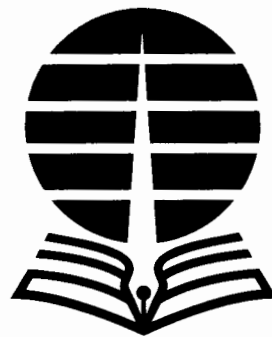


TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN
TERHADAP PERSEPSI DAN KEPERCAYAAN SISWA
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN SISWA
DI SMA SANTO IGNASIUS SINGKAWANG**



**TAPM Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Magister Manajemen**

Disusun Oleh :

Y. HARRY MURTY

NIM. 018408797

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
2014**

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN TERHADAP PERSEPSI DAN KEPERCAYAAN SISWA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN SISWA DI SMA SANTO IGNASIUS SINGKAWANG

Y. Harry Murty
moerty07@gmail.com

Program Pasca Sarjana
Universitas Terbuka

Pendidikan di SMA masih menghadapi masalah dalam kaitan dengan relevansi kurikulum, pembelajaran, dan manajemen sekolah yang menciptakan proses belajar siswa yang mutunya rendah. Kegiatan selama proses belajar mengajar di kelas dirasakan belum cukup memberikan jaminan bahwa siswa akan memperoleh prestasi hasil belajar (nilai) yang memuaskan. Menjamurnya lembaga-lembaga bimbingan belajar dan tempat les/privat menunjukkan bahwa persepsi siswa terhadap layanan pendidikan sekolah masih kurang baik serta menunjukkan pula bahwa siswa percaya terhadap lembaga bimbingan atau guru les/privat di luar sekolah lebih mampu membantu meningkatkan prestasi. Sarana dan prasarana sekolah yang belum memadai menjadi keluhan yang disampaikan oleh para siswa. Masyarakat sebagai pelanggan sekolah (siswa, orang tua, serta pihak-pihak terkait lainnya) perlu diyakinkan bahwa sekolah yang akan dipilih adalah sekolah yang memberikan pelayanan yang relevan dengan kebutuhan dan tuntutan zaman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap persepsi dan kepercayaan siswa serta dampaknya terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang. Sampel penelitian berjumlah 100 orang siswa yang sedang menempuh pendidikan pada sekolah tersebut. Sampel diambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Deskripsi jawaban responden terhadap 70 item pertanyaan kuesioner menunjukkan bahwa secara umum penilaian yang diberikan oleh 100 orang responden terhadap seluruh variabel penelitian adalah tinggi. Namun untuk beberapa indikator khususnya pada indikator variabel persepsi, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa proses belajar mengajar pada jam sekolah dirasakan oleh sebagian besar siswa belum mampu memberikan kontribusi bagi prestasi belajar siswa. Analisis dan pengujian dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) memperoleh hasil, yaitu: (1) kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa sebesar 76,5%, (2) kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa sebesar 76,2%, (3) persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa sebesar 53,1%, (4) kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa, dan (5) kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan siswa, pengaruh tidak langsung melalui persepsi diperoleh sebesar 56,15%.

Kata Kunci : Kualitas, Layanan Pendidikan, Persepsi, Kepercayaan, Kepuasan, Analisis Jalur

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF EDUCATION SERVICE QUALITY ON STUDENTS' PERCEPTION AND TRUST AS WELL ITS IMPACT ON STUDENTS' SATISFACTION IN SMA SANTO IGNASIUS SINGKAWANG

Y. Harry Murty
moerty07@gmail.com

Graduate Studies Program
Indonesia Open University

The education world of Senior High School is still facing the problems that relate to the relevance of curriculum, teaching-learning process and school management that will cause the low quality level of students' learning process. The activities of teaching-learning process are regarded not enough to guarantee that the student will gain the satisfied result of learning outcomes. There are so many learning centre and private courses are proved us that the students' perception toward their school is low. It also proves that the students still believe the outside school courses can help them to improve their learning achievement. Beside teaching-learning quality, the incomplete school facilities are also become one of their complaints to the school. The society, as the school customers (students, parents, and other related parties) need to be convinced that their chosen school will be able to give them a good service that is relevant to nowadays needs and demands. The aim of this research is to analyze and examine the effects of education service quality toward students' trust and its impact on students' satisfaction in SMA Santo Ignasius Singkawang. The sample of this research was taken from 100 students who are still studying at the school. The research was taken using purposive sampling. The findings from the respondents' answers on 70 questionnaire items indicate that the overall assessment given by 100 respondents on all variables of the study was high. However, for some indicators, especially the perception variable indicator, the results show that the learning process at school are regarded not able to contribute to students' achievement by most of the students. The analysis uses path analysis, and the results are: (1) the quality of education services influences the students' perception of 76.5%, (2) the quality of education services influences the students' trust of 76.2%, (3) the students' perception influences on students' satisfaction of 53.1%, (4) the trust has no influence on students' satisfaction, and (5) the quality of education services has no influences directly on students' satisfaction, influences indirectly (through perception) of 56,15%.

Keywords : Quality, Education Services, Perception, Trust, Satisfaction, Path Analysis

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan terhadap Persepsi dan Kepercayaan Siswa serta Dampaknya terhadap Kepuasan Siswa Di SMA Santo Ignasius Singkawang adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Singkawang, Juli 2014

Yang Menyatakan



(Y. Harry Murty)

NIM 018408797

PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan terhadap Persepsi dan Kepercayaan Siswa serta Dampaknya terhadap Kepuasan Siswa Di SMA Santo Ignasius Singkawang

Penyusun TAPM : Y. Harry Murty
 NIM : 018408797
 Program Studi : Magister Manajemen
 Hari/Tanggal :

Menyetujui :

Pembimbing II,



Dr. Ginta Ginting, S.E., M.B.A.
 NIP. 19600818 198603 2 002

Pembimbing I,



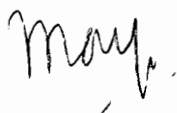
Dr. M. Rustam, S.E., M.E.
 NIP. 19571002 198603 1 002

Penguji Ahli

Prof. Dr. Eddy Suratman, S.E., M.A.
 NIP. 19670707 199202 1 001

Mengetahui :

Ketua Bidang Ilmu/
 Program Magister Manajemen

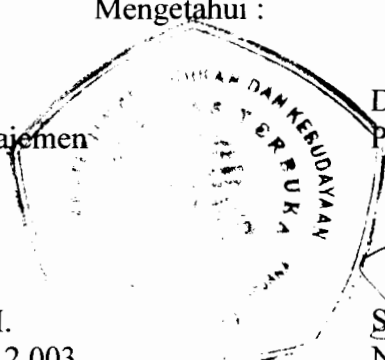


Maya Maria, S.E., M.M.
 NIP. 19720501 199903 2 003

Direktur
 Program Pascasarjana



Suerati, M.Sc., Ph.D.
 NIP. 19520213 198503 2 001



UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN

Nama : Y. Harry Murty

NIM : 018408797

Program Studi : Magister Manajemen

Judul TAPM : Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan terhadap Persepsi dan Kepercayaan Siswa serta Dampaknya terhadap Kepuasan Siswa Di SMA Santo Ignasius Singkawang

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program Magister (TAPM) Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka pada :

Hari/Tanggal : Sabtu, 19 Juli 2014

W a k t u : 13.00 – 15.00

Dan telah dinyatakan LULUS

PANITA PENGUJI TAPM

Ketua Komisi Penguji

Ir. Edward Zubir, M.M.

Penguji Ahli

Prof. Dr. Eddy Suratman, S.E., M.A.

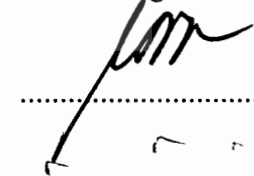
Pembimbing I

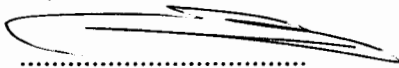
Dr. M. Rustam, S.E., M.E.

Pembimbing II

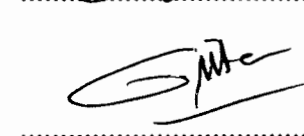
Dr. Ginta Ginting, S.E., M.B.A.

Tanda Tangan









KATA PENGANTAR

Syukur kepada Allah Bapa yang Maha Kuasa, karena berkat dan bimbingan-Nya maka penulisan Tugas Akhir Program Magister (TAPM) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Persepsi Dan Kepercayaan Siswa Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Siswa Di SMA Santo Ignasius Singkawang”, dapat diselesaikan. Penyelesaian penulisan TAPM berkat bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Pembimbing I, Dr. M. Rustam, S.E., M.E. dan Pembimbing II, Dr. Ginta Ginting, S.E., M.B.A. yang telah membimbing saya dan banyak memberikan masukan untuk penyempurnaan TAPM ini. Ucapan terima kasih yang sama disampaikan kepada:

1. Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka, Suciati, M.Sc.,Ph.D.
2. Kepala UPBJJ – UT Pontianak, Ir. Edward Zubir, M.M. selaku penyelenggara Program Pascasarjana Universitas Terbuka.
3. Bapak dan Ibu pengelola UT UPBJJ Pontianak khususnya pengelola Program Magister Manajemen yang telah membantu kelancaran penyusunan TAPM ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Tutor maupun Dosen Tatap Muka yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya.
5. Bapak Drs. Titus Pramana, M.Pd., selaku Pengurus Pokjar Mahasiswa UT untuk Kota Singkawang yang telah banyak membantu kelancaran penyusunan TAPM ini.

6. Ibu Dra. B. Lusiana Lidwina, selaku kepala SMA Santo Ignasius Singkawang yang telah memberikan ijin penelitian dan membantu kelancaran penyusunan TAPM ini.

7. Rekan-rekan mahasiswa MM kota Singkawang yang telah memberikan motivasi dalam penyusunan TAPM ini.

Akhirnya saya berharap TAPM ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi pengelola pendidikan di SMA Santo Ignasius Singkawang dan bagi para akademisi lainnya. Pada kesempatan ini saya memohon maaf sebesar-besarnya apabila ada hal-hal yang tidak berkenan dalam proses penulisan TAPM ini.

Singkawang, Juli 2014

Penulis



RIWAYAT HIDUP

N a m a : Y. Harry Murty
NIM : 018408797
Program Studi : Magister Manajemen
Tempat / Tanggal Lahir : Singkawang, 4 Mei 1976

Riwayat Pendidikan : - Lulus SD di SDS Cahaya Kebenaran Singkawang pada tahun 1989
- Lulus SMP di SMP Pengabdi Singkawang pada tahun 1991
- Lulus SMA di SMA Santo Bonaventura Sambas pada tahun 1994
- Lulus S1 di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta pada tahun 2000

Riwayat Pekerjaan : - Tahun 2001 s/d 2014 sebagai guru di SMA Santo Ignasius Singkawang

Pontianak, Juli 2014


Y. Harry Murty

NIM. 018408797

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
<i>Abstract</i>	ii
Lembar Pernyataan Bebas Plagiasi	iii
Lembar Persetujuan	iv
Lembar Pengesahan	v
Kata Pengantar	vi
Riwayat Hidup	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	8
1. Konsep jasa/layanan	8
2. Konsep kualitas layanan pendidikan	12
a. Kualitas layanan	12
b. Kualitas layanan pendidikan	13
c. Dimensi kualitas layanan pendidikan	15
3. Persepsi konsumen	18
a. Konsep persepsi konsumen	18
b. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi	22

4. Keyakinan atau kepercayaan (<i>Trust</i>) konsumen	25
5. Kepuasan konsumen	26
B. Penelitian Terdahulu	29
1. Hubungan antara kualitas layanan dan persepsi	29
2. Hubungan antara kualitas layanan dan kepercayaan	31
3. Hubungan antara persepsi dan kepuasan	32
4. Hubungan antara kepercayaan dan kepuasan	33
5. Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan	35
C. Kerangka Berpikir	37
D. Definisi Operasional Variabel	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	40
B. Populasi dan Sampel	40
C. Instrumen Penelitian	42
D. Prosedur Pengumpulan Data	46
E. Metode Analisis Data	47
1. Uji validitas	47
2. Uji reliabilitas	47
3. Analisis data	48
F. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis Penelitian	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	53
B. Profil Responden	58
C. Deskripsi Jawaban Responden	61
D. Analisis Data	67
1. Hasil pengujian instrumen	67
a. Uji validitas	67
b. Uji reliabilitas	68
2. Hasil analisis data	68
a. Uji normalitas	69

b. Uji multikolinearitas	71
c. Uji heteroskedastisitas	72
d. Uji linieritas	73
3. Analisis jalur	75
4. Pengujian hipotesis	85
E. Pembahasan	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	102
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN-LAMPIRAN	111



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Proses Terjadi Persepsi	22
Gambar 2.2 : Kerangka Berpikir	39
Gambar 3.1 : Diagram Jalur	48
Gambar 4.1 : Model Diagram Jalur	76
Gambar 4.2 : Model Struktur Jalur	80
Gambar 4.3 : Diagram Jalur Setelah <i>Trimming</i>	83



DAFTAR TABEL

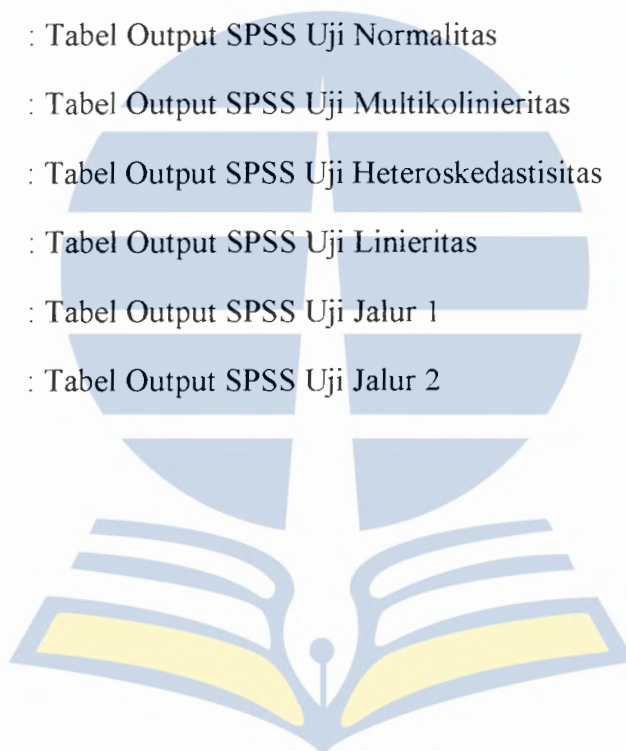
	Halaman
Tabel 2.1 : Sifat Dasar Tindakan Jasa	9
Tabel 2.2 : Definisi Operasional	39
Tabel 3.1 : Pengukuran Variabel Menurut Skala Likert	46
Tabel 4.1 : Ruang Menurut Jenis dan Luasnya	54
Tabel 4.2 : Perlengkapan Administrasi dan Perlengkapan Belajar Mengajar	55
Tabel 4.3 : Status Kepegawaian dan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4 : Ketenagaan Menurut Kelompok Umur dan Masa Kerja	56
Tabel 4.5 : Ketenagaan Menurut Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4.6 : Siswa Menurut Tingkat dan Agama	57
Tabel 4.7 : Jumlah Kelas dan Program Pengajaran	57
Tabel 4.8 : Siswa Menurut Tingkat, Jenis Kelamin, dan Kelompok Umur	58
Tabel 4.9 : Kategori Penilaian Responden	61
Tabel 4.10 : Deskripsi Kualitas Layanan	62
Tabel 4.11 : Deskripsi Persepsi	64
Tabel 4.12 : Deskripsi Kepercayaan	65
Tabel 4.13 : Deskripsi Kepuasan	66
Tabel 4.14 : Tabel Output Uji Normalitas Persamaan ke-1	69
Tabel 4.15 : Tabel Output Uji Normalitas Persamaan ke-2	70
Tabel 4.16 : Tabel Output Uji Normalitas Persamaan ke-3	71
Tabel 4.17 : Tabel Output Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.18 : Tabel Output Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.19 : Tabel Output Uji Linieritas Persamaan 1	73
Tabel 4.20 : Tabel Output Uji Linieritas Persamaan 2	74
Tabel 4.21 : Tabel Output Uji Linieritas Persamaan 3	75
Tabel 4.22 : Tabel Output Nilai R^2 untuk Jalur 1	77
Tabel 4.23 : Tabel Output Koefisien Jalur 1	77

Tabel 4.24	: Tabel Output Nilai R^2 untuk Jalur 2	78
Tabel 4.25	: Tabel Output Koefisien Jalur 2	78
Tabel 4.26	: Tabel Output Nilai R^2 untuk Jalur 3	78
Tabel 4.27	: Tabel Output Koefisien Jalur 3	79
Tabel 4.28	: Tabel Output Nilai R^2 untuk Jalur Struktur 2	81
Tabel 4.29	: Tabel Output Koefisien Jalur Struktur 2	82
Tabel 4.30	: Rekapitulasi Koefisien Jalur, Nilai R^2 , dan Signifikansi Jalur 1	83
Tabel 4.31	: Rekapitulasi Koefisien Jalur, Nilai R^2 , dan Signifikansi Jalur 2	84



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner	111
Lampiran 2 : Tabulasi Data Mentah	115
Lampiran 3 : Tabulasi SPSS Frekuensi Jawaban Responden	131
Lampiran 4 : Tabel Output SPSS Uji Validitas	136
Lampiran 5 : Tabel Output SPSS Uji Reliabilitas	140
Lampiran 6 : Tabel Output SPSS Uji Normalitas	142
Lampiran 7 : Tabel Output SPSS Uji Multikolinieritas	145
Lampiran 8 : Tabel Output SPSS Uji Heteroskedastisitas	146
Lampiran 9 : Tabel Output SPSS Uji Linieritas	148
Lampiran 10 : Tabel Output SPSS Uji Jalur 1	151
Lampiran 11 : Tabel Output SPSS Uji Jalur 2	153



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Rendahnya mutu pelayanan pendidikan di Indonesia pada setiap jenjang dan satuan pendidikan merupakan masalah serius yang dihadapi oleh bangsa Indonesia. Berbagai indikator yang menunjukkan peningkatan mutu pelayanan pendidikan belum dapat tercapai sepenuhnya, misalnya masih rendahnya tingkat pendidikan masyarakat, masih ada anak-anak yang putus sekolah dengan alasan tidak memiliki biaya, masih rendahnya kompetensi guru, masih kurangnya sarana prasarana pendidikan, bahkan sampai kurangnya jumlah guru pengajar dan kurangnya jumlah sekolah pada daerah-daerah tertentu.

