Word of Mouth</i>)				
4	Ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	0.515	0,361	Valid
5	Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	0.430	0,361	Valid
6	Lokasi Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang strategis	0.513	0,361	Valid
Konfirmasi harapan				

7	Pembelajaran yang diberikan sesuai dengan kebutuhan anak dari orang tua siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	0.390	0,361	Valid
8	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pembelajaran yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	0.486	0,361	Valid
9	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya	0.693	0,361	Valid

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2018

Berdasarkan hasil uji validitas kepuasan konsumen (Y) menggunakan SPSS 23 dengan sampel 30 dan r tabel = 0,361 maka hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa terdapat 9 pertanyaan yaitu 9 pertanyaan tersebut valid. Dengan demikian 9 pertanyaan tersebut dianggap telah tepat untuk mengukur kepuasan konsumen pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula *alpha cronbach's* yaitu suatu angket penelitian ini dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel dikatakan jika memiliki *cronbach's alpha* > 0,6.

Nilai uji reabilitas suatu variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Siswa yang Menggunakan Jasa Pendidikan pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya :

Tabel 9: Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.647	14

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2018

Berdasarkan hasil uji koefisien reabilitas kualitas pelayanan (X) menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 14 pertanyaan dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,647 variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat reabilitas sangat baik karena nilai reabilitas kualitas pelayanan >0,600. Maka pertanyaan tersebut diterima.

Tabel 10 :Uji Reliabilitas Kepuasan Siswa

Cronbach's Alpha	N of Items
.680	9

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2018

Berdasarkan hasil uji koefisien reabilitas kepuasan orang tua siswa (Y) menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 9 pertanyaan dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,738 variabel kepuasan konsumen memiliki tingkat reabilitas sangat baik karena nilai reabilitas kepuasan konsumen >0,680. Maka pertanyaan tersebut diterima.

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Siswa yang Menggunakan Jasa Pendidikan Pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Bogor.

$$\text{Tanggapan total responden} = \frac{\text{skor total jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

STS	TS	RG	S	SS	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

Sumber: Sugiyono (2016)

Tabel 11: Interpretasi Hasil

Kriteria Interpretasi Hasil	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
0% - 20%	Buruk Sekali	Tidak Puas
21% - 40%	Buruk	Kurang Puas
41% - 60%	Sedang	Cukup Puas
61% - 80%	Puas	Puas
81% - 100%	Sangat Puas	Sangat Puas

Sumber : Dolet Unaradjan (2013)

3.7.2. Korelasi Spearman Rank

Korelasi Spearman Rank digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel tidak harus sama. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_1 = 1 - \frac{6\sum di^2}{n n^2 - 1}$$

Dimana:

r_s = nilai korelasi spearman

d = selisih antara X dan Y

n = jumlah pasangan (data)

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel.

Nilai Korelasi (r_s) = $(-1 < 0 < 1)$.

Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisiensi korelasi berada antara -1 dan 1, sedangkan untuk arah dinyatakan positif (+) dan negatif (-).

1. Apabila $r = -1$ korelasi negatif sempurna, artinya terjadi hubungan bertolak belakang antara X dan Y, bila X naik Y turun.
2. Apabila $r = 1$ korelasi positif sempurna, artinya terjadi hubungan searah, bila X naik dan Y juga naik.
3. Apabila $r = 0$ artinya tidak ada hubungan antara X dan Y.

Untuk menginterpretasikan hasil penelitian korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 12: Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

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

Sumber: Sugiyono, 2016

3.7.3. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui apakah nyata atau tidak kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen maka di uji hipotesis koefisien korelasi sebagai berikut:

- $H_0 : \rho = 0$, berarti tidak ada hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen
- $H_a : \rho > 0$, berarti ada hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Statistic Uji :

Menurut Sugiyono (2015,247), uji signifikan menggunakan rumus Z karena $n > 30$:

$$Z_{hitung} = \frac{r_s}{\frac{1}{\sqrt{n-1}}}$$

Dimana:

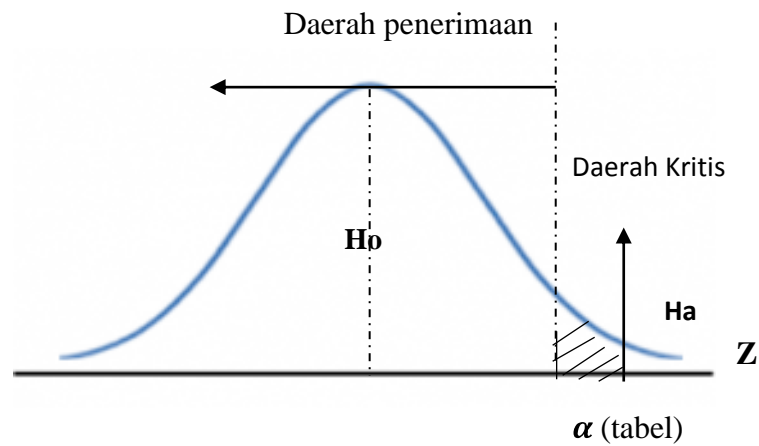
Z_{hitung} = Uji signifikan Z

r_s = Koefisien korelasi spearman rank

n = Jumlah sampel

Dengan menggunakan uji satu arah maka kriteria hasil pengujiannya adalah :

- Tolak H_0 dan terima H_a jika nilai $Z_{hitung} < Z_{tabel}$
Artinya tidak ada hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.
- Tolak H_0 dan terima H_a jika nilai $Z_{hitung} > Z_{tabel}$
Artinya ada hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen



Gambar 6
Kurva Pengujian Hipotesis Koefisien Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya merupakan salah satu lembaga pendidikan berbasis swasta yang didirikan oleh Drs. H. Jamaludin selaku ketua yayasan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Pada mulanya Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya berdiri pada tahun 2005 dengan memiliki luas bangunan sebesar 700 m² yang bertempat di Kp. Babakan Rt.22/05 Desa.Cinangneng Kec. Tenjolaya Kab. Bogor. Sekolah tersebut berkembang pesat yang pada akhirnya pada tahun 2010 mengalami perubahan sekolah / renovasi sekolah. Pada tahun 2013 Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mengalami peningkatan jumlah siswa baru dan merenovasi penambahan kelas. Lalu pada tahun 2015, Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya menambah fasilitas baru untuk lapangan, tempat istirahat, dan semakin berkembang karena memiliki banyak fasilitas untuk perkembangan siswa di Kec. Tenjolaya.

Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya terus mengembangkan sekolahnya dimana pada tahun 2005 sampai dengan 2015 telah terdapat renovasi sekolah tersebut beberapa kali dengan perkembangan zaman serta kebutuhan ilmu yang meningkat. Dengan berkembangannya ilmu yang dibutuhkan dan fasilitas yang memadai di Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

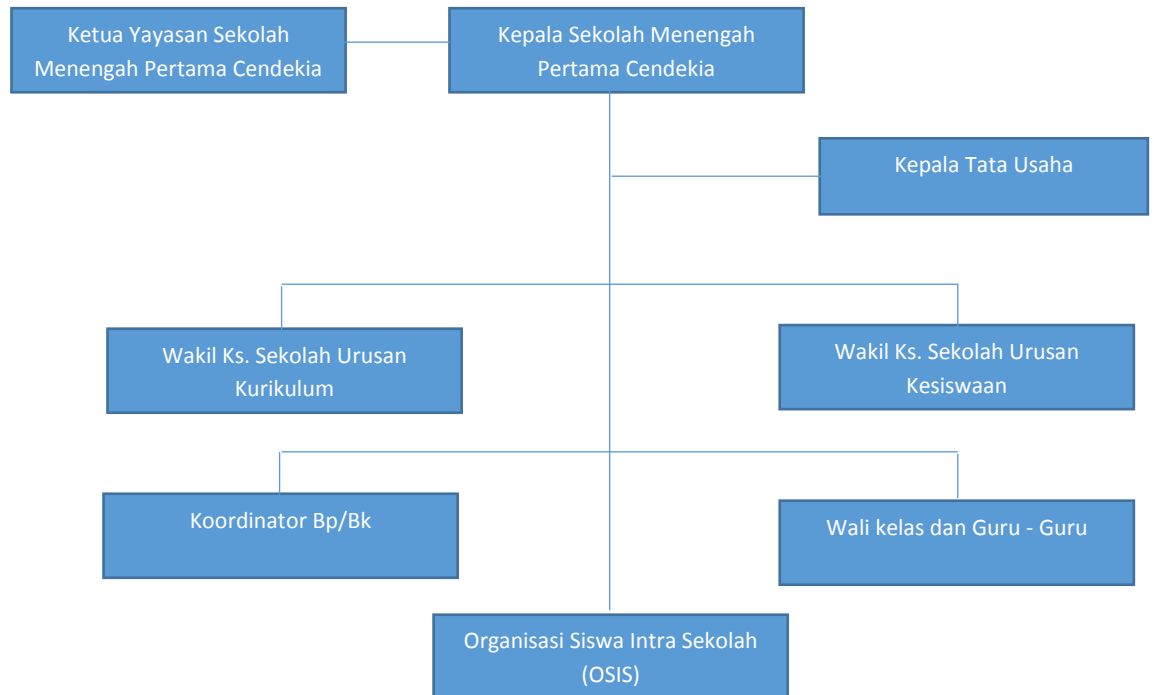
Menuntut ilmu tidak memandang usia dan siapa yang mampu untuk mendapatkan ilmu. Apalagi setiap orang sekarang mencari ilmu yang menjurus yang dapat menggapai cita-citanya. Peluang inilah yang dimanfaatkan sekolah negeri atau swasta dalam melaksanakan apa yang orang butuhkan saat menuntut ilmu. Sekolah yang berakreditasi baik tidak menjamin orang tersebut menjadi apa yang diharapkan. Bahkan di jaman sekrang, murid sendiri yang dapat menentukan pilihannya ingin menjadi orang yang berguna atau tidak di waktu yang akan datang.

4.1.2. Kegiatan Usaha

Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya merupakan sekolah menengah pertama dimana siswa menimba ilmu serta di didik oleh orang tua keduanya yaitu guru di sekolah yang dimana siswa menimba ilmu pengetahuan yang baru dan pengalaman yang baru. Dalam memiliki pembelajaran *soft skill* dan *hard skill*. Dalam menjalankan kegiatannya, Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memiliki jasa pendidikan diantaranya Pendidikan Agama islam, Matematika, IPA, IPS, Penjaskes, TIKOM, PPKN, Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Seni Budaya. (Sumber data : Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya, 2018).