Seperti yang disampaikan beberapa riset internasional bahwa Indonesia mengalami krisis pendidikan dengan hasil yang konsisten berada di peringkat bawah (www.kompas.com). Kondisi guru yang belum berkualitas juga menjadi penyebab krisis pendidikan di Indonesia. Saat ini, guru sudah tidak lagi menjadi *hidden curriculum* akibat kualitas penyiapan dan pendidikan guru yang memprihatinkan yang dimulai di tingkat dasar. Dari 1.400 guru di DKI Jakarta, hanya sekitar 25 persen yang bertalenta menjadi guru (Napitupuluh, 2013).

SMA sebagai program pendidikan menengah, membentuk dan mengembangkan seluruh potensi siswa agar memiliki dasar yang kuat untuk berfikir ilmiah melalui proses pembelajaran yang intensif dan sistematis. Peserta didik bukan hanya diberikan banyak teori dan pengetahuan yang dihafal, bukan juga banyaknya teori yang telah diajarkan oleh guru (daya

serap) sebagai ukuran keberhasilan, tetapi memiliki kecakapan dasar untuk mencari dan meneliti sendiri pengetahuan yang berguna melalui proses belajar inquri dan bersifat mandiri. Kecakapan dasar harus ditumbuhkan melalui program-program pendidikan, kurikulum dan pembelajaran, serta pendekatan dan proses pengelolaan sekolah.

Pendidikan di SMA masih menghadapi masalah dalam kaitan dengan relevansi kurikulum, pembelajaran, dan manajemen sekolah yang menciptakan proses belajar siswa yang mutunya rendah (*rote learning*). Proses pembelajaran kurang menumbuhkan potensi dan kreativitas siswa, tetapi menyuguhkan teori dan pengetahuan yang dihafal dengan muatan teoretis yang padat. Proses pembelajaran seperti ini sudah menjadi budaya belajar siswa di Indonesia, khususnya pada pendidikan dasar dan menengah. Sekolah belum mampu menciptakan proses pembelajaran yang nyaman, menarik dan menyenangkan bagi siswa untuk belajar optimal, sehingga prestasi belajar siswa rendah dan terkesan semakin buruk akhir-akhir ini (Suryadi, 2010).

Dalam dunia bisnis kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kepuasan konsumen adalah suatu persepsi konsumen terhadap satu jenis pengalaman pelayanan yang dialaminya. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi hal ini pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Umumnya dalam konteks kepuasan pelanggan harapan merupakan perkiraan atau keyakinan

pelanggan tentang hal yang diterima. Karena kepuasan merupakan faktor penting maka banyak studi dilakukan untuk mengukur kepuasan konsumen.

Sama halnya dalam dunia bisnis, dalam dunia pendidikan mengukur tingkat kepuasan siswa terhadap layanan pendidikan menjadi hal yang penting untuk mengetahui seberapa baik layanan yang telah diberikan oleh sekolah. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling memengaruhi dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk memenangkan kompetisi antar sekolah serta untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah. Masyarakat sebagai pelanggan sekolah (siswa, orang tua, serta pihak-pihak terkait lainnya) perlu diyakinkan bahwa sekolah yang akan dipilih adalah sekolah yang memberikan pelayanan yang relevan dengan kebutuhan dan tuntutan zaman. Menjamurnya lembaga-lembaga bimbingan belajar dan tempat les/privat menunjukkan bahwa persepsi siswa terhadap layanan pendidikan sekolah masih kurang baik serta menunjukkan pula bahwa siswa percaya terhadap lembaga bimbingan atau guru les/privat di luar sekolah lebih mampu membantu meningkatkan prestasi.

Pada saat sekarang ini sekolah saling berlomba untuk memperoleh siswa dengan menunjukkan eksistensi sekolah lewat label internasional, akreditasi, prestasi yang diraih, tingkat kelulusan yang tinggi, fasilitas sarana prasarana yang mendukung, program unggulan, dan layanan pendidikan yang membedakannya dari sekolah lainnya. Namun dilain sisi siswa dan orangtua memiliki kebebasan untuk memilih sekolah yang menurut penilaian mereka memiliki kualitas yang baik.

SMA Santo Ignasius Singkawang dipilih sebagai lokasi dan objek penelitian dengan alasan bahwa SMA Santo Ignasius Singkawang merupakan salah satu SMA swasta yang memiliki otonomi dalam pengelolaan sekolah yang lebih besar dibandingkan dengan sekolah negeri. Selain itu SMA Santo Ignasius Singkawang adalah salah satu sekolah swasta favorit yang ada di kota Singkawang. Hal ini dapat dilihat dari jumlah siswa yang mendaftar dan bersekolah di SMA tersebut terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan dan memiliki tingkat kelulusan yang tinggi. Untuk dapat tetap bertahan dan bersaing SMA Santo Ignasius Singkawang harus dapat memberikan layanan pendidikan yang berkualitas. Tuntutan untuk menyediakan layanan pendidikan yang berkualitas menjadi hal yang harus diperhatikan dalam pengelolaan sekolah karena kualitas akan menjadi ukuran penting bagi persepsi pengguna langsung, yaitu siswa.

Predikat akreditasi "A" yang dicapai oleh SMA Santo Ignasius Singkawang seharusnya dapat menunjukkan bahwa layanan pendidikan yang diberikan kepada para siswa telah mencapai atau bahkan telah melampaui standar minimal yang ditentukan oleh pemerintah. Namun pada kenyataannya siswa merasa bahwa layanan pendidikan yang diberikan sekolah masih belum memuaskan yang ditunjukkan dengan sebesar 70% siswa SMA Santo Ignasius Singkawang masih memerlukan pelajaran tambahan dari lembaga di luar sekolah atau dari guru les/privat baik dari dalam maupun luar sekolah. Kegiatan selama proses belajar mengajar di kelas dirasakan belum cukup memberikan jaminan bahwa siswa akan memperoleh prestasi hasil belajar (nilai) yang memuaskan. Lembaga pendidikan nonformal (lembaga bimbingan belajar) dan pihak-pihak lain (guru les/privat) dianggap lebih mampu

meningkatkan nilai yang diperoleh siswa, baik nilai rapor maupun nilai ujian nasional. Sarana dan prasarana sekolah yang belum memadai menjadi keluhan klasik yang disampaikan oleh para siswa. Hal ini tentunya perlu menjadi perhatian sekolah yang seharusnya menjadi lembaga pendidikan yang dapat meningkatkan pengetahuan, mengasah keterampilan, dan membentuk karakter anak didiknya melainkan hanya dianggap sebagai lembaga formal yang tugasnya menerbitkan ijazah. Sekolah harus dapat memperbaiki dan meningkatkan layanan pendidikan sehingga kualitas layanan yang diperoleh sesuai bahkan melebihi harapan siswa sebagai pengguna langsung jasa pendidikan.

Sebagai sekolah swasta SMA Santo Ignasius Singkawang memiliki beban dan tanggung jawab yang lebih dalam hal pengelolaan sekolah karena seluruh pembiayaan dibebankan kepada para orang tua siswa yang pada akhirnya sekolah harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para siswa. Semakin tinggi kualitas layanan yang dipersepsikan dan dipercaya oleh siswa diharap mampu meningkatkan kepuasan siswa pada layanan pendidikan di sekolah tersebut. Jika pelayanan pendidikan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan siswa maka tidak mustahil sekolah akan mengalami kemunduran. Alasan tersebut menjadi dasar dari penelitian ini, yaitu menganalisis dan menguji pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap persepsi dan kepercayaan siswa serta dampaknya terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang dengan harapan sekolah dapat melakukan evaluasi dan membuat keputusan yang tepat untuk meningkatkan mutu pendidikan sekolah.

B. Rumusan Masalah

Untuk menjabarkan topik penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap persepsi dan kepercayaan siswa serta dampaknya terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa SMA Santo Ignasius Singkawang?
2. Sejauhmana kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang?
3. Sejauhmana persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang?
4. Sejauhmana kepercayaan siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang?
5. Sejauhmana kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji mengenai:

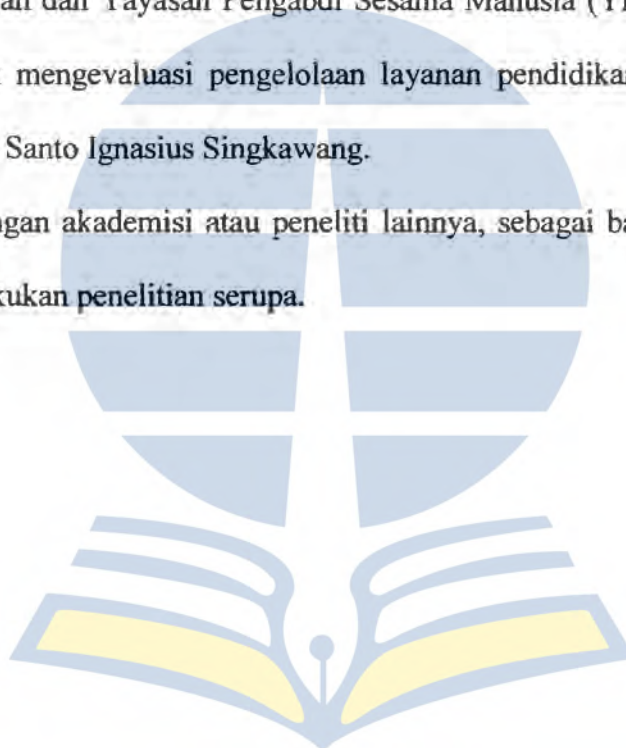
1. Pengaruh kualitas layanan terhadap persepsi siswa SMA Santo Ignasius Singkawang.
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang.
3. Pengaruh persepsi siswa terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

4. Pengaruh kepercayaan siswa terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.
5. Pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Sekolah dan Yayasan Pengabdian Sesama Manusia (YPSM), sebagai bahan untuk mengevaluasi pengelolaan layanan pendidikan yang dilakukan di SMA Santo Ignasius Singkawang.
2. Kalangan akademisi atau peneliti lainnya, sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian serupa.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Konsep jasa/layanan

Pada umumnya terdapat sepuluh tipe entitas yang dipasarkan oleh perusahaan, yaitu barang, jasa, acara, pengalaman, orang, tempat, properti (hak kepemilikan), organisasi, informasi, dan ide (Kotler dan Keller, 2009:6). Jadi jasa atau layanan merupakan salah satu hasil yang dikelola dan dipasarkan oleh perusahaan.

Pengertian jasa menurut Lovelock dan Wright (2005:5) adalah “Tindakan atau kinerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri – atau atas nama – penerima.” Manfaat dapat didefinisikan sebagai keuntungan atau laba yang diperoleh pelanggan dari kegiatan jasa. Jasa dapat pula didefinisikan sebagai proses, yaitu suatu metode pengoperasian serangkaian tindakan yang terdiri dari beberapa langkah yang dilakukan dalam urutan yang sudah ditetapkan. Proses jasa dapat dimulai dari prosedur sederhana hingga aktivitas yang sangat rumit (Lovelock dan Wright, 2005:31).

Definisi jasa yang berorientasi pada aspek proses dikemukakan Gronroos (sebagaimana dikutip dalam Tjiptono dan Chandra, 2005), yaitu jasa sebagai proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas *intangibile* yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Dalam suatu proses terjadi perubahan input menjadi output. Terdapat dua kategori yang diproses oleh setiap organisasi jasa, yaitu orang dan objek. Untuk memahami sifat dasar tindakan jasa dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.1
Sifat Dasar Tindakan Jasa

Apa sifat dasar tindakan jasa?	Siapa atau apa penerima langsung jasa?	
	Orang	Barang milik
Tindakan berwujud	(Pemrosesan Orang) Jasa yang ditujukan pada tubuh orang: Transportasi penumpang Pemeliharaan kesehatan Penginapan Salon kecantikan Terapi fisik Pusat kebugaran Restoran/bar Pemotongan rambut Jasa pemakaman	(Pemrosesan Barang Milik) Jasa yang ditujukan pada barang milik fisik: Transportasi barang Reparasi dan pemeliharaan Gudang/tempat penyimpanan Jasa penjagaan gedung Distribusi ritel Binatu Pengisian bahan bakar Pertamanan/pemeliharaan pekarangan Pembuangan/daur ulang
Tindakan tidak berwujud	(Pemrosesan Rangsangan Pikiran) Jasa yang ditujukan pada pikiran manusia: Iklan/hubungan masyarakat Seni dan hiburan Siaran radio/kabel Konsultasi manajemen Pendidikan Jasa Informasi Konser musik Psikoterapi Agama Telepon suara	(Pemrosesan Informasi) Jasa yang ditujukan pada aset tidak berwujud: Akuntansi Perbankan Pemrosesan data Pengiriman data Asuransi Jasa hukum Pemrograman Riset Investasi surat berharga Konsultasi peranti lunak

Sumber : Lovelock dan Wright (2005:32)

Menurut Lupiyoadi (2001) perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa adalah pada pemasarannya. Jasa dituntut memberikan kualitas yang optimal dari *customer service* dimana konsumen memiliki penilaian yang sangat subjektif terhadap jasa yang mereka rasakan karena standar kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh pada kepuasan yang hendak

diperoleh. Untuk menghadapi persaingan harga/biaya perusahaan harus mengembangkan penawaran, penghantaran, dan citra yang berbeda. Penawaran meliputi fitur inovatif yang membedakan penawaran sebuah perusahaan dari pesaingnya. Penghantaran jasa melalui orang yang berhubungan langsung dengan pelanggan yang lebih mampu dan dapat diandalkan. Citra perusahaan tersampaikan lewat lambang dan merek (Kotler dan Armstrong, 2008:295-297).

Empat karakteristik yang harus dipertimbangkan perusahaan dalam menawarkan jasa adalah (Kotler dan Armstrong, 2008:292 – 293):

1. Jasa tidak berwujud (*service intangibility*); artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum konsumen membeli jasa tersebut. Penyedia jasa mempunyai tugas untuk membuat jasa menjadi berwujud dalam satu atau beberapa cara dan mengirimkan sinyal kualitas yang benar.
2. Jasa tak terpisahkan (*service inseparability*) artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediaannya. Jika karyawan jasa menyediakan jasa maka ia menjadi bagian dari jasa tersebut.
3. Variabilitas jasa (*service variability*) artinya kualitas jasa bergantung pada siapa yang menyediakan jasa ini dan kapan, di mana, dan bagaimana jasa tersebut disediakan.
4. Jasa dapat musnah (*service perishability*) artinya jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan beberapa saat kemudian.

Hampir serupa dengan yang dinyatakan oleh Kotler, Griffin (sebagaimana dikutip dalam Lupiyoadi, 2001:6) menyebutkan karakteristik jasa adalah sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud) artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut dibeli. Nilai tidak berwujud yang dialami konsumen berupa kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.
2. *Unstorability*, artinya jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan) karena jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Customization*, artinya jasa dirancang khusus untuk kebutuhan pelanggan.

Terdapat lima dimensi pokok kualitas jasa yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk. (1988), yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*), yaitu suatu kemampuan yang dapat diandalkan, akurat, dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan harapan konsumen.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan dan kesediaan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan sesegera mungkin (standar yang digunakan harus disesuaikan dengan keinginan konsumen).
3. Jaminan (*assurance*), yaitu adanya pengetahuan dan kemampuan serta kesopanan yang dimiliki para karyawan dalam memberikan pelayanan sehingga dapat menciptakan kepercayaan dan tidak menimbulkan keraguan konsumen atas pelayanan tersebut.
4. Empati (*empathy*), yaitu adanya perhatian yang bersifat pribadi kepada pelanggan, melakukan kontak, hubungan, dan komunikasi dengan

konsumen serta adanya upaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

5. Penampilan fisik (*tangible*), yaitu penampilan sarana fisik, perlengkapan/peralatan, penampilan personil, dan media komunikasi yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

2. Konsep kualitas layanan pendidikan

a. Kualitas layanan.