Selain itu, kegiatan belajar yang dilakukan oleh Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yaitu sekolah harus memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan siswa agar setiap siswa yang datang ke Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya melakukan pembelian ulang.

4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas



Gambar 7.
Struktur Organigram Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya
Tahun 2018

Kegiatan di Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya dilakukan secara bersama atasan dan para staf secara keseluruhan. Uraian tugas dari struktur organigram Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sebagai berikut :

1. Ketua Yayasan
Pemilik Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya, memimpin dan mengkoordinasikan seluruh anggota dan staf pengurus.
2. Kepala Sekolah
Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap seluruh kegiatan sekolah, baik kedalam maupun keluar, yaitu :
 - a. Penyelenggaraan program kerja sekolah, meliputi :
 - 1) Penyusunan program kerja sekolah
 - 2) Pengawasan proses belajar mengajar, pelaksanaan dan hasil belajar serta bimbingan dan konseling (BK).
 - b. Pembina kesiswaan

- c. Pelaksanaan bimbingan dan penilaian bagi guru serta tenaga kependidikan lainnya.
 - d. Pelaksanaan hubungan sekolah dengan lingkungan dan atau masyarakat.
3. Tugas Tata Usaha
- a. Penyusunan program kerja tata usaha sekolah
 - b. Mengelola administrasi sekolah
 - c. Pengurusan dan pelaksanaan administrasi / sarana prasarana sekolah
 - d. Penyusunan administrasi kesiswaan
 - e. Penyusunan administrasi kurikulum
 - f. Penyusunan administrasi kepegawaian
 - g. Penyusunan administrasi humas
 - h. Penyusunan administrasi ketatausahaan antara lain mengagendakan surat masuk / keluar, mengetik surat, menggandakan surat – surat, mengarsipkan, menata penomoran surat, merapikan file – file surat, mengirim dan menerima surat – surat, menyusun dan menyajikan data statistik sekolah, mengurus dokumen – dokumen sekolah.
4. Wakasek Kurikulum
- Wakil kepala sekolah bidang kurikulum bertanggung jawab atas semua kegiatan belajar mengajar. Berikut Tugas – tugasnya :
- a. Menyusun pembagian tugas guru.
 - b. Mengelola kegiatan belajar mengajar
 - c. Menyusun jadwal evaluasi
 - d. Menyusun kriteria kenaikan kelas dan kurikulum
 - e. Menyusun pelaksanaan UAS dan UAN
 - f. Menyusun instrumen kegiatan belajar mengajar
 - g. Menyusun kegiatan ekstrakurikuler.
5. Wakasek Kesiswaan
- Wakil kepala sekolah bidang kesiswaan membidangi urusan kesiswaan, bertanggung jawab atas semua kegiatan belajar mengajar yang antara lain :
- a. Perencanaan dan pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler.
 - b. Pengadaan pengarahan dan pembina kegiatan OSIS.
 - c. Pembuatan dan pengawasan pelaksanaan tata tertib sekolah.
 - d. Penginventarisasian absensi dan pelanggaran-pelanggaran.
 - e. Pembina dan pelaksana kegiatan 5-K.
 - f. Penilaian terhadap siswa untuk mewakili sekolah terhadap kegiatan diluar sekolah.
 - g. Perencanaan kegiatan setelah siswa lulus
6. Koorinator BP/BK
- a. Menyusun program dan pelaksanaan kegiatan penyuluhan
 - b. Membantu guru dan wali kelas dalam menghadapi kasus anak
 - c. Membuat program bimbingan psikologi
 - d. Menyusun dan mengarsip data kasus murid (konseling)

- e. Memberikan penjelasan bersama dengan Kepala Sekolah tentang program dan tujuan bimbingan kepada wali murid
 - f. Membantu Wali Murid dalam memberikan pelayanan psikolog tentang perkembangan putra – putrinya
 - g. Memberikan izin kepada siswa untuk meninggalkan sekolah setelah memperoleh izin dari guru kelas secara tertulis
7. Wali Kelas dan Guru – Guru

Wali Kelas adalah Guru yang membantu Kepala Sekolah untuk membimbing siswa dalam mewujudkan disiplin kelas, sebagai manajer dan motivator untuk membangkitkan gairah/minat siswa untuk berprestasi di kelas.

Guru yaitu yang memberikan ilmu pengetahuan kepada siswa, melatih keterampilan, memberikan pedoman, bimbingan, merancang pengajaran, melaksanakan pembelajaran dan menilai aktivitas pembelajaran.

8. Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS)

1. Sebagai Wadah

Organisasi Siswa Intra Sekolah merupakan satu – satunya wadah kegiatan para siswa di sekolah bersama dengan jalur pembinaan yang lain untuk mendukung tercapainya pembinaan kesiswaan.

b. Sebagai Motivator

Motivator adalah perangsang yang menyebabkan lahirnya keinginan dan semangat para siswa untuk berbuat dan melakukan kegiatan bersama dalam mencapai tujuan.

4.2. Profil Responden

Unit analisis dalam penelitian ini adalah siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya, siswa disini adalah siswa kelas 1 sampai kelas 3 Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Jumlah siswa yang dipilih sebagai responden sebanyak 140 orang dengan identitas sebagai berikut :

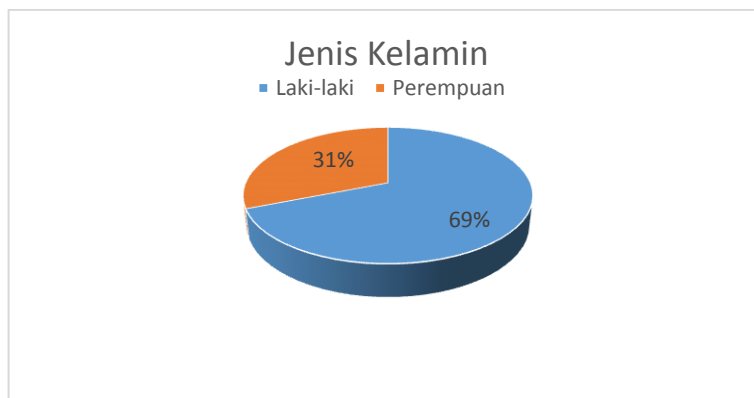
4.2.1. Jenis Kelamin Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 13: Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	97	69
Perempuan	43	31
Jumlah	140	100

Sumber : Diolah dari data primer, tahun 2018



Gambar 8.
Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden sebanyak 140 siswa terdiri dari 97 siswa laki-laki (69%) dan 43 siswi perempuan (31%). Dari proporsi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki dalam penelitian ini lebih banyak dibandingkan responden perempuan.

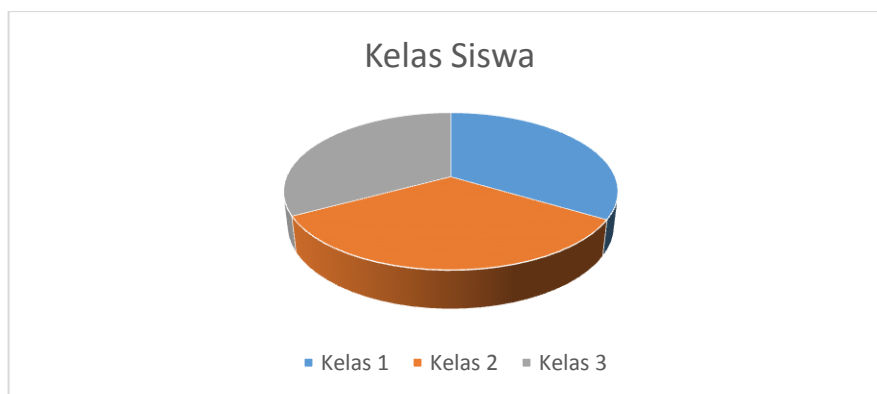
4.2.2. Siswa Berdasarkan Kelas

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan kelas :

Tabel 14: Sampel Berdasarkan Kelas

Sampel Kelas	Jumlah	Persentase (%)
Kelas 1	47	33,57
Kelas 2	47	33,57
Kelas 3	46	32,86
Jumlah	140	100

Sumber : Diolah dari data primer, tahun 2018



Gambar 9.
Siswa Berdasarkan Kelas

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden sebanyak 140 siswa terdiri dari 47 siswa kelas 1 dengan persentase 33,57%, kemudian 47 siswa kelas 2 dengan persentase 33,57%, dan yang terakhir 46 siswa kelas 3 dengan persentase 32,86%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa siswa kelas 1 dan kelas 2 lebih banyak dibandingkan dengan siswa kelas 3.

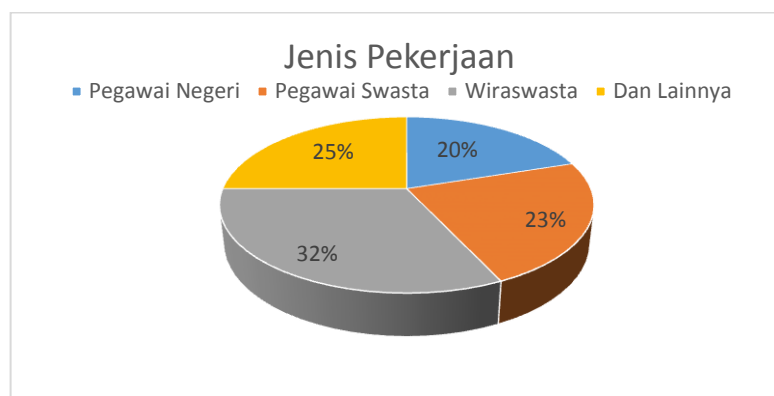
4.2.3. Jenis Pekerjaan Orang Tua Siswa Siswa

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan pekerjaan orang tua siswa :

Tabel 15: Pekerjaan Orangtua Responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pegawai Negeri	28	20
Pegawai Swasta	32	23
Wiraswasta	45	32
Dan Lainnya	35	25
jumlah	140	100

Sumber : Diolah dari data primer, tahun 2018



Gambar 10.

Jenis Pekerjaan Orangtua Siswa

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 28 orangtua responden berprofesi sebagai Pegawai Negeri sebesar 20%, 32 orangtua responden berprofesi sebagai Pegawai Swasta sebesar 23%, 45 orangtua responden berprofesi sebagai Wiraswasta sebesar 32%, 35 orangtua responden berprofesi sebagai Lainnya sebesar 25%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah pekerjaan orangtua responden sebagai Wiraswasta lebih banyak dibandingkan yang memiliki pekerjaan Pegawai Negeri, Pegawai Swasta, dan Lainnya.

4.3. Kualitas Pelayanan pada SMP Cendekia Tenjolaya

Untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai kualitas pelayanan dilakukan analisis dengan menggunakan rumus atau pendekatan total tanggapan responden yang disesuaikan dengan variabel yang diteliti sebagai berikut :

$$\text{Tingkat Kualitas Pelayanan} = \frac{\text{jumlah skor yang diperoleh dari peneliti}}{\text{jumlah skor ideal kriteria untuk seluruh item}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 16: Interpretasi Hasil

Kriteria Interpretasi Skor	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
0% - 20%	Buruk Sekali	Tidak Puas
21% - 40%	Buruk	Kurang Puas
41% - 60%	Sedang	Cukup Puas
61% - 80%	Baik	Puas
81% - 100%	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber : Dolet Unaradjan (2013)

Adapun kategori rentang yang menjadikan tolak ukur dalam menentukannya adalah sebagai berikut :

BISA	B	S	B	SB	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

Untuk mengukur atau mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya diukur dengan menggunakan indikator bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Berikut ini hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner di Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya :

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

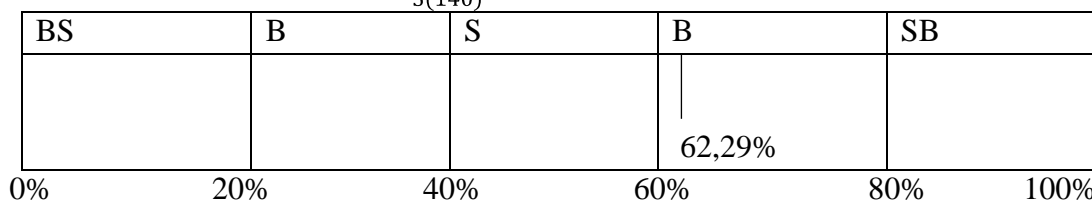
Tabel 17: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Penampilan Guru yang Rapih dan Bersih

kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	20	100	14,29
baik	4	37	148	26,43
sedang	3	36	108	25,71
buruk	2	33	66	23,57
buruk sekali	1	14	14	10,00
Jumlah		140	436	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 17 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 20 orang, menjawab baik 37 orang, menjawab sedang 36 orang, menjawab buruk 33 orang, dan menjawab buruk sekali 14 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 436.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{436}{5(140)} \times 100\% = 62,29\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Penampilan Guru yang Rapih dan Bersih menunjukkan 62,29% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Penampilan Guru yang Rapih dan Bersih.

Tabel 18: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Fasilitas sekolah yang Lengkap

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	26	130	18,57
Baik	4	32	128	22,86
sedang	3	28	84	20,00
Buruk	2	33	66	23,57
buruk sekali	1	21	21	15,00
Jumlah		140	429	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 18 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 26 orang, menjawab baik 32 orang, menjawab sedang 28 orang, menjawab buruk 66 orang, dan menjawab buruk sekali 21 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 429.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{429}{5(140)} \times 100\% = 61,29\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Fasilitas sekolah yang Lengkap menunjukkan 61,29% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Fasilitas sekolah yang Lengkap.

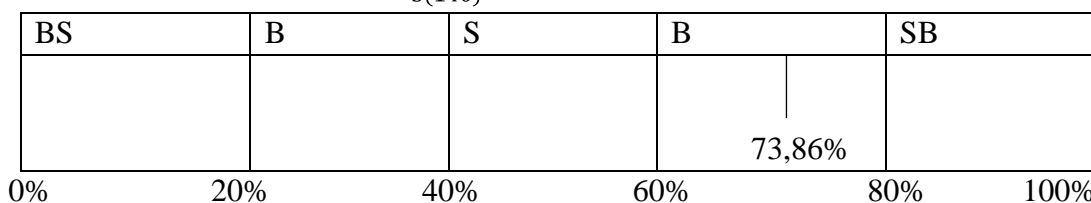
Tabel 19: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Ruang Kelas yang Rapih dan Bersih

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	35	175	25,00
baik	4	49	196	35,00
sedang	3	39	117	27,86
buruk	2	12	24	8,57
buruk sekali	1	5	5	3,57
Jumlah		140	517	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 19 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 35 orang, menjawab baik 49 orang, menjawab sedang 39 orang, menjawab buruk 12 orang, dan menjawab buruk sekali 5 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 517.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{517}{5(140)} \times 100\% = 73,86\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Ruang Kelas yang Rapih dan Bersih menunjukkan 73,86% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Ruang Kelas yang Rapih dan Bersih.

Dapat disimpulkan dari pernyataan mengenai Bukti Fisik (*Tangible*) berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terkecil yaitu pernyataan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Fasilitas sekolah yang Lengkap dengan nilai tanggapan responden 61,29%.

2. Keandalan (*Reliability*)

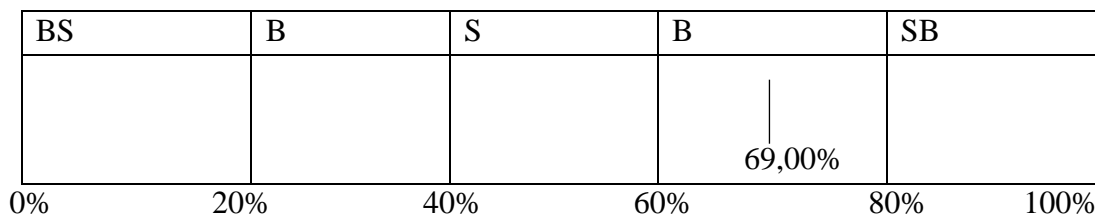
Tabel 20: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Keakuratan Informasi yang dapat Diberikan Kepada Siswa

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	25	125	17,86
baik	4	49	196	35,00
sedang	3	40	120	28,57
buruk	2	16	32	11,43
buruk sekali	1	10	10	7,14
Jumlah		140	483	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 20 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 25 orang, menjawab baik 49 orang, menjawab sedang 40 orang, menjawab buruk 16 orang, dan menjawab buruk sekali 10 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 483.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{483}{5(140)} \times 100\% = 69,00\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Ruangan Kelas yang Rapih dan Bersih menunjukkan 69,00% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Ruangan Kelas yang Rapih dan Bersih.

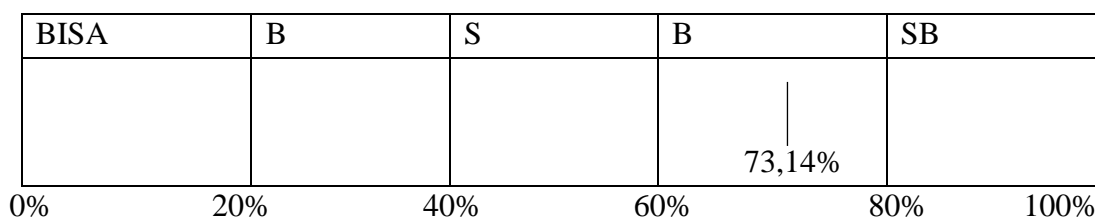
Tabel 21: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Guru yang Mampu Memberikan Pembelajaran yang Mudah Dipahami

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	28	140	20,00
baik	4	65	260	46,43
sedang	3	27	81	19,29
buruk	2	11	22	7,86
buruk sekali	1	9	9	6,43
Jumlah		140	512	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 21 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 28 orang, menjawab baik 65 orang, menjawab sedang 27 orang, menjawab buruk 11 orang, dan menjawab buruk sekali 9 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 512.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{512}{5(140)} \times 100\% = 73,14\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Guru yang Mampu Memberikan Pembelajaran yang Mudah Dipahami menunjukkan 73,14% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Guru yang Mampu Memberikan Pembelajaran yang Mudah Dipahami.

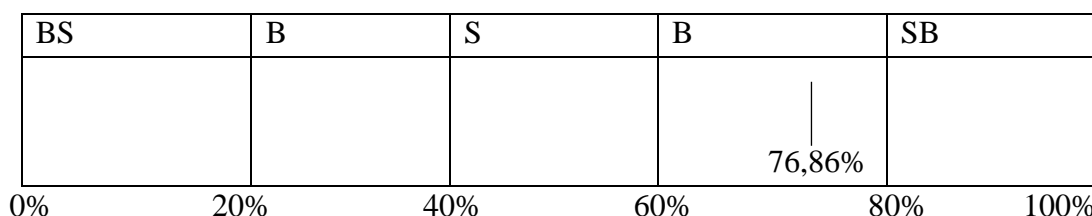
Tabel 22: Tanggapan Responden Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mengenai Perubahan Positif Pasca Pembelajaran

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	45	225	32,14
Baik	4	51	204	36,43
sedang	3	25	75	17,86
Buruk	2	15	30	10,71
buruk sekali	1	4	4	2,86
Jumlah		140	538	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 22 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 45 orang, menjawab baik 51 orang, menjawab sedang 25 orang, menjawab buruk 15 orang, dan menjawab buruk sekali 4 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 538.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{538}{5(140)} \times 100\% = 76,86\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mengenai Perubahan Positif Pasca Pembelajaran menunjukkan 76,86% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mengenai Perubahan Positif Pasca Pembelajaran.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Keandalan (*Reliability*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terkecil yaitu pernyataan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Ruang Kelas yang Rapih dan Bersih dengan nilai tanggapan responden 69,00%.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

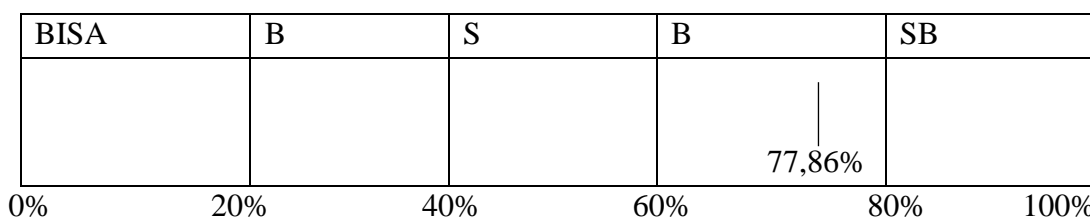
Tabel 23: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Guru yang Cepat Tanggap dalam Menangani Keluhan siswa

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	36	180	25,71
Baik	4	65	260	46,43
Sedang	3	28	84	20,00
Buruk	2	10	20	7,14
buruk sekali	1	1	1	0,71
Jumlah		140	545	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 23 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 36 orang, menjawab baik 65 orang, menjawab sedang 28 orang, menjawab buruk 10 orang, dan menjawab buruk sekali 1 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 545.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{545}{5(140)} \times 100\% = 77,86\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Guru yang Cepat Tanggap dalam Menangani Keluhan siswa menunjukkan 77,86% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memiliki Guru yang Cepat Tanggap dalam Menangani Keluhan siswa.