Menurut Lupiyoadi (2001) persoalan mengenai kualitas jasa dan kepuasan pelanggan kini merupakan hal terpenting bagi penyedia jasa. Oleh karena itu penyedia jasa harus memahami bagaimana membangun kualitas jasa, mengidentifikasi kesenjangan-kesenjangan yang mungkin terjadi, serta pengaruhnya bagi kepuasan konsumen dan perilaku konsumen setelah menggunakan jasa. Tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain dikemukakan oleh Lupiyoadi (2001) adalah: (1) persepsi konsumen, (2) produk/jasa, dan (3) proses. Keberhasilan kualitas jasa untuk ketiga orientasi tersebut dapat menyumbang keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan profitabilitas organisasi.

Pelanggan menilai kualitas suatu jasa dengan cara membandingkannya dengan suatu standar internal yang disebut harapan pelanggan. Harapan tersebut dipengaruhi oleh pengalaman menggunakan jasa sebelumnya dengan penyedia jasa tertentu, dengan jasa pesaing dalam industri yang sama, atau dengan jasa terkait dalam industri yang

berbeda. Jika pelanggan tidak memiliki pengalaman pribadi yang relevan maka harapan pra pembelian pelanggan didasarkan pada faktor-faktor seperti iklan atau cerita dari mulut ke mulut (Lovelock dan Wright 2005:93).

Kitchroen (2004) menjelaskan bahwa layanan yang diidentifikasi sebagai aktivitas *intangible* yang adalah tujuan utama dari transaksi yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan adalah kemampuan organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

b. Kualitas layanan pendidikan.

Sebagai salah satu lembaga formal penyedia jasa pendidikan sekolah diharapkan memiliki kualitas layanan yang bermutu. Transformasi sekolah era kontemporer menuju sekolah bermutu diawali dengan komitmen bersama warga sekolah (siswa, guru, karyawan, kepala sekolah, dan orang tua siswa) terhadap mutu pendidikan. Melalui manajemen prosesnya disusun dalam strategi yang berorientasi pada mutu dan difokuskan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pengembangan mutu dalam sektor pendidikan mengadopsi berbagai konsep yang didominasi konsep mutu dalam dunia industri seperti yang dikemukakan para ahli sebagai berikut (Minarti, 2011: 325):

- 1) Miller, dalam pendidikan *the man behind the system* berarti manusia merupakan faktor kunci yang menentukan kekuatan pendidikan.
- 2) Jarome S. Arcaro mengatakan bahwa, "*Teachers are the mediator who provide or fail to provide the essential experiences the permit student to release their awesome potentia*".

- 3) Bemandin & Joice, mengungkapkan bahwa faktor-faktor produktivitas pendidikan adalah *knowledge, skills, abilitas, attitude, dan behaviors* para personel dalam organisasi.
- 4) Crosby menyatakan bahwa kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, standar meliputi bahan baku, proses produksi, dan produk jadi.

Mutu pendidikan menjelma menjadi kebutuhan primer bagi sekolah untuk bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya. Tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal karena mendefinisikan mutu/kualitas memerlukan pandangan yang komprehensif. Beberapa elemen bahwa sesuatu dikatakan berkualitas adalah sebagai berikut (Minarti, 2011:327):

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (apa yang dianggap berkualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada saat yang lain).
4. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Minarti (2011) mutu atau kualitas layanan pendidikan dapat disimpulkan sebagai derajat keunggulan dalam pengelolaan pendidikan secara efektif dan efisien untuk melahirkan keunggulan akademik dan

ekstrakurikuler para peserta didik yang dinyatakan lulus untuk satu jenjang pendidikan atau menyelesaikan program pembelajaran tertentu. Mencapai mutu pendidikan diperlukan suatu kegiatan dinamis dan penuh tantangan seiring dengan perubahan zaman. Maka dalam pendidikan diperlukan adanya upaya perbaikan dan peningkatan mutu sejalan dengan semakin tingginya kebutuhan dan tuntutan kehidupan masyarakat.

c. Dimensi kualitas layanan pendidikan.

Hampir sama dengan pengertian karakteristik jasa/layanan dalam dunia industri, layanan pendidikan memiliki karakteristik sebagai berikut (Minarti, 2011:330-332):

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa tidak berwujud seperti halnya produk yang menyebabkan pengguna jasa pendidikan tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar, dan merasakan hasilnya sebelum mereka mengonsumsinya (menjadi subsistem lembaga pendidikan). Untuk menekan ketidakpastian, pengguna jasa pendidikan akan mencari tanda atau informasi tentang kualitas jasa tersebut. Yang dapat dilakukan lembaga pendidikan untuk meningkatkan calon pengguna jasa pendidikan adalah sebagai berikut : (1) meningkatkan visualisasi jasa yang tidak berwujud menjadi berwujud, (2) menekankan pada manfaat yang akan diperoleh (lulusan lembaga pendidikan), (3) menciptakan atau membangun nama merek lembaga pendidikan (*education brand name*), dan (4) memakai nama seseorang yang sudah dikenal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa pendidikan tidak dapat terpisahkan dari lembaga pendidikan yang menyediakan jasa tersebut. Jasa pendidikan yang dihasilkan dan dikonsumsi secara serempak (simultan) pada waktu yang sama. Peserta didik yang membeli jasa akan berhadapan langsung dengan penyedia jasa pendidikan dengan demikian jasa lebih diutamakan penjualannya secara langsung dengan skala operasi yang terbatas. Lembaga pendidikan dapat menggunakan strategi bekerja dalam kelompok yang lebih besar, bekerja lebih cepat, atau melatih penyaji jasa agar mampu membina kepercayaan pelanggannya (peserta didik).

3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa pendidikan yang diberikan sering berubah-ubah tergantung siapa yang menyajikannya, kapan, serta di mana jasa pendidikan tersebut disajikan. Hal ini menyebabkan jasa pendidikan sulit untuk mencapai kualitas yang sesuai dengan standar. Untuk mengatasi hal tersebut lembaga pendidikan dapat melakukan strategi untuk mengendalikan kualitas jasa yang dihasilkan dengan cara berikut : (1) melakukan seleksi dan mengadakan pelatihan untuk mendapatkan SDM jasa pendidikan yang lebih baik, (2) membuat standarisasi proses kerja dalam menghasilkan jasa pendidikan dengan baik, dan (3) selalu memonitor kepuasan peserta didik melalui sistem kotak saran, keluhan, maupun survei pasar.

4. Mudah musnah (*Perishability*)

Jasa pendidikan tidak dapat disimpan dalam jangka waktu tertentu atau jasa pendidikan tersebut mudah musnah sehingga tidak dapat

dijual pada waktu mendatang. Hal ini tidak menjadi masalah jika permintaan akan jasa tersebut stabil karena jasa pendidikan mudah mempersiapkan pelayanannya. Namun jika permintaan berfluktuatif maka lembaga pendidikan akan menghadapi masalah dalam mempersiapkan pelayanannya. Diperlukan program pemasaran jasa yang cermat agar permintaan terhadap jasa pendidikan selalu stabil.

Dimensi layanan pendidikan dapat dijelaskan sebagai berikut (Minarti, 2011:332-334):

1. Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik berupa sarana dan prasarana. Sarana yang wajib dimiliki meliputi perabot, peralatan pendidikan, media pendidikan, buku dan sumber belajar lainnya, bahan habis pakai, serta perlengkapan lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran yang teratur dan berkelanjutan. Sedangkan prasarana yang wajib dimiliki meliputi lahan, ruang kelas, ruang pimpinan satuan pendidikan, ruang pendidik, ruang tata usaha, ruang perpustakaan, ruang laboratorium, ruang bengkel kerja, ruang unit produksi, ruang kantin, instalasi daya dan jasa, tempat berolahraga, tempat beribadah, tempat bermain, tempat berekreasi, dan ruang/tempat lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran yang teratur dan berkelanjutan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera atau cepat, akurat, dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah kemauan/kesediaan para staf untuk membantu para peserta didik dan memberikan pelayanan cepat tanggap.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan respek terhadap peserta didik. Jaminan memiliki sifat dapat dipercaya, bebas dari bahaya, dan keragu-raguan. Pendidik harus memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi sebagai agen pembelajaran, sehat jasmani dan rohani, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional.

5. Empati (*Empathy*)

Empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi dengan baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan peserta didiknya.

Pada penelitian ini pengertian kualitas layanan pendidikan adalah tingkat keunggulan dalam pengelolaan pendidikan sekolah dengan dimensi kualitas layanan pendidikan, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*emphaty*).

3. Persepsi konsumen

a. Konsep persepsi konsumen.

Beberapa karakteristik yang dapat memengaruhi perilaku konsumen antara lain (Kotler dan Amstrong, 2008:159-176):

1) Faktor Budaya

Faktor ini memiliki pengaruh yang kuat bagi konsumen dalam membuat keputusan. Pemasar harus memahami budaya, subbudaya dan kelas sosial konsumen.

2) Faktor Sosial

Yang termasuk ke dalam kelompok faktor sosial adalah kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

3) Faktor Pribadi

Keputusan konsumen dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup konsumen, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Faktor psikologis memiliki peran kunci untuk memahami perilaku konsumen melalui respons rangsangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran konsumen, dan sekelompok proses psikologis digabungkan dengan karakteristik konsumen tertentu menghasilkan proses pengambilan keputusan dan keputusan akhir pembelian.

Sebagai salah satu faktor psikologis, persepsi adalah bagaimana kita melihat dunia sekitar kita, berdasarkan stimuli dari objek yang kita terima maka kita dapat memberikan gambaran tentang objek tersebut. Secara formal persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimuli ke dalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh.

Stimuli diartikan sebagai setiap input yang dapat ditangkap oleh indera (mata, telinga, mulut, hidung, dan kulit), seperti produk, kemasan, merek, iklan, harga, dan lain-lain. Keputusan konsumen didasarkan pada persepsi, bukan pada realitas. Dengan kata lain persepsi merupakan realitas bagi konsumen. Jadi dalam pemasaran, persepsi lebih penting dari realitas (Simamora, 2004:102).

Poses terjadinya persepsi pada diri individu tidak berlangsung begitu saja, tetapi melalui suatu proses. Proses persepsi adalah peristiwa dua arah yaitu sebagai hasil aksi dan reaksi. Prinsip dasar tentang persepsi yang perlu diketahui adalah (Slameto, 2010:2):

- 1) Persepsi itu relatif bukannya absolut.
- 2) Persepsi itu bersifat selektif.
- 3) Persepsi itu mempunyai tatanan.
- 4) Persepsi dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan (menerima rangsang).
- 5) Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama.

Menurut Sobur (2009:45), terjadinya persepsi melalui suatu proses, yaitu melalui beberapa tahap sebagai berikut:

- 1) Terjadinya stimulasi alat indera, selanjutnya stimulus tersebut ditangkap oleh alat indera. Proses ini berlangsung secara alami dan berkaitan dengan segi fisik. Proses tersebut dinamakan proses kealaman.
- 2) Stimulus suatu objek yang diterima oleh alat indera, kemudian disalurkan ke otak melalui syaraf sensoris. Proses pentransferan

stimulus ke otak disebut proses psikologis, yaitu berfungsinya alat indera secara normal.

- 3) Otak selanjutnya memproses stimulus hingga individu menyadari objek yang diterima oleh alat inderanya. Proses itu juga disebut proses psikologis.

Proses persepsi menurut Sobur (2009:446) adanya dua komponen pokok yaitu seleksi dan interpretasi. Seleksi yang dimaksud adalah proses penyaringan terhadap stimulus pada alat indera. Stimulus yang ditangkap oleh indera terbatas jenis dan jumlahnya, karena adanya seleksi. Hanya sebagian kecil saja yang mencapai kesadaran pada individu. Individu cenderung mengamati dengan lebih teliti dan cepat terkena hal-hal yang meliputi orientasi mereka. Interpretasi sendiri merupakan suatu proses untuk mengorganisasikan informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu.

Dalam melakukan interpretasi itu terdapat pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya. Sistem nilai disini dapat diartikan sebagai penilaian individu dalam mempersepsi suatu objek yang dipersepsi, apakah stimulus tersebut akan diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut menarik atau ada persesuaian maka akan dipersepsi positif dan demikian sebaliknya selain itu adanya pengalaman langsung antara individu dengan objek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun negatif. Proses terjadinya persepsi, secara sistematis dapat dilihat berdasarkan gambar berikut ini.



Sumber: DeVito, 1997 dalam Sobur, 2009

Gambar 2.1
Proses Terjadi Persepsi

b. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi.

Proses terbentuknya persepsi sangat kompleks, dan ditentukan oleh dinamika yang terjadi dalam diri seseorang ketika seseorang mendengar, mencium, melihat, merasa, atau bagaimana dia memandang suatu objek dalam melibatkan aspek psikologis dan panca inderanya. Membagi faktor-faktor yang menentukan persepsi dibagi menjadi dua yaitu faktor fungsional dan faktor struktural. Faktor fungsional dan struktural dapat dijelaskan sebagai berikut (Rakhmat, 2003:55-62):

1) Faktor Fungsional

Faktor fungsional adalah faktor yang berasal dari kebutuhan pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang biasa disebut sebagai faktor-faktor personal. Faktor fungsional yang menentukan persepsi adalah objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.

2) Faktor Struktural

Faktor struktural adalah faktor-faktor yang berasal semata-mata dan sifat stimulus fisik terhadap efek-efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Faktor-faktor struktural yang menentukan

persepsi menurut teori Gestalt bila seseorang ingin memahami suatu peristiwa orang tersebut tidak dapat meneliti faktor-faktor yang terpisah tetapi memandangnya dalam hubungan keseluruhan. Tertarik tidaknya individu untuk memperhatikan stimulus dipengaruhi oleh dua faktor yaitu, faktor internal (kebiasaan, minat, emosi dan keadaan biologis) dan faktor eksternal (intensitas, kebaruan, gerakan, dan pengulangan stimulus).

Penjelasan faktor eksternal dan internal adalah sebagai berikut:

a) Faktor Eksternal

Faktor eksternal meliputi hal berikut: (1) gerakan, seperti organisme lain, bahwa manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Contohnya seseorang senang melihat huruf dalam *display* yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan, (2) intensitas stimuli, di mana manusia akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain. (3) kebaruan (*novelty*), bahwa hal-hal baru, yang luar biasa, yang berbeda akan lebih menarik perhatian, (4) perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. Dalam hal ini unsur "*familiarity*" (yang sudah seseorang kenal) berpadu dengan unsur-unsur "*novelty*" (yang baru seseorang kenal). Perulangan juga mengandung unsur sugesti yang mempengaruhi bawah sadar manusia.

b) Faktor Internal

Faktor internal meliputi hal berikut: (1) kebiasaan, kecenderungan untuk mempertahankan pola berpikir tertentu, atau melihat masalah

hanya dari satu sisi saja, atau kepercayaan yang berlebihan dan tanpa kritis pada pendapat otoritas, (2) minat, suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhannya sendiri, (3) emosi, sebagai manusia yang utuh, seseorang tidak dapat mengesampingkan emosi, walaupun emosi bukan hambatan utama. Bila emosi itu sudah mencapai intensitas yang begitu tinggi akan mengakibatkan stress, yang menyebabkan sulit berpikir efisien, dan (4) keadaan biologis, misalnya keadaan lapar, maka seluruh pikiran didominasi oleh makanan. Bagi orang yang kenyang akan menaruh perhatian pada hal-hal lain. Kebutuhan biologis menyebabkan persepsi yang berbeda.

Konsep yang merupakan bagian persepsi yang menyoroti kualitas secara khusus berdasarkan persepsi konsumen diistilahkan sebagai *Perceived Quality*. Di dalam pemasaran disimpulkan bahwa yang paling penting adalah persepsi. Demikian pula tentang kualitas, ada kualitas objektif adapula kualitas menurut persepsi konsumen (*perceived quality*) dan yang terpenting adalah persepsi di mata konsumen. Sejauhmana suatu produk/jasa dikatakan berkualitas sehingga mampu memuaskan kebutuhan konsumen tergantung dari penilaian subjektif (persepsi) konsumen (Simamora, 2004:114).

Pada penelitian ini pengertian persepsi siswa adalah penilaian siswa terhadap apa yang mereka terima dan rasakan dari suatu layanan pendidikan di sekolah. Dimensi persepsi siswa yang digunakan adalah manfaat yang diperoleh siswa dari suatu layanan dan biaya atau

pengorbanan yang harus mereka keluarkan untuk memperoleh atau menikmati layanan tersebut.

4. Keyakinan atau kepercayaan (*Trust*) konsumen

Dalam dunia bisnis kepercayaan dipandang sebagai satu atau anteseden yang paling relevan untuk menunjukkan adanya hubungan yang stabil dari suatu hubungan kolaboratif. Para peneliti menetapkan bahwa kepercayaan adalah hal terpenting dalam membangun dan menjaga hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen.