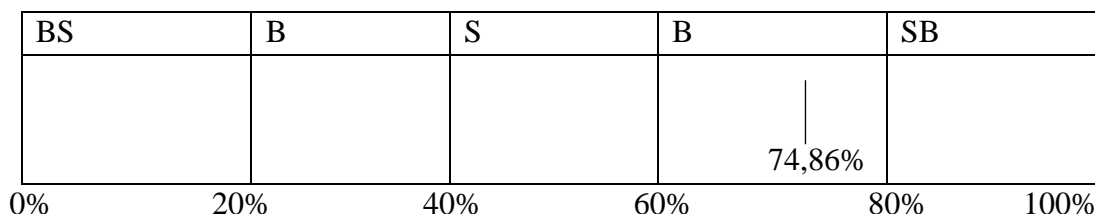
Tabel 24: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mampu Merespon Persoalan dan Keluhan Siswa

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	33	165	23,57
Baik	4	62	248	44,29
Sedang	3	28	84	20,00
Buruk	2	10	20	7,14
buruk sekali	1	7	7	5,00
Jumlah		140	524	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 24 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 33 orang, menjawab baik 62 orang, menjawab sedang 28 orang, menjawab buruk 10 orang, dan menjawab buruk sekali 7 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 524.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{524}{5(140)} \times 100\% = 74,86\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mampu Merespon Persoalan dan Keluhan Siswa menunjukkan 74,86% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mampu Merespon Persoalan dan Keluhan Siswa.

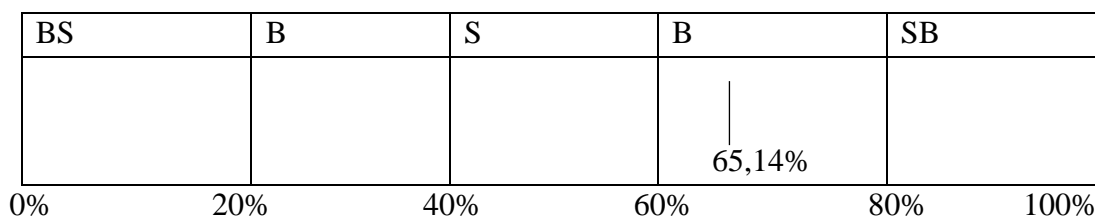
Tabel 25: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Dapat Memenuhi Permintaan Khusus Dari Siswa

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	21	105	15,00
baik	4	46	184	32,86
sedang	3	34	102	24,29
buruk	2	26	52	18,57
buruk sekali	1	13	13	9,29
Jumlah		140	456	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 25 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 21 orang, menjawab baik 46 orang, menjawab sedang 34 orang, menjawab buruk 26 orang, dan menjawab buruk sekali 13 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 456.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{456}{5(140)} \times 100\% = 65,14\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Dapat Memenuhi Permintaan Khusus Dari Siswa menunjukkan 65,14% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Dapat Memenuhi Permintaan Khusus Dari Siswa.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Daya Tanggap (*Responsiveness*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terkecil yaitu pernyataan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Dapat Memenuhi Permintaan Khusus Dari Siswa sebesar 65,14%.

4. Jaminan (*Assurance*)

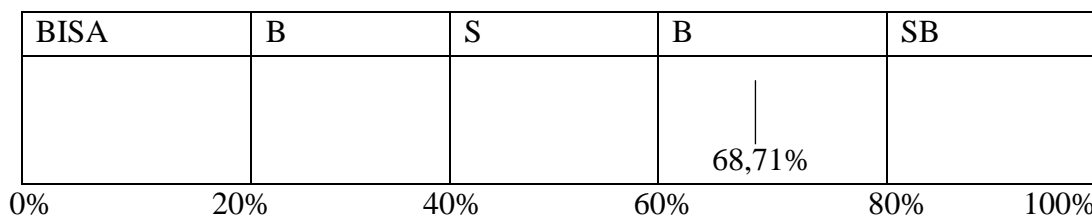
Tabel 26: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Informasi Kepada siswa dengan Bahasa yang Jelas

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	24	120	17,14
Baik	4	50	200	35,71
sedang	3	40	120	28,57
buruk	2	15	30	10,71
buruk sekali	1	11	11	7,86
Jumlah		140	481	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 26 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 24 orang, menjawab baik 50 orang, menjawab sedang 40 orang, menjawab buruk 15 orang, dan menjawab buruk sekali 1 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 481.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{481}{5(140)} \times 100\% = 68,71\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Informasi Kepada siswa dengan Bahasa yang Jelas menunjukkan 68,71% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Informasi Kepada siswa dengan Bahasa yang Jelas.

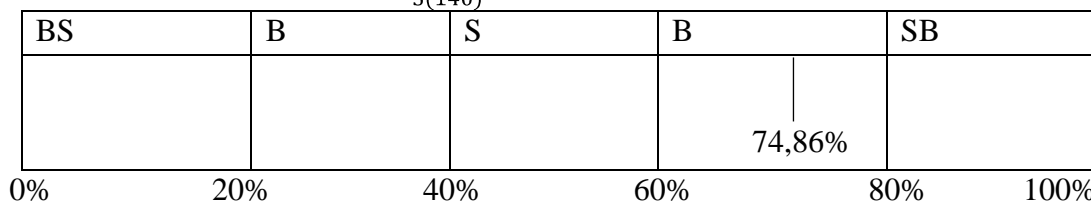
Tabel 27: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Kredibilitas atau Kepercayaan berupa Jaminan Pendidikan

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	33	165	23,57
Baik	4	62	248	44,29
sedang	3	28	84	20,00
buruk	2	10	20	7,14
buruk sekali	1	7	7	5,00
Jumlah		140	524	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 27 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 33 orang, menjawab baik 62 orang, menjawab sedang 28 orang, menjawab buruk 10 orang, dan menjawab buruk sekali 7 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 524.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{524}{5(140)} \times 100\% = 74,86\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Kredibilitas atau Kepercayaan berupa Jaminan Pendidikan menunjukkan 74,86% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Kredibilitas atau Kepercayaan berupa Jaminan Pendidikan.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Jaminan (*Assurance*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terkecil yaitu pernyataan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Informasi Kepada siswa dengan Bahasa yang Jelas tanggapan responden 68,71%.

5. Empati (*Empathy*)

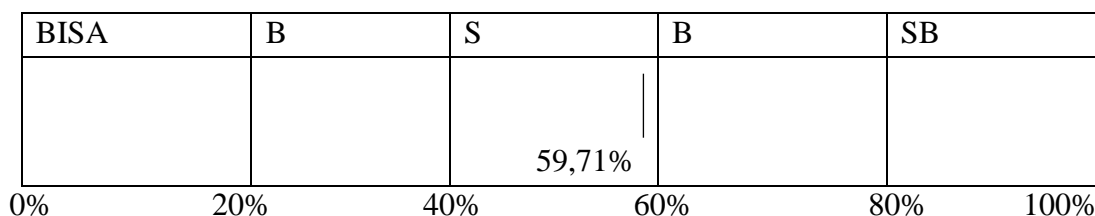
Tabel 28: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Perhatian Khusus Kepada Siswa

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	18	90	12,86
Baik	4	33	132	23,57
sedang	3	36	108	25,71
buruk	2	35	70	25,00
buruk sekali	1	18	18	12,86
Jumlah		140	418	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 28 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 18 orang, menjawab baik 33 orang, menjawab sedang 36 orang, menjawab buruk 35 orang, dan menjawab buruk sekali 18 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 418.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{418}{5(140)} \times 100\% = 59,71\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Perhatian Khusus Kepada Siswa menunjukkan 59,71% responden memiliki penilaian pada daerah sedang artinya siswa cukup menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Perhatian Khusus Kepada Siswa.

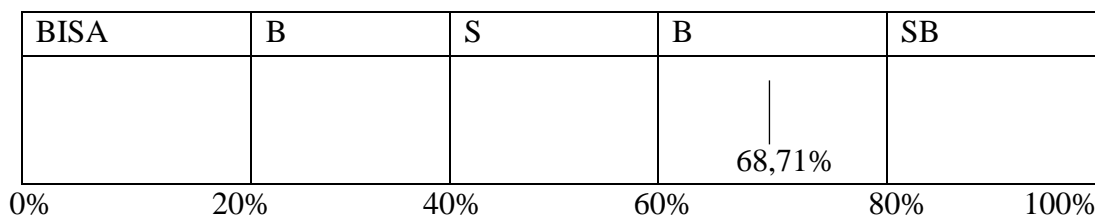
Tabel 29: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Pelayanan yang Adil Tanpa Memandang Status Sosial

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	32	160	22,86
baik	4	46	184	32,86
sedang	3	30	90	21,43
buruk	2	15	30	10,71
buruk sekali	1	17	17	12,14
Jumlah		140	481	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 29 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 32 orang, menjawab baik 46 orang, menjawab sedang 30 orang, menjawab buruk 15 orang, dan menjawab buruk sekali 17 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 481.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{481}{5(140)} \times 100\% = 68,71\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Pelayanan yang Adil Tanpa Memandang Status Sosial menunjukkan 68,71% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Pelayanan yang Adil Tanpa Memandang Status Sosial.

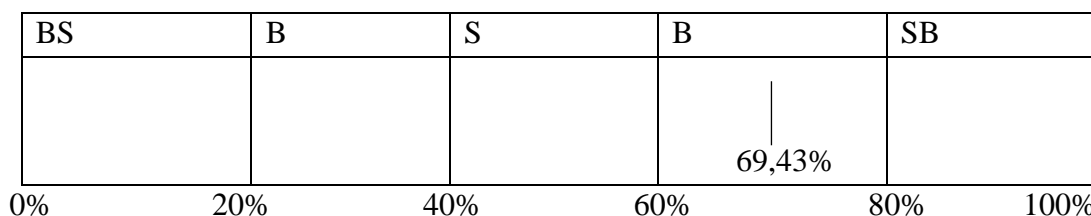
Tabel 30: Tanggapan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mampu Memenuhi Keinginan Siswa

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat baik	5	26	130	18,57
Baik	4	50	200	35,71
Sedang	3	38	114	27,14
Buruk	2	16	32	11,43
buruk sekali	1	10	10	7,14
Jumlah		140	486	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 30 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat baik 26 orang, menjawab baik 50 orang, menjawab sedang 38 orang, menjawab buruk 16 orang, dan menjawab buruk sekali 10 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 486.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{486}{5(140)} \times 100\% = 69,43\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mampu Memenuhi Keinginan Siswa menunjukkan 69,43% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Mampu Memenuhi Keinginan Siswa.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Empati (*Emphaty*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya Memberikan Perhatian Khusus Kepada Siswa dengan nilai tanggapan responden 59,71%.

Berikut merupakan hasil rata-rata tanggapan responden pada variabel kualitas pelayanan, sebagai berikut :

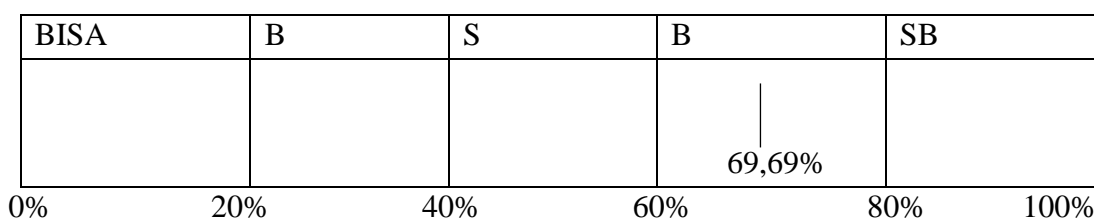
Tabel 31: Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden

No	Kualitas Pelayanan	Tanggapan Responden (%)	Rata-Rata Perindikator (%)
1.	<p>Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</p> <p>1. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memiliki penampilan Guru yang rapih dan bersih.</p> <p>2. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memiliki fasilitas sekolah yang lengkap.</p> <p>3. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memiliki ruangan kelas yang rapih dan bersih.</p>	62,29 61,29 73,86	65,81
2.	<p>Kehandalan (<i>Reliability</i>)</p> <p>1. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada siswa.</p> <p>2. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memiliki guru yang mampu memberikan pembelajaran yang mudah dipahami.</p> <p>3. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mengenai perubahan positif pasca pembelajaran.</p>	69,00 73,14 76,86	73
3.	<p>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</p> <p>1. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memiliki guru yang cepat tanggap dalam menangani keluhan siswa.</p> <p>2. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mampu merespon persoalan dan keluhan siswa.</p> <p>3. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memenuhi permintaan khusus dari siswa.</p>	77,86 74,86 65,14	72,62
4.	<p>Jaminan (<i>Assurance</i>)</p> <p>1. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memberikan informasi kepada siswa dengan bahasa yang jelas.</p>	68,71	71,78

	2. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa jaminan atas pendidikan.	74,86	
5.	Empati (<i>Emphaty</i>)		
	1. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memberikan perhatian khusus kepada siswa.	59,71	
	2. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial.	68,71	65,95
	3. Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mampu memenuhi keinginan siswa.	69,43	
	Rata-rata	69,69	

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sebesar 69,69%.



Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%), Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya baik hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Hasil rata – rata tanggapan responden perindikator tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah indikator Kehandalan (*Reliability*) sebesar 73% pada ukuran Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mengenai perubahan positif pasca pembelajaran sebesar 76,86% dan rata – rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah dibawah rata – rata adalah indikator Bukti Fisik (*Tangible*) sebesar 65,81% pada ukuran Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memiliki fasilitas sekolah yang lengkap sebesar 61,29%.

4.4. Kepuasan Siswa pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai kepuasan pelanggan dilakukan analisis dengan menggunakan rumus atau pendekatan total tanggapan responden yang disesuaikan dengan variabel yang diteliti sebagai berikut.

$$\text{Tingkat Kepuasan Konsumen} = \frac{\text{jumlah skor yang diperoleh dari peneliti}}{\text{Jumlah skor ideal kriteria untuk seluruh item}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 32: Interpretasi Hasil

Kriteria Interpretasi Skor	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
0% - 20%	Buruk Sekali	Tidak Puas
21% - 40%	Buruk	Kurang Puas
41% - 60%	Sedang	Cukup Puas
61% - 80%	Baik	Puas
81% - 100%	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber : Dolet Unaradjan (2013)

Adapun kategori rentang yang menjadikan tolak ukur dalam menentukannya adalah sebagai berikut :

TP	KP	CP	P	SP	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

Untuk mengukur atau mengetahui bagaimana kepuasan orang tua siswa pada Sekolah Dasar Negeri Sukatani Cianjur diukur dengan menggunakan indikator membeli lagi (*Re-purchase*), merekomendasikannya (*Word of mouth*) dan konfirmasi harapan. Berikut ini hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner di Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya:

1. Membeli lagi (*Re-purchase*)

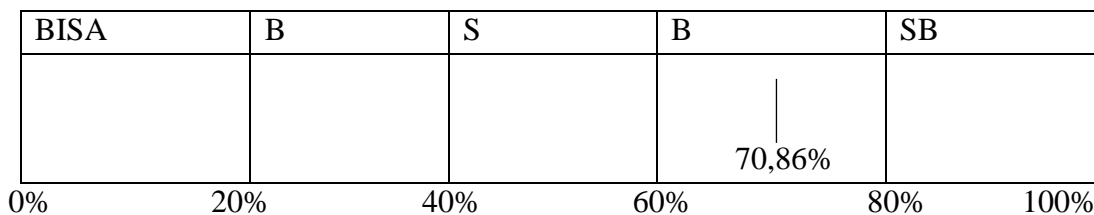
Tabel 33: Tanggapan Responden Tentang Membeli Lagi Karena Puas dengan Pelayanan yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat puas	5	31	155	22,14
puas	4	47	188	33,57
Cukup puas	3	35	105	25,00
kurang puas	2	21	42	15,00
Tidak puas	1	6	6	4,29
Jumlah		140	496	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 33 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat puas 31 orang, menjawab puas 47 orang, menjawab cukup puas 35 orang, menjawab kurang puas 21 orang, dan menjawab tidak puas 6 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 496.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{496}{5(140)} \times 100\% = 70,86\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Tentang Membeli Lagi Karena Puas dengan Pelayanan yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya menunjukkan 70,86% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Tentang Membeli Lagi Karena Puas dengan Pelayanan yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

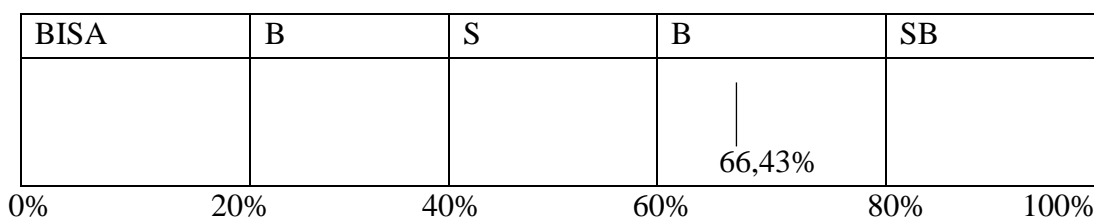
Tabel 34: Tanggapan Responden Tentang Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat puas	5	13	65	9,29
Puas	4	62	248	44,29
Cukup puas	3	28	84	20,00
kurang puas	2	31	62	22,14
Tidak puas	1	6	6	4,29
Jumlah		140	465	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 34 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat puas 13 orang, menjawab puas 62 orang, menjawab cukup puas 28 orang, menjawab kurang puas 31 orang, dan menjawab tidak puas 6 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 465.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{465}{5(140)} \times 100\% = 66,43\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya menunjukkan 66,43% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

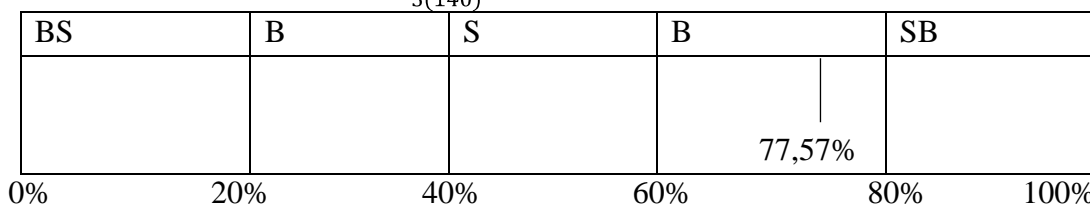
Tabel 35: Tanggapan Responden Tentang Membeli Lagi Karena Harga Relative Terjangkau yang Diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat puas	5	45	225	32,14
Puas	4	56	224	40,00
Cukup puas	3	24	72	17,14
kurang puas	2	7	14	5,00
Tidak puas	1	8	8	5,71
Jumlah		140	543	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 35 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat puas 45 orang, menjawab puas 56 orang, menjawab cukup puas 24 orang, menjawab kurang puas 7 orang, dan menjawab tidak puas 8 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 543.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{543}{5(140)} \times 100\% = 77,57\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Membeli Lagi Karena Harga Relative Terjangkau yang Diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya menunjukkan 77,57% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Membeli Lagi Karena Harga Relative Terjangkau yang Diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai membeli lagi (*re-purchase*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terkecil yaitu pernyataan membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya dengan nilai tanggapan sebesar 66,43%.