Kepercayaan adalah salah satu bidang dari ragam ilmu yang luas yang meliputi manajemen, ekonomi, filosofi, dan psikologi. Salah satu konsep umum dari kepercayaan adalah yang disampaikan oleh Mayer dkk. dalam Zhang dan Feng (2009), yang mempelajari kepercayaan dalam organisasi secara sistematis dan mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan dari satu pihak akan menjadi tindakan yang berharga bagi pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan menunjukkan tindakan penting secara khusus bagi pihak yang mempercayainya tanpa memandang kemampuan untuk mengontrol pihak lainnya.

Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai suatu pola yang diorganisasi melalui pengetahuan yang kemudian dipegang oleh seseorang individu sebagai suatu kebenaran dalam hidupnya. Kepercayaan didasarkan pada pengetahuan, kebenaran, atau berita dan referensi dari mulut ke mulut. Konsumen cenderung mengembangkan serangkaian kepercayaan ciri-ciri dari suatu produk yang selanjutnya lewat kepercayaan ini membentuk suatu citra merek (*brand image*) produk tersebut (Lamb dkk., 2001:232-233).

Gurviez dan Korchia (sebagaimana yang dikutip dalam Depardon dan Cisse, 2009) mendefinisikan kepercayaan sebagai variabel psikologis yang menggambarkan suatu akumulasi praduga yang melibatkan kredibilitas, integritas, dan nama baik dari suatu produk dimata konsumen. Oleh karena itu yang digunakan untuk mengukur kepercayaan konsumen adalah tiga aspek berikut, yaitu: (1) integritas, (2) kredibilitas, dan (3) nama baik atau reputasi baik dari suatu layanan.

Pada penelitian ini definisi kepercayaan siswa adalah rasa percaya siswa terhadap kualitas layanan pendidikan di sekolah. Dimensi kepercayaan yang digunakan adalah integritas, kredibilitas, dan nama baik sekolah.

5. Kepuasan konsumen

Dalam dunia bisnis kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Karena kepuasan merupakan faktor penting maka banyak studi dilakukan untuk mengukur kepuasan konsumen.

Definisi kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2009) adalah *"Customer satisfaction is the level of a person's felt state resultating from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to the person's expectation"*. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian sangat tergantung pada kinerja tawaran dalam

memenuhi harapan konsumen. Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkannya terhadap kinerja (hasil) yang diharapkannya. Jika kinerja (hasil) tersebut memenuhi harapan maka konsumen merasa puas, jika kinerja (hasil) melebihi harapan konsumen merasa sangat puas dan sebaliknya jika kinerja (hasil) tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen tersebut merasa tidak puas (Kotler dan Keller, 2009:139).

Menurut Parasuraman dkk. (1988) definisi kepuasan konsumen adalah: *“Customer satisfaction is a customer’s perception of a single service experience”*. Kepuasan konsumen adalah suatu persepsi konsumen terhadap satu jenis pengalaman pelayanan yang dialaminya. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi hal ini pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Umumnya dalam konteks kepuasan pelanggan harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang hal yang diterima. Harapan pelanggan berkembang dari waktu ke waktu seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima serta makin bertambahnya pengalamannya. Pada gilirannya semua ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan dengan kemajuan teknologi internet dewasa ini yang menyediakan sarana bagi konsumen untuk menyebarkan berita buruk dan berita baik ke seluruh dunia. Bahkan beberapa pelanggan membuat situs

sendiri untuk menumpahkan kekesalan dan rasa ketidakpuasannya atas layanan yang mereka rasakan. Kepuasan konsumen tergantung pula pada kualitas produk dan jasa. Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas (Kotler dan Keller, 2009:144).

Definisi kepuasan dari beberapa uraian di atas secara umum dapat diartikan bahwa antara layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen. Konsumen mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing layanan sesuai dengan sejauh mana harapan terpenuhi atau terlampaui. Pada dasarnya konsumen mengharapkan memperoleh produk yang memiliki manfaat pada tingkat harga yang dapat diterima.

Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Layanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Karena berbagai faktor, seperti subjektivitas yang dipersepsikan konsumen dan pemberi jasa, maka jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan konsumen.

Dari penjelasan mengenai definisi kepuasan konsumen di atas maka kepuasan siswa dapat didefinisikan sebagai suatu sikap yang diperlihatkan oleh siswa, baik sikap positif maupun sikap negatif atas adanya kesesuaian antara harapan mereka terhadap pelayanan layanan pendidikan yang diterimanya. Jika layanan pendidikan yang diterima cocok dengan apa yang diharapkan oleh siswa maka siswa akan merasa puas, dan jika layanan yang diterima tidak sesuai maka siswa akan merasa tidak puas. Kepuasan siswa sangat tergantung pada persepsi dan harapan mereka terhadap sekolah yang dipengaruhi oleh kebutuhan akan pendidikan dan keinginan untuk dapat berprestasi serta melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi, pengalaman-pengalaman yang dirasakan oleh teman-temannya atau kakak kelasnya atas kualitas layanan sekolah.

Pada penelitian ini definisi kepuasan siswa adalah tingkat perasaan siswa terhadap layanan pendidikan sekolah setelah membandingkan hasil yang diharapkan dengan yang dirasakannya. Dimensi kepuasan yang digunakan adalah kinerja layanan dan kesesuaian harapan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sejenis yang memiliki hasil yang dapat diaplikasikan sebagai dasar dalam penelitian ini.

1. Hubungan antara kualitas layanan dan persepsi

Persepsi yang menyoroti kualitas secara khusus berdasarkan persepsi konsumen diistilahkan sebagai *perceived quality*. Di dalam pemasaran disimpulkan bahwa yang paling penting adalah persepsi. Demikian pula tentang kualitas, ada kualitas objektif adapula kualitas menurut persepsi

konsumen (*perceived quality*) dan yang terpenting adalah persepsi di mata konsumen. Sejauhmana suatu produk/jasa dikatakan berkualitas sehingga mampu memuaskan kebutuhan konsumen tergantung dari penilaian subjektif (persepsi) konsumen (Simamora, 2004:114).

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan persepsi antara lain adalah penelitian Jhon Sviokla (sebagaimana dikutip dalam Lupiyoadi, 2001) menganalisis bahwa hubungan antara kualitas dan keuntungan jangka panjang terlihat dalam faktor keuntungan eksternal yang diperoleh dari kepuasan pelanggan dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perbaikan efisiensi produk. Keuntungan eksternal diperoleh dari kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan kepada perusahaan. Keuntungan internal diperoleh bersamaan dengan keuntungan eksternal, yaitu fokus perusahaan pada kualitas membawa nilai positif internal perusahaan dalam proses peningkatan desain produk, kontrol material, penggunaan bahan baku yang efisien, pengurangan kegiatan reproduksi dan lain sebagainya.

Penelitian yang dilakukan Kitchroen (2004) menjelaskan bahwa layanan yang diidentifikasi sebagai aktivitas *intangibile* yang adalah tujuan utama dari transaksi yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan adalah kemampuan organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Model SERVQUAL dan IPA (*Importance Performance Analysis*) dapat diadaptasi untuk mempelajari kualitas pelayanan dalam industri pendidikan. Model SERVQUAL membandingkan harapan pelanggan dan persepsi pelayanan dalam hal aset berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, IPA menggabungkan

pentingnya dirasakan dan kinerja yang dirasakan pelanggan. Model SERVQUAL telah banyak digunakan dalam studi industri jasa dalam pelayanan umum dan pendidikan pada khususnya salah satunya adalah perguruan tinggi swasta ABAC di Thailand (Kitchroen, 2004).

Salah satu rekomendasi penelitian Sudarya (2007) menjelaskan bahwa pengukuran layanan kualitas pendidikan dapat dilakukan secara internal maupun eksternal. Pengukuran kualitas berdasar perspektif internal diartikan sebagai *zero defect* – mengeliminasi kesalahan pada setiap tahap kegiatan atau langkah setiap kegiatan. Sedangkan pengukuran eksternal dilakukan dengan memahami kebutuhan lingkungan (*customers satisfaction*), menerima masukan, dan kritik maupun saran.

Dari hasil penelitian Siviokla (2001) dan Kitchroen (2004) menunjukkan bahwa kualitas layanan memengaruhi persepsi konsumen baik persepsi positif maupun persepsi negatif. Layanan pendidikan yang diberikan sekolah hendaknya mampu menciptakan keuntungan berupa persepsi positif siswa terhadap kualitas layanan yang mereka terima.

2. Hubungan antara kualitas layanan dan kepercayaan

Menurut Gurviez dan Korchia (sebagaimana yang dikutip dalam Depardon dan Cisse, 2009) kepercayaan memiliki definisi sebagai suatu variabel psikologis yang menggambarkan suatu akumulasi praduga yang melibatkan kredibilitas, integritas, dan nama baik dari suatu produk dimata konsumen. Kepercayaan konsumen diukur dari penilaian konsumen terhadap tiga aspek berikut, yaitu: (1) integritas, (2) kredibilitas, dan (3) nama baik atau reputasi baik dari suatu layanan.

Kepercayaan atau keyakinan konsumen terhadap kualitas layanan jasa turut memengaruhi keputusan konsumen membeli jasa yang ditawarkan serta dapat membangun loyalitas pelanggan. Keyakinan didasarkan pada pengetahuan, kebenaran, atau berita dan referensi dari mulut ke mulut. Konsumen cenderung mengembangkan serangkaian keyakinan ciri-ciri dari suatu produk atau jasa yang selanjutnya lewat keyakinan ini membentuk suatu citra merek (*brand image*) produk tersebut (Lamb dkk., 2001:232-233).

Penelitian yang dilakukan Aristas dan Astuti (2011) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki tingkat signifikansi yang tinggi terhadap kualitas produk. Penelitian Hermanoe (2011) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan sedangkan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian penelitian Agung (2006) menghasilkan kesimpulan bahwa dalam penelitian yang dilakukannya terdapat hubungan yang positif antara kualitas layanan terhadap kepercayaan.

Hasil penelitian Arista dan Astuti, Hermanoe, dan Agung menunjukkan adanya hubungan antara kualitas layanan dan kepercayaan.

3. Hubungan antara persepsi dan kepuasan

Sesuai atau tidaknya suatu penawaran dengan harapan pelanggan memengaruhi kepuasan pelanggan dan probabilitas bahwa dia akan akan membeli produk itu lagi. Nilai yang dipersepsikan pelanggan (CPV- *Customer perceived value*) adalah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran terhadap

alternatifnya. Total manfaat pelanggan (*total customer benefit*) adalah nilai moneter kumpulan manfaat ekonomi, fungsional, dan psikologis yang diharapkan pelanggan dari suatu penawaran pasar yang disebabkan oleh produk, jasa, personel, dan citra yang terlibat. Total biaya pelanggan (*total customer cost*) adalah kumpulan biaya yang dipersepsikan yang diharapkan pelanggan untuk dikeluarkan dalam mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan menyingkirkan suatu penawaran pasar, termasuk biaya moneter, waktu, energi, dan psikologis. Pelanggan mendapatkan manfaat dan menanggung biaya (Kotler dan Keller, 2009:136).

Penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya hubungan antara persepsi terhadap kepuasan adalah penelitian Hadiwijaya. Hadiwijaya (2011) melakukan penelitian tentang persepsi siswa terhadap layanan yang diberikan oleh suatu lembaga pendidikan dengan melihat tingkat kepentingan terhadap atribut layanan menghasilkan bahwa persepsi memengaruhi kepuasan siswa terhadap atribut layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Herwinarni dan Gunistiyo (2009) menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian Herwinarni dan Gunistiyo (2009) serta penelitian Hadiwijaya (2011) menjelaskan adanya hubungan antara persepsi dan kepuasan.

4. Hubungan antara kepercayaan dan kepuasan

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Faktor

psikologis memiliki peran kunci untuk memahami perilaku konsumen melalui respons rangsangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran konsumen, dan sekelompok proses psikologis digabungkan dengan karakteristik konsumen tertentu menghasilkan proses pengambilan keputusan dan keputusan akhir pembelian.

Kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan jasa turut memengaruhi keputusan konsumen membeli jasa yang ditawarkan serta dapat membangun loyalitas pelanggan. Penelitian sebelumnya tentang kepercayaan konsumen dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dilakukan oleh Akbar dan Parvez (2009) menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara signifikan dan positif berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan ditemukan menjadi mediator penting antara persepsi kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Hong-Yol Ha (2005) meneliti beberapa pertanyaan yang telah terjawab dalam studi terbaru perilaku konsumen dalam konteks berbasis *internet marketing*. Fokusnya terletak dalam membuktikan ada hubungan langsung antara pengalaman merek dan kepercayaan merek atau apakah ada hubungan tidak langsung melalui kepuasan atau keakraban merek. Hasil dari studi empirik perilaku *e-consumer* menunjukkan bahwa kepercayaan merek dicapai melalui dimensi operasi dan konstruksi pendahuluan yang saling berhubungan, yaitu: (1) berbagai pengalaman merek dan pencarian informasi, (2) level tinggi tentang keakraban merek, dan (3) kepuasan pelanggan berdasarkan faktor kognitif dan emosional. Temuan ini membantu pemasar dan akademisi dalam pemahaman mereka tentang pengembangan merek kepercayaan berbasis internet.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil penelitian tentang adanya pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Semadi, dkk. (2012) menunjukkan bahwa salah satu manfaat relasional yaitu kepercayaan memengaruhi kepuasan konsumen. Kemudian penelitian Winahyuningsih (2010) menunjukkan bahwa kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Wuryan (2009) menunjukkan hasil penelitian bahwa secara signifikan dan positif kepercayaan memengaruhi kepuasan mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Semadi (2012), Winahyuningsih (2010), dan Wuryan (2009) menunjukkan adanya hubungan antara kepercayaan dan kepuasan.

5. Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan

Kualitas layanan pendidikan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang diperoleh atau diterima secara nyata oleh mereka dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan maka pelayanan dapat dikatakan bermutu. Sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan pelayanan dapat dikatakan tidak bermutu. Pelayanan dikatakan memuaskan jika kenyataan sama dengan harapan pengguna jasa. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen menemukan hasil bahwa kualitas layanan memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan

Utama (2003), yaitu dengan analisis regresi menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara individual, maupun secara serempak atau bersama-sama. Kemudian hasil penelitian Indrawati (2011) menyimpulkan bahwa secara parsial dan simultan dimensi kualitas layanan jasa (keandalan, bukti langsung, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen namun belum sepenuhnya memuaskan konsumen karena nilai harapan konsumen masih lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja dari lembaga pendidikan yang menjadi subjek penelitian.

Prianto (2011) yang melakukan penelitian di beberapa sekolah unggulan di Kabupaten Jombang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan orang tua namun tidak pada semua dimensi layanan, khususnya pada dimensi responsif para orang tua menginginkan sekolah lebih memberi perhatian kepada keinginan dan komplain dari orang tua. Penelitian Jamiyla (2012) dengan menggunakan teknik analisis kepentingan-kinerja (*Importance-Performance Analysis*) menunjukkan bahwa 25 atribut kualitas layanan secara keseluruhan memuaskan mahasiswa Politeknik Darusalam Palembang namun terdapat 8 atribut yang belum memuaskan. Hasil studi Tessema, dkk. (2012) yang mengkaji sejauh mana sebelas faktor akademis yang berkaitan dengan kurikulum utama memengaruhi kepuasan menunjukkan hasil bahwa secara keseluruhan kurikulum utama di *Midsized Public University* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan siswa.

Hasil survei berbasis *web online* pengguna jasa yang dilakukan Yang dan Peterson (2004) menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang berusaha untuk membangun loyalitas pelanggan harus berfokus terutama pada kepuasan dan nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Penelitian Indrawati (2011) menghasilkan temuan bahwa Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang belum sepenuhnya memuaskan konsumen, karena nilai harapan konsumen masih lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja yang ditunjukkan oleh lembaga tersebut. Penelitian Wang dan Shieh (2006) mengindikasikan bahwa secara keseluruhan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kecuali pada dimensi *responsive*.

Hasil penelitian Hasan, dkk. (2008) menyimpulkan bahwa meningkatkan kualitas pelayanan akan berpotensi meningkatkan kepuasan siswa dan hal ini yang menjadi prioritas lembaga pendidikan swasta untuk menghadapi persaingan memperoleh siswa untuk belajar di lembaga tersebut. Hasil penelitian beberapa peneliti terdahulu menjelaskan bahwa adanya hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan.