2. Merekomendasikan (*Word of mouth*)

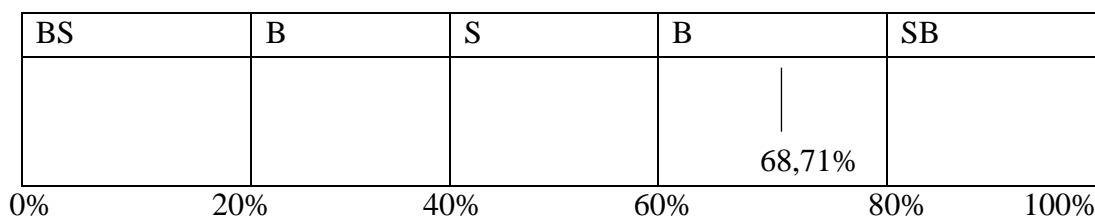
Tabel 36: Tanggapan Responden Tentang Ketersediaan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Kriteria	skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat puas	5	22	110	15,71
Puas	4	57	228	40,71
Cukup puas	3	31	93	22,14
kurang puas	2	20	40	14,29
Tidak puas	1	10	10	7,14
Jumlah		140	481	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 36 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat puas 22 orang, menjawab puas 57 orang, menjawab cukup puas 31 orang, menjawab kurang puas 20 orang, dan menjawab tidak puas 10 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 481.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{481}{5(140)} \times 100\% = 68,71\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Ketersediaan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya menunjukkan 68,71% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Ketersediaan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

Tabel 37: Tanggapan Responden Tentang Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat puas	5	17	85	12,14
puas	4	75	300	53,57
Cukup puas	3	30	90	21,43
kurang puas	2	15	30	10,71
Tidak puas	1	3	3	2,14
Jumlah		140	508	100
Rata-rata			3,63	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 37 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat puas 17 orang, menjawab puas 75 orang, menjawab cukup puas 30 orang, menjawab kurang puas 15 orang, dan menjawab tidak puas 3 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 508.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{508}{5(140)} \times 100\% = 72,57\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya menunjukkan 72,57% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

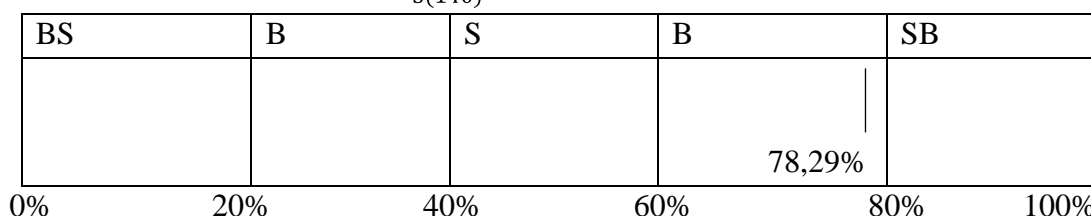
Tabel 38: Tanggapan Responden Tentang Lokasi Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang strategis

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat puas	5	29	145	20,71
puas	4	81	324	57,86
Cukup puas	3	24	72	17,14
kurang puas	2	1	2	0,71
Tidak puas	1	5	5	3,57
Jumlah		140	548	100
Rata-rata		3,91		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 38 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat puas 29 orang, menjawab puas 81 orang, menjawab cukup puas 24 orang, menjawab kurang puas 1 orang, dan menjawab tidak puas 5 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 548.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{548}{5(140)} \times 100\% = 78,29\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Lokasi Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang strategis menunjukkan 78,29% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Lokasi Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang strategis.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Mengatakan hal – hal baik tentang lembaga pendidikan kepada orang lain dan merekomendasikan (*Word of Mouth*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan terkecil responden tentang ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya dengan nilai tanggapan responden 68,71%.

3. Konfirmasi Harapan

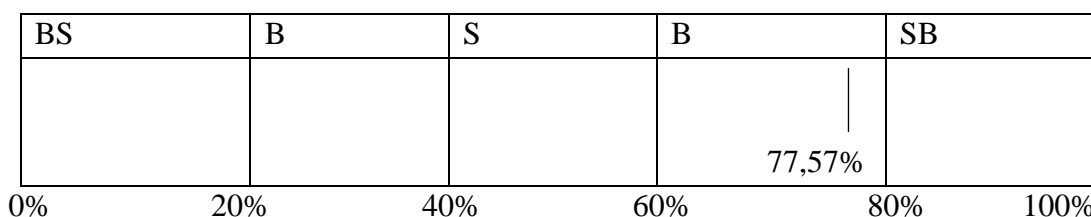
Tabel 39: Tanggapan Responden Tentang Pembelajaran yang diberikan sesuai dengan kebutuhan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat puas	5	45	225	32,14
puas	4	57	228	40,71
Cukup puas	3	22	66	15,71
kurang puas	2	8	16	5,71
Tidak puas	1	8	8	5,71
Jumlah		140	543	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 39 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat puas 45 orang, menjawab puas 57 orang, menjawab cukup puas 22 orang, menjawab kurang puas 8 orang, dan menjawab tidak puas 8 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 543.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{543}{5(140)} \times 100\% = 77,57\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Pembelajaran yang diberikan sesuai dengan kebutuhan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya menunjukkan 77,57% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Pembelajaran yang diberikan sesuai dengan kebutuhan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

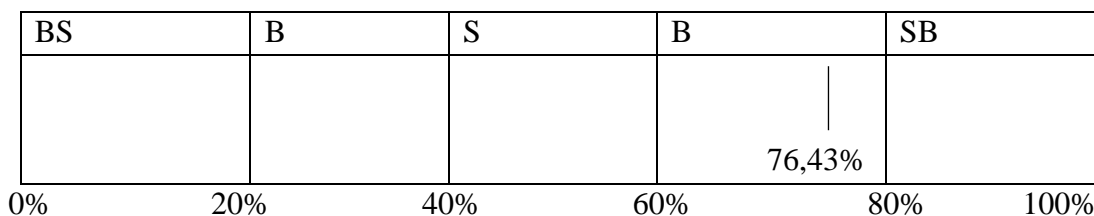
Tabel 40: Tanggapan Responden Tentang Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pembelajaran yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat puas	5	40	200	28,57
puas	4	62	248	44,29
Cukup puas	3	19	57	13,57
kurang puas	2	11	22	7,86
Tidak puas	1	8	8	5,71
Jumlah		140	535	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 40 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat puas 40 orang, menjawab puas 62 orang, menjawab cukup puas 19 orang, menjawab kurang puas 11 orang, dan menjawab tidak puas 8 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 535.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{535}{5(140)} \times 100\% = 76,43\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pembelajaran yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya menunjukkan 76,43% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pembelajaran yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

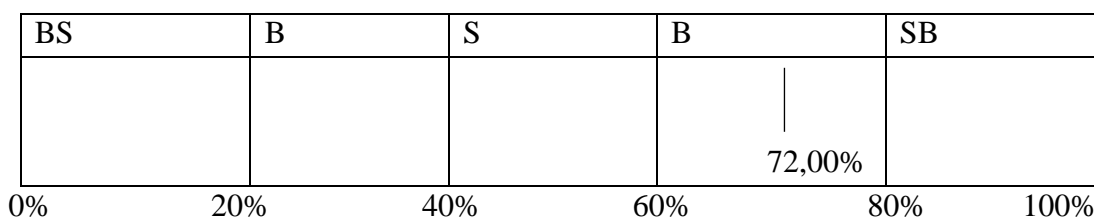
Tabel 41: Tanggapan Responden Tentang Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan siswa Sekolah Dasar Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase (%)
sangat puas	5	40	200	28,57
puas	4	44	176	31,43
Cukup puas	3	24	72	17,14
kurang puas	2	24	48	17,14
Tidak puas	1	8	8	5,71
Jumlah		140	504	100

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 41 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 140 responden, yang menjawab sangat puas 40 orang, menjawab puas 44 orang, menjawab cukup puas 24 orang, menjawab kurang puas 24 orang, dan menjawab tidak puas 8 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 535.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{503}{5(140)} \times 100\% = 72,00\%$$



Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Responden Tentang Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan siswa Sekolah Dasar Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya menunjukkan 72,00% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya siswa menyetujui bahwa Responden Tentang Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan siswa Sekolah Dasar Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Konfirmasi harapan yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar 72,00% yaitu Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan siswa Sekolah Dasar Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.

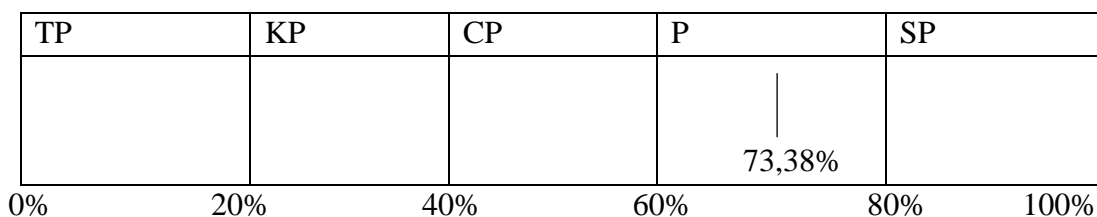
Tabel 42: Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden

No	Proses Kepuasan Konsumen	Tanggapan Responden (%)	Rata-Rata Perindikator (%)
1.	Membeli lagi (<i>Re-purchase</i>) 1. Membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. 2. Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. 3. Membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.	70,86 66,43 77,57	71,62
2.	Merekomendasikan nya (<i>Word of mouth</i>) 1. Ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. 2. Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. 3. Lokasi Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang strategis.	68,71 72,57 78,29	73,19
3.	Konfirmasi Harapan 1. Pembelajaran yang diberikan sesuai dengan kebutuhan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. 2. Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pembelajaran yang diberikan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.	77,57 76,43	75,33

	3. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya.	72,00	
Rata-rata		73,38	

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sebesar 73,38%.



Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%), Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan siswa pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya puas hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai membeli lagi pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Hasil nilai terkecil tanggapan responden perindikator tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah indikator Konfirmasi Harapan sebesar 75,33% pada ukuran pembelajaran yang diberikan sesuai dengan kebutuhan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sebesar 77,57% dan rata – rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah adalah indikator Membeli lagi (*Re-purchase*) sebesar 71,62% pada ukuran Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sebesar 66,43%.

4.5. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Siswa

Untuk menganalisis hubungan berdasarkan total skor antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan siswa, maka dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 43: Analisis Korelasi Rank Spearman

Correlations

			KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN KONSUMEN
Spearman's rho	KUALITAS PELAYANAN	Correlation Coefficient	1,000	,499**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	140	140
	KEPUASAN KONSUMEN	Correlation Coefficient	,499**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	140	140

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

Sumber : Ouput SPSS23, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa, berdasarkan output SPSS tersebut dapat diketahui bahwa korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa sebesar 0,499. Karena nilai koefisien berada pada rentang 0,40 - 0,599 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa adalah cukup kuat.

Berdasarkan tingkat signifikansi diketahui bahwa nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$ hal itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa yang signifikan dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan positif terbukti.

4.6. Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil kuesioner dan pengolahan data kuesioner menggunakan program SPSS yang telah dilakukan, maka pembahasan terhadap hipotesis penelitian sebagai berikut :

4.6.1 Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan

Dilihat dari hasil pengumpulan data, maka dapat diketahui bahwa hasil rata-rata tanggapan responden variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 69,69% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya baik, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan baik dari responden mengenai pernyataan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kemudian tanggapan responden dari indikator kualitas pelayanan yang menunjukkan nilai tertinggi terdapat pada indikator Kehandalan dengan nilai sebesar 73% siswa menilai tinggi dilihat dari segi memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada siswa, memiliki guru yang mampu memberikan pembelajaran yang mudah dipahami dan mengenai perubahan positif pasca pembelajaran. Dan hal itu memberikan pengaruh yang baik dalam kepuasan siswa dalam hal membeli jasa di Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Tanggapan responden yang nilainya paling kecil adalah indikator Bukti Fisik sebesar 65,81% pada ukuran Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya memiliki fasilitas sekolah yang lengkap sebesar 61,29%.

Berdasarkan dari segi manajemen pemasaran dimana kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara siswa dengan guru atau hal – hal lain yang disediakan oleh lembaga pendidikan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan siswa (*Gronross*) jika dilihat dari hasil tanggapan responden Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan siswa. Jika harapan siswa ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi

harapannya sudah dapat dipastikan siswa tersebut tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan siswa tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap dan pembelajarannya nya tidak baik, sudah dapat dipastikan siswa tidak merasa puas. Karena adanya kepuasan yang dirasakan siswa, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan mengajurkan siswa lain agar membeli produk yang sama.

4.6.2. Tanggapan Responden Kepuasan Siswa

Berdasarkan hasil rata-rata tanggapan responden variabel kepuasan siswa memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 73,38% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa siswa puas untuk melakukan pembelian ulang di Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan puas dari responden mengenai pernyataan membeli lagi, merekomendasikan (*word of mouth*) dan konfirmasi harapan. Hasil rata-rata tanggapan responden per indikator tanggapan responden yang paling besar nilainya yang harus dipertahankan oleh Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yaitu indikator konfirmasi harapan sebesar 75,33% pada ukuran Pembelajaran yang diberikan sesuai dengan kebutuhan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sebesar 77,57% dan rata-rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah yang harus diperbaiki oleh Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yaitu indikator membeli lagi sebesar 71,62% pada ukuran Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sebesar 66,43%.

Berdasarkan dari segi pemasaran kepuasan konsumen merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan (Juran) jika dilihat dari hasil tanggapan responden Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya sudah memaksimalkan dalam memberikan kepuasan siswa mulai dari melakukan pembelian ulang, merekomendasikannya dan konfirmasi harapan. Namun Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya tersebut kurang memaksimalkan dalam hal membeli ulang kepada konsumen mengenai fasilitas, harga dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan siswa.

4.6.3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan siswa

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi *Spearman Rank* antara kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan nilai sebesar 0,499%, dimana skor tersebut berada pada interval 0,40 - 0,599 artinya bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mempunyai hubungan yang cukup kuat. Lalu, di dalam hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$ hal itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa yang signifikan dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan positif terbukti.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Yanti Mala (2017) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan siswa. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya terbukti.

Berdasarkan dari segi manajemen pemasaran pada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya, hal tersebut membuktikan bahwa jika harapan siswa ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Jika dilihat dari identifikasi masalah Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya harus meningkatkan bukti fisik yang dimiliki oleh guru nya sehingga hal tersebut akan berdampak pada membeli lagi mengenai fasilitas, penampilan guru dan ruang kelas yang bersih dan rapih yang sesuai dengan harapan siswa.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penilaian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Dimana sampel penelitian ini merupakan siswa Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya dilihat dari hasil pengumpulan data, maka dapat diketahui bahwa :

1. Hasil rata-rata tanggapan responden variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 69,69% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya relatif baik.
2. Hasil rata-rata tanggapan responden variabel kepuasan siswa memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 73,38% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa siswa relatif setuju memutuskan untuk melakukan pembelian pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya relatif.
3. Berdasarkan hasil analisis korelasi rank spearman antara kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan nilai sebesar 0,499 dimana skor tersebut berada pada interval 0,40-0,599 artinya bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya mempunyai hubungan yang cukup kuat. Didalam hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ hal itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa yang signifikan dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan yang positif terbukti.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa yang menggunakan jasa pendidikan pada Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya maka peneliti menyarankan agar dapat mengembangkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dengan cara :

1. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan yang berbentuk bukti fisik dan informasi, pihak Sekolah membuat pengajuan renovasi sekolah sesuai dengan standarisasi kepada Menteri Pendidikan Nasional dengan membangun ruang

perpustakaan prasarana lainnya, untuk hal lainnya pihak sekolah bisa bekerja sama dengan warga dengan mendonasikan buku buku yang tidak terpakai namun layak baca atau dengan organisasi pecinta buku/perpustakaan keliling guna para siswa di sekolah dapat belajar membaca serta mendapatkan ilmu dari buku buku yang ada untuk mereka baca. Serta jaminan informasi kepada orang tua yang dapat pihak sekolah lakukan dengan meminta no *handphone* orang tua murid guna untuk menginformasikan secara langsung dari wali guru kelas masing masing dari informasi pembelajaran, ke aktifan siswa, atau permasalahan siswa saat berada dilingkungan sekolah atau jika tidak dengan mengumpulkan para orang tua siswa 3 minggu sekali guna untuk menginformasikan perkembangan siswa.

2. Memperbaiki fasilitas sekolah menjadi sesuai dengan prosedur Peraturan Menteri Pendidikan Nasional dan mempromosikan serta pemasaran dari pihak sekolah lebih di tingkatkan lagi, juga bisa bekerja sama dengan siswa yang merasa puas terhadap Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya dengan merekomendasikan kepada siswa lainnya atau kepada kampungnya masing-masing dengan memberitahukan hasil lulusan Sekolah Menengah Pertama Cendekia Tenjolaya ke Sekolah Menengah Atas dan prestasi yang di raih selama masa belajar disekolah untuk daya tarik para siswa.

➤ Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian mengenai Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan siswa pada sekolah menengah pertama perlu untuk diteliti lebih dalam lagi, dengan lokasi yang berbeda, responden yang berbeda dan menambah variabel yang berbeda karena akan menghasilkan temuan yang baru dalam penelitian selanjutnya.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mendalami lebih lanjut variabel kualitas pelayanan dengan sumber yang lebih banyak lagi agar hasil penelitian dapat lebih koferensif dan dapat lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung Pustaka Media
- Andrisan Sudarso (2016), *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*, Yogyakarta, Deepublish.
- Buchari Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, CV Alfabeta : Bandung
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV. ALFABETA.
- Deliyanti Oetoro. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo
- Djaslim Saladin, 2007. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*, CV, Linda Karya. Bandung.
- Evangelos Grigoroudis & Yannis Siskos (2012). *Customer Satisfaction Evaluation : Method for Measuring and Implementing Service Quality*. Penerbit Springer US.
- Gunawan, Adisaputro 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit UPP STIM YKPN
- Hasan Ali (2013), *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- J. Supranto, 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta, Rineka Cipta
- Kotler dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Erlangga, Jakarta
- _____. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey : Pearson Prentice Hall Inc.
- Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz (2007). *Service Marketing: People Technology, Strategy*. (7th Edition). Prentice Hall
- Lovelock, Wirtz dan Mussry. (2011). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga
- M. Mursid. 2010. *Manajemen Pemasaran*, PT Bumi Aksara. Jakarta.

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Pengalihan Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Indeks
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Ratnasari, Tri. Ririn, dan Mastuti Aksa (2016), *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Cetakan Kedua. Ghalia Indonesia.
- Ratih Hurriyati, 2010. *Bauran Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, Bandung.
- Sangadji, Etta. Mamang, dan Sopiah, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV . ANDI OFFSET.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji (2013), *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis*, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Suntoyo Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta, CAPS (*Center For Academic Publishing Service*)
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- _____. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- _____. (2008), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, CV Andi Offset
- _____. (2011), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, CV Andi Offset
- _____. (2014), *Pemasaran Jasa*, Malang, Bayumedia
- Usmara, 2008. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Asmara Books, Yogyakarta.
- Jurnal :
- Nurul Agustin Liana (2017), Hubungan Kualitas Layanan Pendidikan Gratis Terhadap Kepuasan Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) di Wilayah Kecamatan Tambun Selatan, Jurnal AKP Volume 7, Nomer 2, Agustus 2017
- Puspo Dewi Dirgantari (2012), Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Dampaknya Terhadap Upaya Peningkatan Citra Perguruan Tinggi Negeri Menuju World Class University, Jurnal ilmu manajemen dan bisnis Volume 3, nomer 2, Desember 2012

Ruri Puspita Sari, Bambang Budi Wiyono, Sari Dan Wiyono, Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah Terhadap Kepuasan Peserta Didik Dan Orangtua Peserta Didik. Volume 24, Nomor. 255-65

Sarma Ma'mun, Munandar, Jono Mintarto, Pramono Setio (2017), Model Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Siswa Dan Orang Tua (Studi Kasus Pada Layanan Online Web Di SMK Negeri 1 Kota Bogor). MT – Economic and Management (1683) 2017

Yanti Mala (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan Sekolah Terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa Pada TK Al Munawaroh Karawang, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 1, Nomer 2, Desember 2017

Website :

<http://referensi.data.kemdikbud.go.id>

LAMPIRAN



**SEKOLAH MENENGAH PERTAMA (SMP)
CENDEKIA**

Izin Operasional : 421.3/ 1077 – Disdik/2007
Alamat : Jl. Abd Fatah Km.06 RT 22/05 Cinangneng Babakan Ciburial
Tenjolaya Bogor Kode Pos 16620 Telp. (0251) 8627 918

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor: 421.01/216/SMPCCK/I/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama lengkap : Drs. H. Jamaludin
NUPTK : 8544738643200002
Jabatan : kepala Sekolah
Nama Sekolah : SMP Cendekia
Alamat : Jln Abdul Fatah Km. 06 Rt 22/05 Cinangneng Tenjolaya Bogor.