C. Kerangka Berpikir

Sebagai salah satu lembaga formal penyedia jasa pendidikan sekolah diharapkan memiliki kualitas layanan yang bermutu. Suatu layanan pendidikan dituntut memberikan kualitas yang optimal dari *customer service* di mana konsumen dalam hal ini siswa memiliki penilaian yang sangat subjektif terhadap layanan yang mereka rasakan karena standar kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh pada kepuasan yang hendak diperoleh. Penilaian

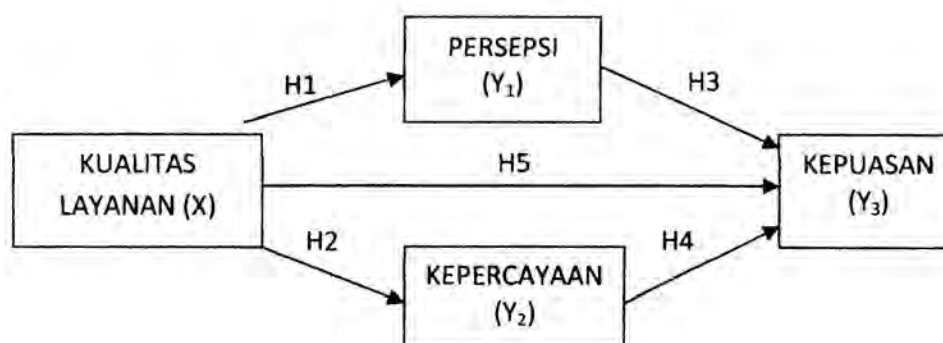
kualitas layanan pendidikan suatu sekolah dapat dinilai melalui persepsi subjektif siswa pada saat merasakan atau mengalami dimensi-dimensi layanan yang berupa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh sekolah diharapkan mampu menciptakan persepsi positif dan kepercayaan para siswa kepada sekolah dan menghasilkan kepuasan siswa. Kepuasan siswa didefinisikan sebagai suatu sikap yang diperlihatkan oleh siswa, baik sikap positif maupun sikap negatif atas adanya kesesuaian antara harapan mereka terhadap pelayanan layanan pendidikan yang diterimanya. Hal ini sesuai dengan yang di analisis oleh Jhon Sviokla (sebagaimana dikutip dalam Lupiyoadi, 2001) bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan kepada perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas pelanggan. Kualitas layanan dapat pula menciptakan kepercayaan sebagai variabel psikologis yang menggambarkan suatu akumulasi praduga yang melibatkan kredibilitas, integritas, dan nama baik dari suatu layanan dimata konsumen (Depardon dan Cisse, 2009).

Konsep-konsep tersebut yang membangun kerangka berpikir dalam penelitian ini dan didukung oleh hasil-hasil penelitian terdahulu. Antara lain penelitian yang dilakukan oleh Sviokla, Agung, Hadiwijaya, Winahyuningsih, dan Prianto, serta beberapa peneliti lainnya.

Sekolah sebagai lembaga yang memberikan layanan pendidikan dituntut untuk dapat memberikan layanan yang berkualitas. Penelitian ini hendak menguji secara ilmiah tentang sejauh mana kualitas layanan pendidikan dapat memengaruhi persepsi dan kepercayaan siswa serta dampaknya terhadap kepuasan siswa sebagai pengguna layanan pendidikan di sekolah. Berikut

adalah gambar yang menunjukkan kerangka berpikir dan hubungan antar variabel dalam penelitian ini.



Gambar 2.2
Kerangka Berpikir

D. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan kajian teori dan kajian terhadap beberapa hasil penelitian terdahulu serta untuk melakukan pengujian hipotesis penelitian maka ditentukan variabel penelitian dengan definisi operasional penelitian sebagai berikut.

Tabel 2.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi
Persepsi Siswa	Persepsi siswa terhadap apa yang mereka terima dan rasakan dari suatu layanan pendidikan di sekolah.	Dimensi yang digunakan adalah (Kotler, 2009): 1) Manfaat layanan 2) Biaya layanan
Kepercayaan Siswa	Kepercayaan adalah rasa percaya siswa terhadap kualitas layanan pendidikan di sekolah.	Dimensi yang digunakan (Cisse, 2009): 1) Integritas, yaitu 2) Kredibilitas, yaitu 3) Reputasi baik
Kualitas Layanan Pendidikan	Tingkat keunggulan dalam pengelolaan pendidikan	Dimensi yang digunakan adalah (Parasuraman dkk., 1988): 1) Bukti fisik (<i>tangible</i>) 2) Keandalan (<i>reliability</i>) 3) Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 4) Jaminan (<i>assurance</i>) 5) Perhatian (<i>emphaty</i>)
Kepuasan Siswa	Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang diharapkan dengan yang dirasakan.	Dimensi yang digunakan adalah (Kotler, 2009): 1) Kinerja layanan 2) Kesesuaian harapan

Sumber: Data penelitian terdahulu

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2011) pengertian metode penelitian merupakan cara ilmiah memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan model penelitian hubungan kausal (penelitian kausalitas).

Penelitian kausalitas adalah penelitian yang bertujuan mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab akibat (*cause-effect*) antar beberapa konsep atau beberapa variabel atau beberapa strategi yang dikembangkan dalam manajemen. Penelitian dilakukan untuk menggambarkan adanya hubungan sebab akibat antara beberapa situasi yang digambarkan dalam variabel dan kemudian menjadi dasar untuk pengambilan kesimpulan umum (Ferdinand, 2013:7).

Penelitian dilakukan di salah satu SMA swasta di kota Singkawang, yaitu SMA Santo Ignasius Singkawang dengan subjek penelitian adalah siswa yang sedang menempuh pendidikan pada sekolah tersebut. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan instrumen berupa kuesioner yang diisi oleh para siswa dari kelas X, XI, dan XII.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel merupakan

bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:215). Hasil yang diperoleh dari sampel kesimpulannya dapat diperlakukan pula untuk populasi maka sampel yang diambil dari populasi harus sungguh-sungguh mewakili populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh siswa kelas X, XI, dan XII di SMA Santo Ignasius. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling* dengan tujuan mendapatkan sampel dengan pertimbangan atau karakteristik tertentu, yaitu memperoleh sampel siswa dari semua kelas mulai dari kelas X, XI, dan kelas XII. Sampel yang diperoleh diharapkan dapat memenuhi karakteristik dari populasi.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 699 orang. Jumlah sampel yang ditetapkan berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi dengan tingkat kesalahan 10% dapat ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut (Setiawan, 2007):

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana: n adalah ukuran sampel

N adalah jumlah populasi (699 orang)

d adalah persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

Dengan demikian akan diperoleh sampel sebanyak:

$$n = \frac{699}{699 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{699}{7,99}$$

$$n = 87$$

Jadi dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel sebesar 87 siswa dan untuk penelitian ini ditetapkan sampel sebanyak 100 siswa.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner (lampiran 1) yang disebarakan kepada responden sejumlah sampel yang diinginkan. Skala pengukuran yang digunakan penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan

a. Dimensi bukti fisik (*tangible*), indikator yang digunakan adalah:

- 1) Ventilasi udara dan pencahayaan yang ada pada bangunan sekolah.
- 2) Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh sekolah.
- 3) Jumlah, ukuran, dan sarana ruang kelas yang dimiliki sekolah.
- 4) Luas dan sarana perpustakaan sekolah.
- 5) Ruang konseling yang dimiliki sekolah.
- 6) Ruang UKS yang dimiliki sekolah.
- 7) Jumlah, ukuran, dan sarana toilet/kamar kecil yang dimiliki sekolah.
- 8) Luas dan sarana tempat bermain/berolahraga yang dimiliki sekolah.

b. Dimensi keandalan (*reliability*), indikator yang digunakan adalah:

- 1) Visi dan misi sekolah.
- 2) Struktur kurikulum sekolah.
- 3) Kegiatan lomba yang diadakan sekolah.

- 4) Keikutsertaan siswa dalam berbagai kegiatan lomba.
 - 5) Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pembelajaran.
 - 6) Kualifikasi pendidikan guru.
- c. Dimensi daya tanggap (*responsiveness*), indikator yang digunakan adalah:
- 1) Layanan konseling yang diberikan kepada siswa.
 - 2) Pembinaan prestasi unggulan.
 - 3) Kesiediaan guru membantu kesulitan belajar siswa.
 - 4) Pelaksanaan remedial dan pengayaan dalam proses belajar mengajar.
 - 5) Tanggap terhadap masalah siswa.
- d. Dimensi jaminan (*assurance*), indikator yang digunakan adalah:
- 1) Kesempatan bagi semua siswa untuk berprestasi.
 - 2) Program pengembangan diri / ekstrakurikuler sekolah.
 - 3) Kelancaran proses belajar mengajar.
 - 4) Kemampuan guru untuk mengajar.
 - 5) Perilaku baik yang dimiliki oleh guru.
 - 6) Guru selalu datang tepat waktu.
 - 7) Program beasiswa yang difasilitasi oleh sekolah.
- e. Dimensi empati (*empathy*), indikator yang digunakan adalah:
- 1) Penghargaan kepada siswa yang berprestasi di bidang akademik maupun non akademik.
 - 2) Bimbingan yang dilakukan oleh guru.
 - 3) Pelayanan petugas perpustakaan.
 - 4) Pelayanan petugas tata usaha.

- 5) Pelayanan dan perhatian Guru BK.
- 6) Penilaian yang dilakukan oleh guru.
- 7) Pelayanan yang diberikan oleh guru.

2. Variabel persepsi siswa

a. Dimensi manfaat, indikator yang digunakan adalah:

- 1) Manfaat sarana dan prasarana sekolah dalam membantu kelancaran proses belajar mengajar.
- 2) Manfaat kegiatan pengembangan diri yang diadakan dapat meningkatkan prestasi siswa
- 3) Manfaat materi pembelajaran yang diterima di sekolah dalam kehidupan sehari-hari.
- 4) Kemudahan memahami materi pembelajaran yang disampaikan oleh guru.
- 5) Lulusan dapat melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi ternama.
- 6) Pembelajaran di sekolah meningkatkan kompetensi siswa.
- 7) Lulusan sekolah ini mudah untuk mendapatkan pekerjaan.
- 8) Sekolah memfasilitasi pengembangan diri siswa.
- 9) Lingkungan sekolah membentuk kepribadian baik.
- 10) Lulusan sekolah ini menjadi orang sukses.

b. Dimensi biaya/pengorbanan, indikator yang digunakan adalah:

- 1) Manfaat yang diperoleh dibandingkan uang SPP yang dibayarkan.
- 2) Biaya tambahan selain uang SPP.
- 3) Total biaya yang harus dibayar sampai lulus dari sekolah ini.
- 4) Lokasi sekolah.
- 5) Fasilitasi sumber dan bahan ajar yang disediakan sekolah.

6) Pelajaran tambahan/les/privat di luar jam sekolah.

3. Variabel kepercayaan siswa

a. Dimensi integritas, indikator yang digunakan adalah:

- 1) Kompetensi lulusan sekolah.
- 2) Perubahan etika, sopan santun dan budi pekerti dalam diri siswa.
- 3) Kepribadian baik yang dibentuk oleh sekolah.
- 4) Pembinaan kedisiplinan siswa.
- 5) Pembinaan kemandirian siswa.
- 6) Pengembangan keterampilan mengolah pengetahuan dan sikap siswa.

b. Dimensi kredibilitas, indikator yang digunakan adalah:

- 1) Pengalaman mendidik siswa dari berbagai latar belakang kemampuan akademik.
- 2) Peringkat sekolah pada hasil ujian nasional.
- 3) Akreditasi sekolah.
- 4) Jaringan perguruan tinggi dan dunia usaha.
- 5) Pelaksanaan tata tertib sekolah.
- 6) Pemberian beasiswa bagi siswa kurang mampu dan siswa berprestasi.
- 7) Tingkat siswa yang putus sekolah (*drop out*).

c. Dimensi reputasi sekolah, indikator yang digunakan adalah:

- 1) Tingkat kedisiplinan yang dimiliki sekolah.
- 2) Prestasi sekolah di bidang akademik dan non akademik.

4. Variabel kepuasan siswa

a. Dimensi kinerja layanan, indikator yang digunakan adalah:

- 1) Fasilitas yang disediakan sekolah.
 - 2) Metode pembelajaran yang dilakukan oleh guru.
 - 3) Penilaian yang dilakukan oleh guru.
- b. Dimensi kesesuaian harapan, indikator yang digunakan adalah:
- 1) Harapan atas manfaat proses pembelajaran.
 - 2) Biaya yang dikeluarkan dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh siswa.
 - 3) Rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh sekolah.

Pernyataan/pertanyaan dalam instrumen kuesioner yang digunakan disusun berdasarkan indikator-indikator di atas. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan Skala Likert dan skor nilai yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pengukuran Variabel Menurut Skala Likert

VARIABEL PENELITIAN			
Kualitas Layanan	Persepsi Siswa	Kepercayaan Siswa	Kepuasan Siswa
SB (Sangat Baik) = skor 5	SS (Sangat Setuju) = skor 5	SS (Sangat Setuju) = skor 5	SP (Sangat Puas) = skor 5
B (Baik) = skor 4	S (Setuju) = skor 4	S (Setuju) = skor 4	P (Puas) = skor 4
CB (Cukup Baik) = skor 3	CS (Cukup Setuju) = skor 3	CS (Cukup Setuju) = skor 3	CP (Cukup Puas) = skor 3
TB (Tidak Baik) = skor 2	TS (Tidak Setuju) = skor 2	TS (Tidak Setuju) = skor 2	TPM (Tidak Puas) = skor 2
STB (Sangat Tidak Baik) = skor 1	STS (Sangat Tidak Setuju) = skor 1	STS (Sangat Tidak Setuju) = skor 1	STP (Sangat Tidak Puas) = skor 1

Sumber: Data untuk penelitian

D. Prosedur Pengumpulan Data

Data sekunder mengenai data sekolah dan dokumen pendukung penelitian ini diperoleh secara langsung melalui wawancara terstruktur dan dokumentasi dengan alasan peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa

yang akan diperoleh. Data primer diperoleh peneliti dengan menggunakan metode *survey* melalui kuesioner (angket) yang disusun dalam bentuk pernyataan berdasarkan dimensi variabel yang dijabarkan menjadi indikator-indikator pertanyaan/pernyataan.

E. Metode Analisis Data

1. Uji validitas

Validitas diartikan sebagai sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung dari kemampuan alat tersebut mengukur objek yang diukur secara cermat dan tepat (Suliyanto, 2005:40). Sebelum melakukan pengumpulan data terlebih dahulu instrumen penelitian yang akan digunakan diuji validitasnya dengan menghitung koefisien korelasi skor-skor pada item yang diperoleh dengan skor total item menggunakan *product moment*. Jika koefisien korelasi *product moment* yang diperoleh (r -hitung) lebih dari nilai r -tabel (α ; $n-2$) dan nilai signifikansi lebih dari atau sama dengan nilai α maka instrumen dapat dianggap valid (Suliyanto, 2005:42).

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik (Suliyanto, 2005:43). Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas hasil pengukuran dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *cronbach alpha* dengan batas nilai alpha sebesar 0,6.

3. Analisis Data

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap persepsi dan kepercayaan siswa serta dampaknya terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius. Hubungan antar variabel akan diuji dengan analisis regresi kemudian hasilnya diuji menggunakan uji jalur (*Path Analysis*) dengan bantuan program SPSS.

Langkah-langkah analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

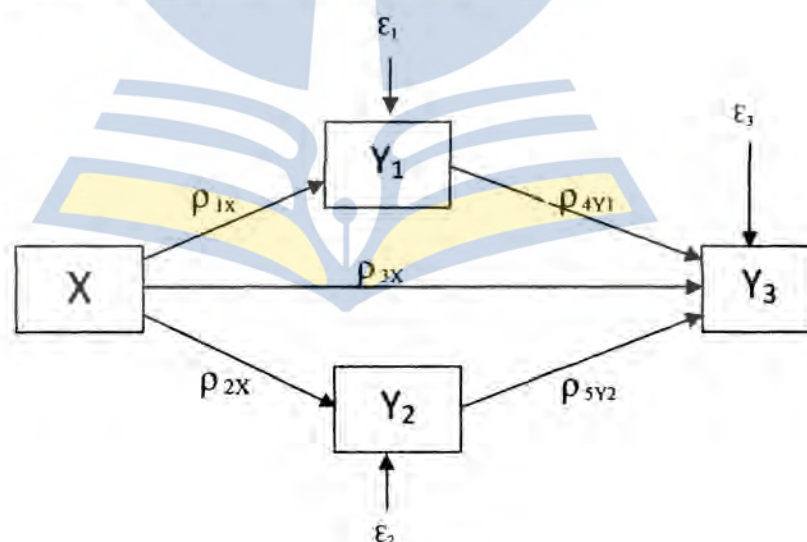
a. Menyusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = \rho_1 X + \varepsilon_1 \dots\dots\dots (1)$$

$$Y_2 = \rho_2 X + \varepsilon_2 \dots\dots\dots (2)$$

$$Y_3 = \rho_3 X + \rho_4 Y_1 + \rho_5 Y_2 + \varepsilon_3 \dots\dots\dots (3)$$

b. Menyusun diagram jalur sebagai berikut:



Gambar 3.1
Diagram Jalur

c. Menyusun persamaan struktural jalur sebagai berikut:

$$Y_1 = \rho_{1x} X + \varepsilon_1 \dots\dots\dots (1)$$

$$Y_2 = \rho_{2X}X + \varepsilon_2 \dots\dots\dots (2)$$

$$Y_3 = \rho_{3X}X + \rho_{4Y1}Y_1 + \rho_{5Y2}Y_2 + \varepsilon_3 \dots\dots\dots (3)$$

Dengan keterangan sebagai berikut :

1) Variabel bebas (eksogen), yaitu kualitas layanan (X) dengan indikator sebagai berikut:

X_1 Bukti fisik (*Tangible*)

X_2 Keandalan (*Reliability*)

X_3 Daya tanggap (*Responsiveness*)

X_4 Jaminan (*Assurance*)

X_5 Empati (*Empathy*)

2) Variabel terikat (endogen) pertama, yaitu persepsi siswa (Y_1) dengan indikator sebagai berikut:

$Y_{1,1}$ Manfaat layanan

$Y_{1,2}$ Biaya layanan

3) Variabel terikat (endogen) kedua, yaitu kepercayaan (Y_2) dengan indikator sebagai berikut:

$Y_{2,1}$ Integritas

$Y_{2,2}$ Kredibilitas

$Y_{2,3}$ Reputasi

4) Variabel terikat (endogen) ketiga, yaitu kepuasan siswa (Y_3) dengan indikator sebagai berikut:

$Y_{3,1}$ Kinerja layanan

$Y_{3,2}$ Kesesuaian harapan

d. Melakukan uji asumsi klasik, yaitu:

- 1) Uji normalitas dengan menggunakan analisis Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak.
 - 2) Uji multikolinieritas yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antar variabel, yaitu dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel atau dengan melihat besarnya nilai koefisien korelasi antar variabel.
 - 3) Uji heteroskedastisitas yang dilakukan untuk mendeteksi adanya varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Gejala heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing nilai Ln variabel bebas terhadap nilai Ln residual kuadrat ($\text{Ln } e^2$). Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($\text{Sig.} > \alpha$), maka dipastikan tidak terjadi heteroskedastisitas.
 - 4) Uji linieritas yang dilakukan untuk mengetahui apakah model yang sesuai merupakan model linier atau tidak dengan menggunakan metode Durbin-Watson dan Statistik .
- e. Melakukan uji analisis jalur dengan memenuhi asumsi sebagai berikut (Suliyanto, 2005):
- 1) Hubungan antar variabel linier berarti dengan adanya perubahan satu variabel akan terus diikuti dengan perubahan variabel dengan arah yang tetap.
 - 2) Semua variabel residu tidak berkorelasi antara yang satu dengan yang lain.
 - 3) Pola hubungan antar variabel adalah rekursif (searah) dan tidak berbalik atau bolak balik.