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama lengkap : Deni Febrian
NPM : 021114373
Program Studi : Manajemen

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul: **HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN SISWA YANG MENGGUNAKAN JASA PENDIDIKAN SEKOLAH MENENGAH PERTAMA CENDEKIA TENJOLAYA** sejak tanggal 24 September 2018 sampai dengan tanggal 19 Januari 2019, dan telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Demikian surat ini dibuat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, 21 Januari 2019
Kepala SMP CENDEKIA
Drs. H. JAMALUDIN

NO	Kualitas Pelayanan														Kepuasan Konsumen								
	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9
1	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2	4	2	3	2	3	3	2	3	4	4	2
2	2	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	2	3	4	3	4	3
3	2	2	4	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	5	3
4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4
5	2	2	4	5	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	2	5	4	4	5	3	4	4
6	2	2	3	4	5	3	4	4	3	3	4	3	5	4	3	2	4	4	4	4	5	5	4
7	2	2	4	3	4	2	5	4	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3
8	3	3	3	3	4	4	4	5	3	5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	3
9	1	1	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	1	4	3	3	4	4	4	3
10	2	2	3	4	4	5	5	5	3	4	3	3	4	4	3	2	5	4	4	5	4	4	4
11	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
12	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4	5
13	3	3	4	3	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4
14	2	2	2	5	3	2	5	4	4	3	3	4	4	4	2	2	4	3	4	4	5	3	4
15	1	1	3	4	5	5	4	5	3	3	4	5	4	4	3	1	4	3	4	4	4	5	4
16	3	3	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	3	4	5	4	4	5
17	2	2	2	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	2	4	3	3	4	2	3	3
18	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
19	2	2	5	3	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	2	4	4	4	4	5	5	4
20	2	2	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	4	5	5

21	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	5	3	4	4	4	3
22	2	2	4	4	5	2	5	5	4	4	4	5	5	5	4	2	4	4	3	4	5	5	5
23	1	1	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	1	2	3	4	2	4	4	4
24	2	2	3	3	5	3	4	3	5	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	5	4
25	2	2	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5
26	2	2	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	3	2	4	5	3	4	4	4	3
27	2	2	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	2	5	4	4	5	4	3	4
28	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	2	3	4	1	3	5	4	4
29	2	2	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	2	5	4	5	5	4	5	5
30	1	1	2	4	4	5	3	4	3	3	2	4	3	4	3	1	3	3	4	4	2	2	4
31	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	1	3	5	5	3	4	5	4	5
32	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	1	1	4	4	2	3	4	2	3	3	3	4
33	3	4	4	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4	3	1	3	3	4	3	4	3	5	2
34	4	3	4	4	4	4	3	2	4	5	2	2	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
35	5	1	4	5	3	4	3	3	5	4	3	5	1	5	4	1	4	3	1	4	4	3	2
36	5	1	4	5	3	3	4	5	4	1	5	1	1	5	2	4	4	4	4	4	4	4	3
37	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	2	2	3	3	2	4	3	5	4
38	4	3	4	4	5	4	3	1	5	3	1	3	3	4	3	3	5	3	3	3	5	5	4
39	3	1	3	3	4	5	3	4	2	2	4	2	1	3	3	4	4	4	4	5	4	4	2
40	3	4	3	3	4	4	2	2	2	4	2	3	4	3	4	4	1	5	4	4	1	4	3
41	4	3	5	4	4	4	3	3	3	5	3	3	3	4	2	1	4	5	1	4	4	4	2
42	4	1	4	4	3	4	3	3	5	4	3	1	1	4	1	5	4	5	5	3	4	3	4

43	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	3	3	1	2	3	5	1	5	4
44	4	1	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	1	4	2	2	4	4	2	4	4	4	5
45	5	2	3	5	4	3	3	5	4	5	5	5	2	5	5	2	5	2	2	5	5	4	4
46	5	4	3	5	5	3	2	2	1	2	2	5	4	5	1	3	1	4	3	4	1	3	3
47	5	1	4	5	5	3	4	4	2	3	4	1	1	5	4	4	3	3	4	3	3	3	2
48	4	1	5	4	3	4	2	5	2	4	5	4	1	4	2	2	4	2	2	1	4	3	5
49	4	5	5	4	4	3	5	4	3	5	4	2	5	4	5	4	4	2	4	4	4	1	2
50	4	4	4	4	1	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	5	4	2	3	5	4	4
51	4	2	3	4	4	4	1	2	1	3	2	3	2	4	4	4	4	2	4	5	4	4	2
52	5	1	4	5	4	5	4	1	5	2	1	3	1	5	2	5	4	3	5	4	4	1	2
53	4	3	4	4	4	5	3	4	1	4	4	4	3	4	4	3	3	1	3	4	3	3	3
54	3	1	5	3	3	4	4	4	4	5	4	1	1	3	1	4	3	3	4	4	3	3	2
55	5	4	3	5	1	3	5	4	3	4	4	4	4	5	3	2	1	3	2	3	1	5	1
56	4	2	5	4	1	2	3	5	5	1	5	5	2	4	3	3	4	1	3	5	4	5	5
57	3	5	4	3	3	5	2	1	2	2	1	2	5	3	2	4	3	4	4	5	3	1	3
58	2	4	4	2	4	5	4	3	5	4	3	1	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	2
59	3	3	3	3	4	4	4	5	2	4	5	4	3	3	3	4	4	2	4	3	4	1	5
60	2	3	3	2	1	3	3	4	3	2	4	5	3	2	2	3	4	1	3	1	4	3	1
61	5	1	4	5	4	2	5	4	3	1	4	1	1	5	3	4	1	4	4	4	1	5	2
62	3	3	5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	5	4	3	5	3	4	1	3
63	2	3	5	2	4	5	5	4	4	3	4	3	3	2	2	2	3	1	2	3	3	3	4
64	4	1	5	4	5	3	4	2	4	2	2	3	1	4	4	3	3	2	3	4	3	5	3

65	1	4	4	1	4	4	3	5	2	3	5	2	4	1	2	4	4	2	4	5	4	4	3
66	4	2	2	4	1	5	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	4	5	4	4	4	1	2
67	5	1	3	5	4	5	5	3	1	2	3	4	1	5	4	4	1	2	4	5	1	4	4
68	5	3	3	5	4	2	2	3	3	4	3	5	3	5	5	5	4	2	5	4	4	5	5
69	4	3	4	4	1	2	4	4	3	2	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	1	2
70	1	1	3	1	3	4	4	5	2	4	5	3	1	1	2	3	1	3	3	4	1	4	4
71	4	5	3	4	3	3	4	2	4	3	2	4	5	4	2	3	4	3	3	4	4	3	5
72	2	4	2	2	3	4	3	5	2	1	5	2	4	2	4	4	5	1	4	5	5	5	2
73	2	1	4	2	1	5	5	4	1	4	4	2	1	2	4	4	5	4	4	4	5	1	2
74	3	5	5	3	5	2	4	3	3	2	3	2	5	3	4	2	5	2	2	4	5	4	3
75	3	4	3	3	1	3	2	5	3	4	5	5	4	3	5	4	5	1	4	4	5	4	5
76	4	1	3	4	3	4	4	1	2	5	1	4	1	4	1	4	4	1	4	5	4	2	1
77	1	3	2	1	4	5	4	3	3	1	3	3	3	1	3	5	1	4	5	4	1	5	4
78	3	3	4	3	5	5	4	3	1	5	3	2	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	2
79	3	2	3	3	4	5	4	5	2	4	5	2	2	3	4	3	3	5	3	4	3	2	3
80	4	2	4	4	3	4	4	4	5	2	4	4	2	4	3	4	4	5	4	1	4	4	2
81	1	1	4	1	4	3	3	4	2	3	4	1	1	1	2	3	2	4	3	3	2	3	2
82	4	3	3	4	4	3	3	4	1	3	4	3	3	4	5	4	4	1	4	3	4	5	1
83	1	4	3	1	3	3	5	2	4	3	2	3	4	1	2	4	4	3	4	4	4	2	4
84	5	2	1	5	2	2	4	5	2	1	5	5	2	5	4	2	2	2	2	4	2	4	4
85	3	4	2	3	3	4	2	4	5	5	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3
86	1	2	4	1	5	2	4	4	2	1	4	1	2	1	3	4	4	1	4	1	4	2	3

87	2	3	5	2	2	5	4	4	5	4	4	5	3	2	3	4	5	4	4	5	5	5	3
88	3	4	3	3	4	3	4	3	2	1	3	5	4	3	2	3	4	2	3	5	4	2	3
89	4	2	4	4	2	4	4	5	2	3	5	1	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2
90	3	3	5	3	5	4	5	4	1	3	4	2	3	3	5	4	5	3	4	4	5	3	2
91	5	3	2	5	5	2	4	2	3	2	2	3	3	5	4	5	5	3	5	1	5	3	2
92	1	3	3	1	2	4	4	1	1	3	1	1	3	1	2	4	5	4	4	5	5	5	5
93	3	4	2	3	2	3	2	4	2	4	4	5	4	3	4	4	5	2	4	4	5	2	5
94	3	2	3	3	4	4	4	3	4	2	3	2	2	3	5	2	2	3	2	4	2	4	5
95	1	2	4	1	5	4	5	4	2	4	4	4	2	1	4	4	4	3	4	4	4	2	1
96	2	3	3	2	2	4	4	3	2	2	3	1	3	2	5	3	4	3	3	4	4	3	4
97	5	3	1	5	2	2	4	1	3	3	1	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4
98	2	4	3	2	3	4	5	3	2	4	3	2	4	2	2	3	3	2	3	4	3	2	4
99	4	2	3	4	3	2	4	3	1	5	3	1	2	4	4	5	4	1	5	3	4	4	1
100	2	5	1	2	2	5	4	3	4	3	3	3	5	2	3	4	5	3	4	5	5	2	2
101	4	2	3	4	2	5	5	4	1	4	4	4	2	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4
102	5	4	1	5	2	2	5	5	3	5	5	2	4	5	3	4	5	2	4	4	5	4	5
103	2	4	3	2	4	1	4	4	2	4	4	1	4	2	4	2	5	5	2	4	5	5	1
104	4	4	2	4	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4
105	3	2	4	3	3	4	4	2	2	4	2	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	2	5
106	4	3	3	4	1	1	3	1	4	1	1	2	3	4	4	3	2	2	3	3	2	4	3
107	1	2	2	1	5	1	5	4	3	4	4	2	2	1	3	3	4	3	3	4	4	4	2
108	4	4	3	4	2	4	4	2	1	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	5

109	4	4	2	4	5	1	2	3	3	3	3	2	4	4	4	4	2	5	4	4	2	4	1
110	3	5	1	3	4	3	3	3	5	4	3	4	5	3	4	2	4	2	2	4	4	4	3
111	3	5	5	3	4	5	5	4	2	4	4	2	5	3	3	4	5	4	4	5	5	4	5
112	3	5	4	3	3	4	4	4	3	2	4	1	5	3	5	2	5	5	2	5	5	5	5
113	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5
114	3	5	5	3	4	5	4	5	3	3	5	1	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5
115	1	5	5	1	3	5	5	3	4	3	3	3	5	1	5	4	5	4	4	5	5	4	5
116	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
117	2	4	4	2	5	5	4	5	3	3	5	2	4	2	4	4	3	5	4	4	3	5	4
118	3	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5
119	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	5	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5
120	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5
121	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
122	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
123	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	2	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5
124	2	5	5	2	4	4	4	5	5	3	5	3	5	2	5	4	5	4	4	4	5	5	5
125	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	2	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
126	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
127	2	5	4	2	4	5	4	4	5	2	4	2	5	2	5	4	5	4	4	4	5	4	5
128	2	4	5	2	3	5	3	3	4	1	3	1	4	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4
129	2	5	5	2	3	4	3	4	4	1	4	2	5	2	5	4	5	4	4	5	5	4	5
130	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	2	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	4