- 4) Tingkat pengukuran semua variabel minimal interval artinya skala pengukuran dalam analisis jalur minimal harus interval sehingga jika instrumen kuesioner menggunakan skala Likert yang berskala ordinal maka skala tersebut ditransformasikan dulu menjadi skala interval.

F. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis Penelitian

Adapun pengertian hipotesis menurut Sugiyono (2011) adalah jawaban sementara atas masalah penelitian yang masih dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah. Penelitian yang memerlukan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan hipotesis penelitian asosiatif kausal dengan rumusan hipotesis penelitian dan hipotesis statistik sebagai berikut:

1. Kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa SMA Santo Ignasius Singkawang.

$H_0: \rho_{1X} = 0$, berarti kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh terhadap persepsi siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

$H_a: \rho_{1X} \neq 0$, berarti kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

2. Persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang.

$H_0: \rho_{4Y1} = 0$, berarti persepsi siswa tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ha: $\rho_{4Y1} \neq 0$, berarti persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

3. Kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ho: $\rho_{2X} = 0$, berarti kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ha: $\rho_{2X} \neq 0$, berarti kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

4. Kepercayaan siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ho: $\rho_{5Y2} = 0$, berarti kepercayaan siswa tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ha: $\rho_{5Y2} \neq 0$, berarti kepercayaan siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

5. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ho: $\rho_{3X} = 0$, berarti kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ha: $\rho_{3X} \neq 0$, berarti kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah SMA Santo Ignasius yang didirikan di Singkawang pada tahun 1969 beralamat di Jalan S.M. Tsjafoeddin, Kecamatan Singkawang Barat, Kota Singkawang, Provinsi Kalimantan Barat. Sekolah dengan Nomor Statistik Sekolah (NSS): 304130110004, dan NPSN: 30105462. Berstatus sekolah menengah swasta dengan akreditasi "A" sesuai dengan SK Akreditas Terakhir No. 89a/BAP-SM/KEP/IV/10 yang ditetapkan pada tanggal 8 April 2010. SMA Santo Ignasius dikelola oleh Yayasan Pengabdian Sesama Manusia yang beralamat di Jalan Tamar No. 8, Pontianak, Kalimantan Barat.

SMA dengan visi dan misi: "BERPRESTASI DAN HUMANIS" ini memiliki bangunan sekolah dengan ukuran 2031 m² yang didirikan di lahan seluas 6043 m². Lahan seluas 1315 m² digunakan sebagai halaman/taman, 917 m² diperuntukkan sebagai lapangan olahraga, dan 1780 m² untuk keperluan lainnya. Lapangan olahraga terdiri dari lapangan basket yang sekaligus digunakan juga sebagai lapangan futsal dan lapangan volley.

Siswa SMA Santo Ignasius 80% berasal dari etnis Tionghoa yang berdomisili di kota Singkawang dan 20% dari etnis Dayak dan etnis lainnya yang berasal dari luar kota Singkawang. Siswa yang berasal dari luar kota Singkawang bertempat tinggal di asrama Suster bagi yang putri dan di asrama Bruder bagi yang putra serta beberapa lainnya tinggal di rumah kos yang berada di sekitar sekolah. Beberapa prestasi pernah diraih siswa SMA Santo Ignasius baik dalam bidang akademik maupun non akademik namun sebagian

besar hanya pada tingkat kota. Prasarana dan sarana yang dimiliki oleh SMA Santo Ignasius adalah sebagai berikut:

1. Ruang menurut jenis dan luasnya.

Tabel 4.1
Ruang Menurut Jenis dan Luasnya

No.	Jenis Ruang	Jumlah	Luas (m ²)
1	Ruang kelas	22	72
2	Laboratorium Kimia	1	154
3	Laboratorium Fisika	1	126
4	Laboratorium Komputer	1	88
5	Ruang Perpustakaan	1	279
6	Ruang Keterampilan	1	24
7	Ruang Serba Guna/Aula	1	561
8	Ruang UKS	2	48
9	Ruang BP/BK	1	24
10	Ruang Kepala Sekolah	1	52
11	Ruang Guru	2	134
12	Ruang TU	1	24
13	Ruang OSIS	1	24
14	Kamar Mandi/WC Guru Laki-laki	1	32
15	Kamar Mandi/WC Guru Perempuan	1	128
16	Kamar Mandi/WC Siswa Laki-laki	4	48
17	Kamar Mandi/WC Siswa Perempuan	6	48
18	Gudang	1	52
19	Ruang Multimedia	1	120

Sumber : LI-SM SMA Santo Ignasius Tahun Pelajaran 2013/2014

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah dan luas ruang yang ada di SMA Santo Ignasius Singkawang telah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas Tahun 2006. Dua orang petugas bertanggung jawab untuk kebersihan seluruh ruang kecuali ruang TU, ruang laboratorium dan perpustakaan tanggungjawab diserahkan kepada staf TU, pengelola laboratorium, dan petugas perpustakaan.

2. Perlengkapan administrasi dan kegiatan belajar mengajar.

Tabel 4.2
Perlengkapan Administrasi dan Perlengkapan Belajar Mengajar

No.	Jenis Perlengkapan	Jumlah (buah/unit)
1	Komputer TU	2
2	Komputer di Laboratorium Komputer	42
3	Komputer Perpustakaan	1
4	Komputer Ruang Guru	1
5	Printer Perpustakaan	1
6	Printer Ruang Guru	1
7	Printer TU	2
8	Scanner	1
9	Mesin Ketik	1
10	Lemari TU	5
11	Meja TU	5
12	Kursi TU	5
13	Printer	2
14	LCD	20
15	Lemari	28
16	TV/Audio	4
17	Meja Siswa	750
18	Kursi Siswa	750

Sumber : LI-SM SMA Santo Ignasius Tahun Pelajaran 2013/2014

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah perlengkapan administrasi cukup membantu petugas bagian tata usaha dalam menjalankan tugas administrasi, namun untuk perlengkapan belajar mengajar khususnya jumlah komputer di ruang guru masih dirasakan kurang bagi 33 orang guru yang menggunakannya.

Berikut adalah data ketenagaan di SMA Santo Ignasius Singkawang:

1. Ketenagaan menurut status kepegawaian dan jenis kelamin.

Tabel 4.3
Status Kepegawaian dan Jenis Kelamin

Jabatan	Status Kepegawaian				Jumlah	
	Yayasan		Tidak Tetap		L	P
	L	P	L	P		
Kepala Sekolah		1	-	-	-	1
Guru	2	4	12	16	14	19
Tenaga Administrasi	-	-	4	2	4	2

Sumber : LI-SM SMA Santo Ignasius Tahun Pelajaran 2013/2014

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa seluruh tenaga administrasi SMA Santo Ignasius berstatus pegawai tidak tetap dan jumlah guru tetap yayasan

hanya 17,6% dari 34 orang guru termasuk kepala sekolah, sedangkan 82,4% guru berstatus tidak tetap (honorar).

2. Ketenagaan menurut kelompok umur dan masa kerja.

Tabel 4.4
Ketenagaan Menurut Kelompok Umur dan Masa Kerja

Jabatan	Kelompok Umur (tahun)				Masa Kerja (tahun)					Jumlah
	20 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	< 5	5 – 9	10 – 14	15 – 19	20 – 24	
Kepala Sekolah			1						1	1
Guru Tetap	1	4		1		4	2			6
Guru Tidak Tetap	15	9	1	2	20	5		1	1	27
Tenaga Administrasi	5		1		5	1				6

Sumber : LI-SM SMA Santo Ignasius Tahun Pelajaran 2013/2014

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa guru dan tenaga administrasi di SMA Santo Ignasius 85% berusia antara 20 – 39 tahun serta 87,5% memiliki masa kerja di bawah 10 tahun.

3. Ketenagaan menurut pendidikan terakhir.

Tabel 4.5
Ketenagaan Menurut Pendidikan Terakhir

Jabatan	Pendidikan Terakhir				Jumlah
	≤ SLTA	D3	S1 Keguruan	S1 Non Keguruan	
Kepala Sekolah	-	-	1	-	1
Guru	1	2	23	7	33
Tenaga Administrasi	6	-	-	-	6

Sumber : LI-SM SMA Santo Ignasius Tahun Pelajaran 2013/2014

Tabel 4.5 di atas menunjukkan 70,6% guru termasuk kepala sekolah memiliki tingkat pendidikan S1 keguruan sedangkan 20,6% memiliki tingkat pendidikan S1 non keguruan dan hanya 8,8% guru yang tingkat pendidikannya di bawah S1. Enam orang tenaga administrasi semuanya memiliki tingkat pendidikan setara SLTA.

Subjek penelitian adalah siswa SMA Santo Ignasius Singkawang dengan keadaan pada tahun pelajaran 2013/2014 sebagai berikut:

1. Siswa menurut tingkat dan agama.

Tabel 4.6
Siswa Menurut Tingkat dan Agama

Agama	Tingkat			Jumlah
	I	II	III	
Islam	1	-	3	4
Protestan	58	43	42	143
Katolik	97	92	62	251
Budha	113	88	69	270
Konghucu	6	8	17	31

Sumber : LI-SM SMA Santo Ignasius Tahun Pelajaran 2013/2014

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa 38,6% siswa SMA Santo Ignasius menganut agama Budha, 35,9% beragama Katolik, 20,5% beragama Protestan, 4,4% beragama Konghucu, dan 0,6% beragama Islam.

2. Siswa menurut kelas (rombongan belajar), tingkat dan jenis kelamin tiap program pengajaran.

Tabel 4.7
Jumlah Kelas dan Program Pengajaran

No.	Program Pengajaran	Tingkat I			Tingkat II			Tingkat III		
		Rom Bel	L	P	Rom Bel	L	P	Rom Bel	L	P
1	Umum	7	124	151	-	-	-	-	-	-
2	IPA	-	-	-	2	23	48	1	21	18
3	IPS	-	-	-	4	84	76	4	75	79

Sumber : LI-SM SMA Santo Ignasius Tahun Pelajaran 2013/2014

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa jumlah siswa yang mengambil program IPS lebih banyak dari program IPA, yaitu dengan proporsi sebesar 44,9% pada program IPS, sebesar 15,7% pada program IPA, dan sisanya sebesar 39,4% pada program umum. Dari 22 lokal yang tersedia hanya 18 lokal yang digunakan untuk rombongan belajar.

3. Siswa menurut tingkat, jenis kelamin, dan kelompok umur.

Tabel 4.8
Siswa Menurut Tingkat, Jenis Kelamin, dan Kelompok Umur

Umur	Tingkat I		Tingkat II		Tingkat III		Jumlah	
	L	P	L	P	L	P	L	P
14 tahun	26	39	-	-	-	-	26	39
15 tahun	76	91	20	31	1	1	97	123
16 tahun	17	19	67	79	18	21	102	119
17 tahun	5	2	16	13	55	65	76	80
18 tahun	-	-	3	1	16	9	19	10
19 tahun	-	-	-	-	5	1	5	1
20 tahun	-	-	-	-	1	-	1	-
21 tahun	-	-	1	-	-	-	1	-
Jumlah	124	151	107	124	96	97	327	372

Sumber : LI-SM SMA Santo Ignasius Tahun Pelajaran 2013/2014

Tabel 4.8 menunjukkan distribusi persebaran usia siswa sesuai dengan usia sekolah tingkat menengah (usia antara 14 – 18 tahun) dengan persentase sebesar 97,7% dan hanya 16 siswa atau sebesar 2,3% yang berusia di atas 18 tahun.

B. Profil Responden

Sampel penelitian ditentukan sebesar 100 siswa dari 699 siswa yang menjadi populasi penelitian. Kuesioner penelitian dibagikan kepada 100 siswa responden dari seluruh jenjang kelas mulai dari siswa kelas X, XI, dan XII SMA Santo Ignasius Singkawang pada tahun pelajaran 2013/2014. Hasil data kuesioner berupa jawaban responden kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS IBM 22. Dari hasil pengolahan data kuesioner yang disebar diperoleh rekapitulasi data profil responden sebagai berikut:

- a. Responden berdasarkan tingkat kelas.

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden diperoleh data responden yang berada pada kelas X sebesar 39% siswa, kelas XI sebesar 32% siswa, dan kelas XII sebesar 29% siswa. Hal ini menunjukkan bahwa

terjadi peningkatan penerimaan jumlah siswa setiap tahunnya di SMA Santo Ignasius Singkawang.

b. Responden berdasarkan jenis kelamin.

Data identitas jenis kelamin yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh jumlah responden laki-laki sebanyak 45% dan responden perempuan sebanyak 55%. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah siswa perempuan lebih banyak dibandingkan jumlah siswa laki-laki.

c. Responden berdasarkan usia.

Berdasarkan kuesioner yang disebar diperoleh data identitas responden sebanyak 2% berusia 14 tahun, sebanyak 23% berusia 15 tahun, sebanyak 39% berusia 16 tahun, sebanyak 22% berusia 17 tahun, sebanyak 11% berusia 18 tahun, sebanyak 2% berusia 19 tahun, dan hanya 1% yang berusia 20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa usia sebagian besar siswa SMA Santo Ignasius (90%) berada pada rentang 15 tahun sampai dengan 18 tahun.

d. Responden berdasarkan status tempat tinggal.

Berdasarkan status tempat tinggal diperoleh data responden sebanyak 82% tinggal di rumah orangtua, sebanyak 17% tinggal di rumah asrama, dan hanya 1% yang tinggal di rumah kos. Hal ini menunjukkan bahwa 82% siswa SMA Santo Ignasius Singkawang berasal dari kota Singkawang dan 18% siswa berasal dari luar kota Singkawang.

e. Responden berdasarkan jarak antara tempat tinggal dan sekolah.

Berdasarkan jarak antara tempat tinggal dengan sekolah diperoleh data sebanyak 52% responden tinggal di sekitar sekolah (kurang dari 1 Km dari sekolah), sebanyak 34% bertempat tinggal sejauh 1 Km sampai 3 Km dari

sekolah, dan sebanyak 14% harus menempuh jarak lebih dari 3 Km untuk dapat sampai ke sekolah.

f. Responden berdasarkan besar penghasilan orang tua.

Dari kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden diperoleh data sebanyak 22% responden dengan penghasilan rata-rata orangtua kurang dari Rp1.500.000,00 per bulan, sebanyak 43% dengan penghasilan orangtua berkisar antara Rp1.500.000,00 sampai dengan Rp3.000.000,00 per bulan, sebanyak 24% dengan penghasilan orangtua berkisar antara Rp3.000.000,00 sampai dengan Rp5.000.000,00 per bulan, dan sebanyak 11% dengan penghasilan orangtua lebih dari Rp5.000.000,00 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa siswa yang bersekolah di SMA Santo Ignasius sebagian besar berasal dari keluarga dengan penghasilan menengah ke bawah.

g. Responden berdasarkan pekerjaan orangtua.

Berdasarkan pekerjaan orangtua diperoleh data sebanyak 16% dengan pekerjaan orangtua sebagai PNS/TNI/POLRI, 18% dengan pekerjaan orangtua sebagai karyawan swasta, 45% dengan pekerjaan orangtua sebagai wirausaha, 11% dengan pekerjaan orangtua sebagai pedagang, dan sisanya 10% dengan pekerjaan orangtua sebagai petani. Data tersebut menunjukkan bahwa pekerjaan orangtua siswa SMA Santo Ignasius sebagian besar adalah swasta.

h. Responden berdasarkan informasi tentang sekolah yang diperoleh sebelum menjadi siswa di SMA Santo Ignasius.

Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh data responden tentang informasi sekolah yang mereka peroleh sebelum menjadi siswa SMA Santo Ignasius

yaitu sebanyak 61% responden memperoleh informasi tentang sekolah dari teman atau keluarga yang sedang bersekolah di SMA Santo Ignasius, sebanyak 5% menyatakan memperoleh informasi sekolah dari alumni SMA Santo Ignasius, sebanyak 17% memperoleh informasi sekolah melalui brosur dan pamflet yang disebarakan SMA Santo Ignasius, dan 17% memperoleh informasi melalui promosi langsung SMA Santo Ignasius ke beberapa SMP yang berada di Kota Singkawang. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi tentang SMA Santo Ignasius Singkawang kepada calon siswa lebih efisien dilakukan melalui informasi langsung dari siswa yang sedang menempuh pendidikan di SMA Santo Ignasius Singkawang.

C. Deskripsi Jawaban Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden diperoleh jawaban dari setiap responden atas seluruh pertanyaan/pertanyaan yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini. Hasil jawaban 100 orang responden yang diperoleh dihitung rata-ratanya dan kemudian dibandingkan dengan rentang skor dan kategori sebagai berikut:

Tabel 4.9
Kategori Penilaian Responden

No.	Rentang Skor	Kategori
1	4,20 – 5,00	Sangat Tinggi
2	3,40 – 4,19	Tinggi
3	2,60 – 3,39	Cukup Tinggi
4	1,80 – 2,59	Rendah
5	1,00 – 1,79	Sangat Rendah

Sumber: Data hasil olahan untuk penelitian

Deskripsi jawaban responden menggambarkan tanggapan atau penilaian 100 responden terhadap variabel penelitian, yaitu kualitas layanan, persepsi,

kepercayaan, dan kepuasan siswa. Hasil jawaban atau penilaian responden atas pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan SPSS IBM 22 sehingga menghasilkan deskripsi frekuensi yang dapat menggambarkan penilaian responden terhadap masing-masing dimensi dari variabel penelitian (Lampiran 3).

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengolahan deskripsi jawaban responden pada masing-masing variabel:

1. Deskripsi kualitas layanan pendidikan

Hasil jawaban responden atas item pernyataan/pertanyaan tentang variabel kualitas layanan direkap dalam tabel berikut:

Tabel 4.10
Deskripsi Kualitas Layanan

No.	Dimensi Variabel	Rentang Skor	Persentase Responden
1	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	4,20 – 5,00	54%
		3,40 – 4,19	37%
		2,60 – 3,39	8%
		1,80 – 2,59	1%
		1,00 – 1,79	0%
2	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,20 – 5,00	70%
		3,40 – 4,19	15%
		2,60 – 3,39	15%
		1,80 – 2,59	0%
		1,00 – 1,79	0%
3	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,20 – 5,00	72%
		3,40 – 4,19	25%
		2,60 – 3,39	3%
		1,80 – 2,59	0%
		1,00 – 1,79	0%
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,20 – 5,00	47%
		3,40 – 4,19	43%
		2,60 – 3,39	9%
		1,80 – 2,59	1%
		1,00 – 1,79	0%
5	Empati (<i>Empathy</i>)	4,20 – 5,00	53%
		3,40 – 4,19	39%
		2,60 – 3,39	7%
		1,80 – 2,59	1%
		1,00 – 1,79	0%

Sumber : Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang memberikan penilaian sangat tinggi pada dimensi bukti fisik (*tangible*) sebesar 54% responden, pada dimensi keandalan (*reliability*) sebesar 70% responden memberikan penilaian sangat tinggi, pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 72% responden memberikan sangat tinggi, pada dimensi jaminan (*assurance*) sebesar 47% responden memberikan penilaian sangat tinggi dan sebesar 43% responden memberikan penilaian tinggi serta pada dimensi empati (*empathy*) sebesar 53% responden juga memberikan penilaian sangat tinggi. Dari hasil jawaban 100 orang responden tersebut diperoleh kesimpulan bahwa penilaian responden terhadap kualitas layanan SMA Santo Ignasius rata-rata adalah sangat baik. Hasil ini sesuai dengan hasil yang diperoleh SMA Santo Ignasius pada penilaian akreditasi dengan memperoleh akreditasi "A". Tanggapan responden tentang layanan pendidikan yang diberikan sekolah secara keseluruhan adalah sangat baik hal ini menunjukkan bahwa sekolah telah berusaha secara optimal memberikan layanan pendidikan di atas standar minimal yang ditetapkan oleh pemerintah. Namun pada dimensi bukti fisik tanggapan responden hanya pada tingkat baik, terutama pada item pernyataan X₇ yaitu tentang jumlah, ukuran, dan sarana yang ada pada toilet jumlah responden yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik sebesar 10%. Dengan jumlah siswa sebanyak 699 orang ternyata jumlah, ukuran, dan sarana yang ada pada toilet atau kamar kecil belum mencukupi dan memadai.

2. Deskripsi persepsi siswa

Hasil jawaban responden atas item pernyataan/pertanyaan tentang variabel persepsi direkap dalam tabel berikut:

Tabel 4.11
Deskripsi Persepsi

No.	Dimensi Variabel	Rentang Skor	Persentase Responden
1	Manfaat	4,20 – 5,00	57%
		3,40 – 4,19	35%
		2,60 – 3,39	8%
		1,80 – 2,59	0%
		1,00 – 1,79	0%
2	Biaya atau Pengorbanan	4,20 – 5,00	27%
		3,40 – 4,19	21%
		2,60 – 3,39	47%
		1,80 – 2,59	5%
		1,00 – 1,79	0%

Sumber : Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa pada dimensi manfaat penilaian 57% responden adalah sangat tinggi dan pada dimensi biaya atau pengorbanan sebesar 47% responden memberikan penilaian cukup tinggi. Dari hasil jawaban 100 orang responden tersebut diperoleh kesimpulan bahwa penilaian responden terhadap variabel persepsi siswa SMA Santo Ignasius rata-rata adalah tinggi.

Pada dimensi manfaat rata-rata penilaian responden sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa siswa merasakan dan menikmati manfaat yang sangat baik selama bersekolah di SMA Santo Ignasius Singkawang. Pada dimensi biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan selama bersekolah di SMA Santo Ignasius penilaian responden secara keseluruhan cukup tinggi. Namun pada item pernyataan $Y_{1.16}$ tanggapan responden yang menyatakan bahwa untuk berprestasi di SMA Santo Ignasius harus dicapai dengan mengikuti pelajaran tambahan/les/privat di luar jam sekolah sebanyak 86% responden. Data ini menunjukkan bahwa proses belajar mengajar pada jam sekolah dirasakan oleh sebagian besar siswa belum mampu memberikan kontribusi bagi prestasi belajar siswa.

3. Deskripsi kepercayaan siswa

Hasil jawaban responden atas item pernyataan/pertanyaan tentang variabel kepercayaan direkap dalam tabel berikut:

Tabel 4.12
Deskripsi Kepercayaan

No.	Dimensi Variabel	Rentang Skor	Persentase Responden
1	Integritas	4,20 – 5,00	64%
		3,40 – 4,19	18%
		2,60 – 3,39	17%
		1,80 – 2,59	1%
		1,00 – 1,79	0%
2	Kredibilitas	4,20 – 5,00	68%
		3,40 – 4,19	28%
		2,60 – 3,39	4%
		1,80 – 2,59	0%
		1,00 – 1,79	0%
3	Reputasi baik	4,20 – 5,00	76%
		3,40 – 4,19	19%
		2,60 – 3,39	4%
		1,80 – 2,59	1%
		1,00 – 1,79	0%

Sumber : Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa pada dimensi integritas sebesar 64% responden memberikan penilaian sangat tinggi, pada dimensi kredibilitas sebesar 68% responden memberikan penilaian sangat tinggi, dan pada dimensi reputasi baik sebesar 76% responden memberikan penilaian sangat tinggi. Dari hasil jawaban 100 orang responden tersebut diperoleh kesimpulan bahwa penilaian responden terhadap variabel kepercayaan siswa SMA Santo Ignasius rata-rata adalah sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan para siswa terhadap integritas, kredibilitas, dan reputasi baik SMA Santo Ignasius sangat baik. Sekolah mampu menimbulkan rasa kepercayaan yang tinggi dalam diri siswa terhadap sekolah. Siswa memiliki

kepercayaan bahwa sekolah yang dipilihnya mampu memberikan dan menumbuhkan hal-hal positif dan bermanfaat baik selama menempuh pendidikan maupun setelah lulus dari sekolah tersebut. Hal yang perlu menjadi perhatian sekolah adalah mengenai pemberian beasiswa bagi siswa kurang mampu dan siswa berprestasi yang terdapat pada item pernyataan Y_{2.12} yaitu sebesar 6% responden menyatakan tidak setuju. Sekolah tentunya harus memberikan perhatian besar bagi siswa yang berasal dari keluarga tidak mampu dan siswa yang berprestasi dalam pemberian beasiswa. Beasiswa yang diberikan dan difasilitasi oleh sekolah mungkin dirasakan masih terlalu sedikit baik dari segi jumlah nominal maupun jumlah siswa yang menerima beasiswa.

4. Deskripsi kepuasan siswa

Hasil jawaban responden atas item pernyataan/pertanyaan tentang variabel kepuasan direkap dalam tabel berikut:

Tabel 4.13
Deskripsi Kepuasan

No.	Dimensi Variabel	Rentang Skor	Persentase Responden
1	Kinerja layanan	4,20 – 5,00	47%
		3,40 – 4,19	31%
		2,60 – 3,39	21%
		1,80 – 2,59	0%
		1,00 – 1,79	1%
2	Kesesuaian harapan	4,20 – 5,00	39%
		3,40 – 4,19	42%
		2,60 – 3,39	18%
		1,80 – 2,59	0%
		1,00 – 1,79	1%

Sumber : Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa pada dimensi kinerja layanan sebesar 47% responden memberikan penilaian sangat tinggi dan pada dimensi kesesuaian

harapan 42% responden memberikan penilaian tinggi. Dari hasil jawaban 100 orang responden tersebut diperoleh kesimpulan bahwa penilaian responden terhadap variabel kepuasan siswa SMA Santo Ignasius rata-rata adalah tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa merasa bahwa kinerja layanan pendidikan di SMA Santo Ignasius Singkawang sesuai dengan harapan mereka namun layanan pendidikan yang diberikan sekolah belum mampu melebihi harapan para siswa.

D. Analisis Data

1. Hasil pengujian instrumen

Instrumen kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini disebarkan kepada 100 (seratus) responden. Kemudian hasil jawaban responden atas masing-masing item pernyataan/pertanyaan tentang dimensi dan variabel penelitian yang diperoleh akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah instrumen diuji dan diperbaiki maka selanjutnya hasil jawaban responden yang telah dinyatakan valid dan reliabel digunakan untuk analisis selanjutnya.

Berikut penjelasan mengenai uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS IBM 22.

a. Uji validitas.

Uji validitas terhadap instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauhmana ketepatan dan kecermatan instrumen sebagai alat ukur. Instrumen kuesioner yang terdiri dari 70 item pernyataan/pertanyaan disebarkan kepada 100 responden sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan yaitu sebanyak 100

orang sampel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*, yaitu melakukan korelasi skor-skor pada item yang diperoleh dengan skor rata-rata item dari masing-masing variabel. Jika koefisien korelasi *product moment* yang diperoleh (*r*-hitung) lebih dari nilai *r*-tabel, yaitu lebih dari 0,195 untuk nilai α sebesar 0,05 dan nilai signifikansi kurang dari nilai α sebesar 0,05 maka instrumen dapat dianggap valid. Hasil pengujian validitas instrumen sebanyak 70 item pernyataan/pertanyaan dinyatakan seluruhnya valid dan dapat digunakan untuk analisis berikutnya (Lampiran 4).

b. Uji reliabilitas.

Setelah melakukan uji validitas selanjutnya instrumen dengan jumlah pernyataan/pertanyaan sebanyak 70 item yang telah dinyatakan valid kemudian diuji reliabilitasnya dengan menggunakan rumus *alpha cronbach*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sebanyak 70 item yang diukur keseluruhannya memiliki nilai koefisien lebih dari nilai *alpha cronbach* sebesar 0,6 sehingga dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya (lampiran 5).

2. Hasil Analisis Data

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas selanjutnya data yang diperoleh dari sejumlah 100 responden kemudian dikonversi menjadi data interval sesuai dengan asumsi yang digunakan pada analisis jalur yaitu data yang digunakan adalah data berskala interval (Al-Rasyid sebagaimana dikutip dalam Suliyanto, 2012:249). Konversi data ordinal ke data interval

pada penelitian ini menggunakan metode *successive interval* (MSI). Hasil konversi inilah yang digunakan dalam pengujian asumsi klasik dengan program aplikasi statistik SPSS IBM 22 berikut ini:

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada setiap persamaan regresi memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah dengan analisis Kolmogorov-Smirnov. Berikut adalah hasil uji normalitas untuk masing-masing hubungan antar variabel:

- 1) Kualitas layanan terhadap persepsi siswa (variabel X dan Y_1) dengan persamaan regresi: $Y_1 = \rho_{1X}X + \epsilon_1$

Hasil perhitungan uji normalitas dengan analisis Kolmogorov-Smirnov (KS) pada persamaan di atas ditunjukkan dalam output hasil pengolahan data berikut ini:

Tabel 4.14
Tabel Output Uji Normalitas Persamaan ke-1

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,99493668
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,054
	Positive	,036
	Negative	-,054
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 14.4 menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov yang diperoleh dari hasil pengujian adalah sebesar 0,2. Berarti memiliki

nilai yang lebih besar dari nilai α sebesar 0,05 ($0,2 > 0,05$) maka data mengikuti distribusi normal.

- 2) Kualitas layanan terhadap kepercayaan siswa (variabel X dan Y_2)

dengan persamaan regresi: $Y_2 = \rho_{2X}X + \epsilon_2$

Hasil perhitungan uji normalitas dengan analisis Kolmogorov-Smirnov (KS) pada persamaan di atas ditunjukkan dalam output hasil pengolahan data berikut ini:

Tabel 4.15
Tabel Output Uji Normalitas Persamaan ke-2

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,99493668
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,050
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,194 ^c

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov yang diperoleh dari hasil pengujian adalah sebesar 0,194. Berarti memiliki nilai yang lebih besar dari nilai α sebesar 0,05 ($0,194 > 0,05$) maka data mengikuti distribusi normal.

- 3) Kualitas layanan, persepsi, dan kepercayaan terhadap kepuasan siswa (variabel X, Y_1 , Y_2 , dan Y_3) dengan persamaan regresi:

$$Y_3 = \rho_{3X}X + \rho_{4Y1}Y_1 + \rho_{5Y2}Y_2 + \epsilon_3$$

Hasil perhitungan uji normalitas dengan analisis Kolmogorov-Smirnov (KS) pada persamaan di atas ditunjukkan dalam output hasil pengolahan data berikut ini:

Tabel 4.16
Tabel Output Uji Normalitas Persamaan ke-3

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98473193
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,042
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov yang diperoleh dari hasil pengujian adalah sebesar 0,2. Berarti memiliki nilai yang lebih besar dari nilai α sebesar 0,05 ($0,2 > 0,05$) maka data mengikuti distribusi normal.

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antar variabel, yaitu dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel. Berikut hasil yang diperoleh dari pengujian menggunakan SPSS IBM 22:

Tabel 4.17
Tabel Output Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,453	,403		-1,124	,264		
Kualitas	,271	,149	,201	1,816	,073	,359	2,782
Persepsi	,563	,169	,419	3,338	,001	,279	3,582
Kepercayaan	,243	,155	,196	1,570	,120	,282	3,544

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) pada hubungan antara variabel semuanya menunjukkan angka kurang dari 10, yaitu sebesar 2,782 untuk variabel kualitas layanan,

sebesar 3,582 untuk variabel persepsi siswa, dan sebesar 3,544 untuk variabel kepercayaan siswa. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel penjelas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan pada persamaan fungsi regresi yang ke-3 yaitu untuk mendeteksi adanya varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan) dengan menggunakan metode Park. Metode Park dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas dalam bentuk Ln terhadap nilai Ln residual kuadrat ($\ln e^2$). Gejala heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing nilai Ln variabel bebas terhadap nilai Ln residual kuadrat ($\ln e^2$) tersebut. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($\text{Sig.} > \alpha$), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$. Berikut hasil yang diperoleh dari pengujian menggunakan SPSS IBM 22:

Tabel 4.18
Tabel Output Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,286	7,746		2,102	,038
Lnkual	-5,192	2,655	-,332	-1,956	,053
Lnpers	,786	2,612	,055	,301	,764
Lnkepry	1,603	3,065	,101	,523	,602

a. Dependent Variable: $\ln e^2$

Sumber : Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai Sig. variabel Lnkual (kualitas) terhadap $\ln e^2$ (kepuasan) sebesar $0,053 > 0,05$, Sig. variabel Lnpers (persepsi) terhadap $\ln e^2$ (kepuasan) sebesar $0,764 > 0,05$, dan Sig. Lnkepry (kepercayaan) terhadap $\ln e^2$ (kepuasan) sebesar $0,602 > 0,05$.

Karena nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha (Sig. > α), maka dapat dipastikan bahwa model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji linieritas

Uji linieritas yang dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Pada penelitian ini uji linieritas dilakukan dengan metode Durbin-Watson dan Statistik menggunakan program SPSS IBM 22.

Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1) Kualitas layanan terhadap persepsi siswa dengan persamaan regresi

$$Y_1 = \rho_{1X}X + \epsilon_1$$

Hasil perhitungan uji linieritas dengan metode Durbin-Watson pada persamaan di atas ditunjukkan dalam output hasil pengolahan data berikut ini:

Tabel 4.19

Tabel Output Uji Linieritas Persamaan 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,776 ^a	,601	,593	,33938	2,129

a. Predictors: (Constant), X_Sqr, Kualitas

b. Dependent Variable: Persepsi

Sumber : Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas diperoleh nilai dW sebesar 2,129. Pada persamaan regresi dengan $\alpha = 5\%$, jumlah pengamatan 100, dan jumlah variabel bebas satu, diperoleh nilai dL sebesar 1,654 dan dU sebesar 1,694. Karena nilai dW > dL, yaitu $2,129 > 1,654$ maka dapat disimpulkan persamaan regresi tersebut adalah linier.

- 2) Kualitas layanan terhadap kepercayaan siswa dengan persamaan regresi $Y_2 = \rho_{2X}X + \epsilon_2$

Hasil perhitungan uji linieritas dengan metode Durbin-Watson pada persamaan di atas ditunjukkan dalam output hasil pengolahan data berikut ini:

Tabel 4.20
Tabel Output Uji Linieritas Persamaan 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,784 ^a	,615	,607	,36184	1,805

a. Predictors: (Constant), X_Sqr1, Kualitas

b. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber : Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Berdasarkan Tabel 4.20 diperoleh nilai dW sebesar 1,805. Pada persamaan regresi dengan $\alpha = 5\%$, jumlah pengamatan 100, dan jumlah variabel bebas satu, diperoleh nilai dL sebesar 1,654 dan dU sebesar 1,694. Karena nilai $dW > dL$, yaitu $1,805 > 1,654$ maka dapat disimpulkan persamaan regresi tersebut adalah linier.

- 3) Kualitas layanan, persepsi siswa, dan kepercayaan siswa terhadap kepuasan siswa dengan persamaan regresi

$$Y_3 = \rho_{3X}X + \rho_{4Y1}Y_1 + \rho_{5Y2}Y_2 + \epsilon_3$$

Hasil perhitungan uji linieritas dengan metode Durbin-Watson pada persamaan di atas ditunjukkan dalam output hasil pengolahan data berikut ini:

Tabel 4.21
Tabel Output Uji Linieritas Persamaan 3

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,767 ^a	,588	,562	,47337	1,909

a. Predictors: (Constant), Y2_Sqr, X_Sqr, Y1_Sqr, Persepsi, Kepercayaan, Kualitas

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Berdasarkan Tabel 4.21 di atas diperoleh nilai dW sebesar 1,909. Pada persamaan regresi dengan $\alpha = 5\%$, jumlah pengamatan 100, dan jumlah variabel bebas tiga, diperoleh nilai dL sebesar 1,613 dan dU sebesar 1,736. Karena nilai $dW > dL$, yaitu $1,909 > 1,613$ maka dapat disimpulkan persamaan regresi tersebut adalah linier.

3. Analisis Jalur

Setelah uji asumsi klasik dilakukan dan model penelitian memenuhi semua syarat yang ditentukan dalam asumsi klasik, maka analisis data berikutnya adalah melakukan analisis jalur. Analisis jalur dilakukan untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel penyebab terhadap sebuah variabel akibat. Hubungan antar variabel linier berarti dengan adanya perubahan satu variabel akan terus diikuti dengan perubahan variabel dengan arah yang tetap. Pengukuran semua variabel minimal interval artinya skala pengukuran dalam analisis jalur minimal harus interval sehingga jika instrumen kuesioner menggunakan skala Likert yang berskala ordinal maka skala tersebut sebaiknya ditransformasikan dulu menjadi skala interval (Suliyanto, 2005). Transformasi data instrumen kuesioner dari data ordinal menjadi data interval menggunakan Metode Suksesive Interval

(MSI). Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis jalur adalah sebagai berikut:

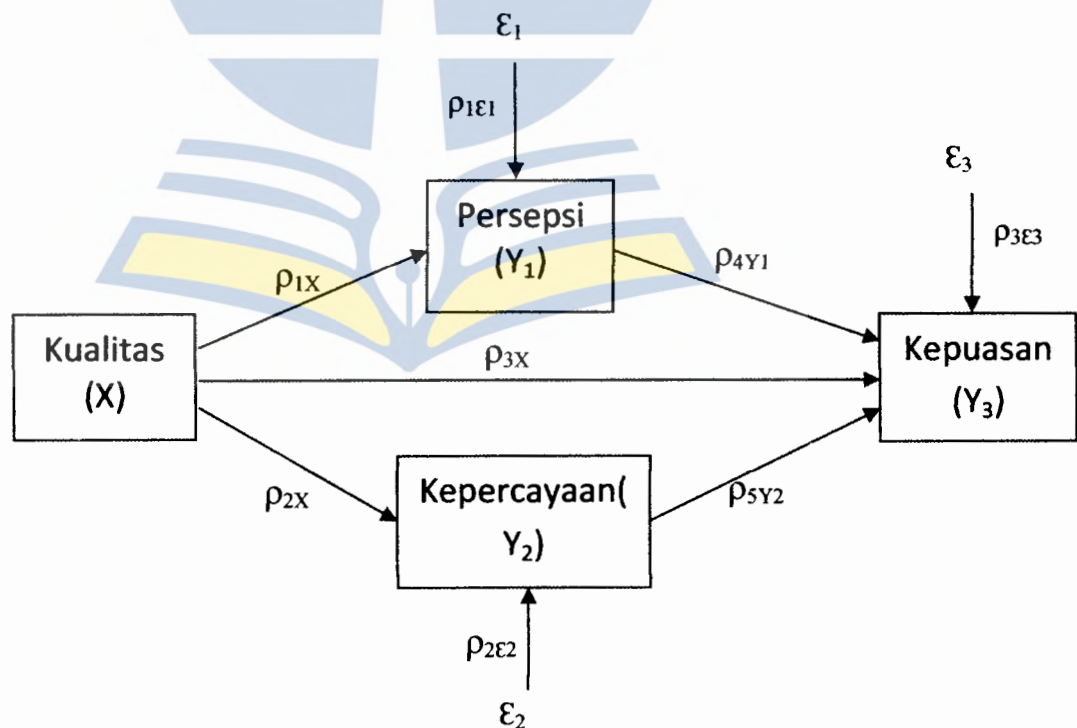
a. Menyusun persamaan regresi, yaitu:

$$1) Y_1 = \rho_{1X}X + \varepsilon_1$$

$$2) Y_2 = \rho_{2X}X + \varepsilon_2$$

$$3) Y_3 = \rho_{3X}X + \rho_{4Y1}Y_1 + \rho_{5Y2}Y_2 + \varepsilon_3$$

Dari persamaan regresi tersebut disusun model diagram jalur yang menggambarkan hubungan sebab akibat antara variabel eksogen dan endogen. Untuk menunjukkan pengaruh langsung dari variabel eksogen terhadap variabel endogennya dipergunakan koefisien jalur yang merupakan koefisien regresi yang distandardkan dan disimbolkan dengan lambang ρ . Berikut gambar model diagram jalur penelitian ini:



Gambar 4.1
Model Diagram Jalur

Dengan keterangan sebagai berikut :

1. Variabel bebas (eksogen), yaitu kualitas layanan (X).
 2. Variabel terikat (endogen) pertama, yaitu persepsi siswa (Y_1).
 3. Variabel terikat (endogen) kedua, yaitu kepercayaan (Y_2).
 4. Variabel terikat (endogen) ketiga, yaitu kepuasan siswa (Y_3).
- b. Langkah berikutnya adalah melakukan analisis regresi untuk menghitung koefisien jalur antar variabel seperti yang digambarkan pada diagram jalur. Perhitungan koefisien jalur antar variabel menggunakan SPSS IBM 22 ditunjukkan sebagai berikut:

- a. Sub struktur 1 (variabel X dan variabel Y_1)

Tabel 4.22
Tabel Output Nilai R^2 untuk Jalur 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765 ^a	,586	,581	,34431

a. Predictors: (Constant), Kualitas

b. Dependent Variable: Persepsi

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.23
Tabel Output Koefisien Jalur 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,865	,273		3,172	,002
Kualitas	,768	,065	,765	11,766	,000

a. Dependent Variable: Persepsi

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Dari Tabel 4.22 dan 4.23 di atas diperoleh koefisien jalur $\rho_{1X} = 0,765$.

Karena p -value = 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka koefisien jalur

ini signifikan. Nilai koefisien residu $\rho_{1E1} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,586} =$

0,643.

b. Sub struktur 2 (variabel X dan variabel Y₂)

Tabel 4.24
Tabel Output Nilai R² untuk Jalur 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,581	,577	,37555

a. Predictors: (Constant), Kualitas

b. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.25
Tabel Output Koefisien Jalur 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,128	,298		3,790	,000
Kualitas	,830	,071	,762	11,660	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Dari Tabel 4.24 dan 4.25 di atas diperoleh koefisien jalur $\rho_{2X} = 0,762$.

Karena p -value = 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka koefisien jalur

ini signifikan. Nilai koefisien residu $\rho_{2\epsilon} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,581} =$

0,647.

c. Sub struktur 3 (variabel X, variabel Y₁, variabel Y₂, dan variabel Y₃)

Tabel 4.26
Tabel Output Nilai R² untuk Jalur 3

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 ^a	,578	,565	,47174

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.27
Tabel Output Koefisien Jalur 3

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,453	,403		-1,124	,264
Kualitas	,271	,149	,201	1,816	,073
Persepsi	,563	,169	,419	3,338	,001
Kepercayaan	,243	,155	,196	1,570	,120

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Dari Tabel 4.26 dan 4.27 di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Koefisien jalur $\rho_{4Y1} = 0,419$. Nilai p -value = 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka koefisien jalur ini signifikan.
- 2) Koefisien jalur $\rho_{3X} = 0,201$. Nilai p -value = 0,073 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dan t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,816 < 1,984$) maka koefisien jalur ini tidak signifikan.
- 3) Koefisien jalur $\rho_{5Y2} = 0,196$. Nilai p -value = 0,120 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dan t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,570 < 1,984$) maka koefisien jalur ini tidak signifikan.
- 4) Nilai koefisien residu $\rho_{3E3} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,578} = 0,649$

c. Menghitung koefisien determinasi total untuk mengetahui keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model. Berikut adalah perhitungan koefisien determinasi total:

$$\begin{aligned}
 R_m^2 &= 1 - (\rho_{1E1}^2) \cdot (\rho_{2E2}^2) \cdot (\rho_{3E3}^2) \\
 &= 1 - (0,643^2) \cdot (0,647^2) \cdot (0,649^2) \\
 &= 1 - 0,073 \\
 &= 0,927
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa model analisis dapat menjelaskan 93% terhadap fenomena yang dikaji, sedangkan sisanya sebesar 7% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berikut ini adalah uraian persamaan struktural dan model struktur jalur berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS IBM 22.

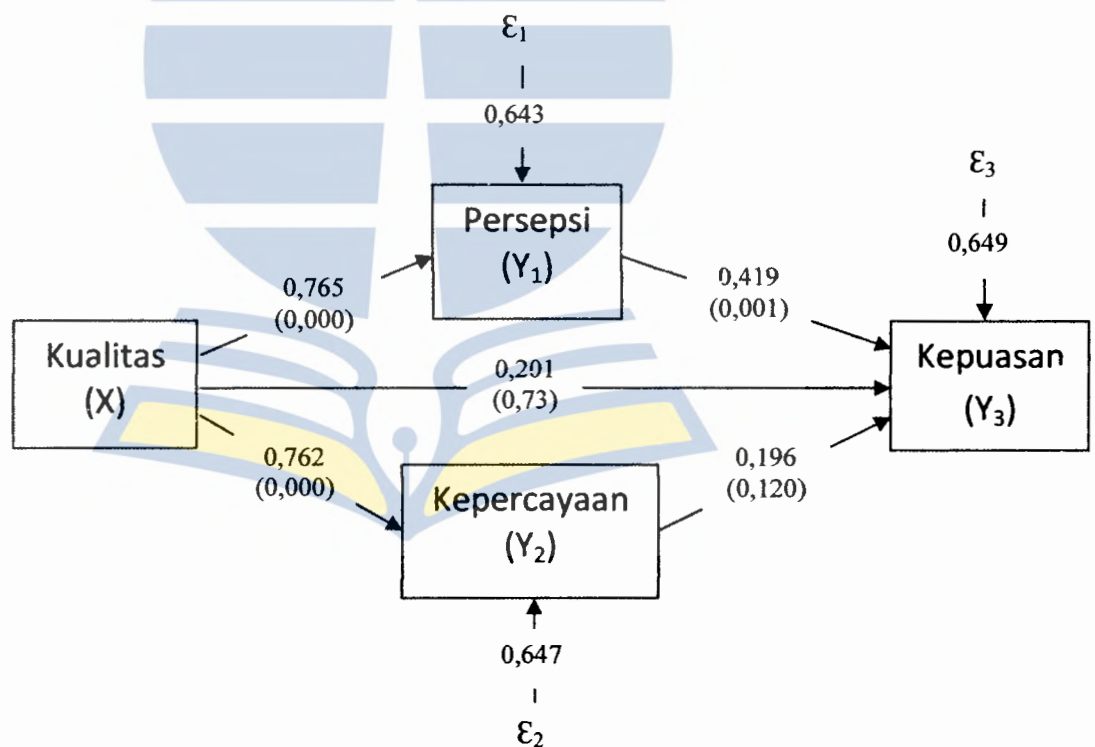
1) Persamaan struktural:

$$Y_1 = 0,765X + 0,643\varepsilon_1$$

$$Y_2 = 0,762X + 0,647\varepsilon_2$$

$$Y_3 = 0,201X + 0,419Y_1 + 0,196Y_2 + 0,649\varepsilon_3$$

2) Model struktur jalur:



Gambar 4.2
Model Struktur Jalur

d. Untuk menguji jalur baru yang signifikan maka dilakukan *trimming* untuk memperbaiki model struktur analisis jalur, yaitu dengan cara

mengeluarkan variabel yang memiliki koefisien jalur yang tidak signifikan yaitu variabel kepercayaan siswa (Y_2) dan menghilangkan jalur yang tidak signifikan antara variabel kualitas dan kepuasan.

Persamaan fungsi regresi yang baru adalah sebagai berikut:

$$1) Y_1 = \rho_{1X}X + \epsilon_1$$

$$2) Y_3 = \rho_{4Y1}Y_1 + \epsilon_3$$

Langkah berikutnya adalah melakukan kembali analisis jalur untuk menghitung koefisien jalur pada struktur yang baru. Berikut perhitungan koefisien jalur dengan menggunakan SPSS IBM 22:

1. Pada sub struktur yang pertama (X ke Y_1) hasil yang diperoleh sama dengan perhitungan koefisien jalur yang pertama yaitu diperoleh koefisien jalur $\rho_{1X} = 0,765$. Karena p -value = 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka koefisien jalur ini signifikan. Nilai koefisien residu $\rho_{1\epsilon1} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,586} = 0,643$.
2. Pada sub struktur yang kedua (Y_1 ke Y_3) dengan persamaan fungsi $Y_3 = \rho_{4Y1}Y_1 + \epsilon_3$ hasil perhitungan koefisien jalur ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.28
Tabel Output Nilai R^2 untuk Jalur Struktur 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 ^a	,538	,533	,48838

a. Predictors: (Constant), Persepsi

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Tabel 4.29
Tabel Output Koefisien Jalur Struktur 2

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,067	,377		,178	,859
Persepsi	,986	,092	,734	10,685	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS IBM 22

Dari tabel output di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Koefisien jalur $\rho_{4Y1} = 0,734$. Nilai p -value = 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka koefisien jalur ini signifikan.
- b) Nilai koefisien residu $\rho_{3E3} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,533} = 0,683$
3. Menghitung koefisien determinasi total untuk mengetahui keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model. Berikut adalah perhitungan koefisien determinasi total:

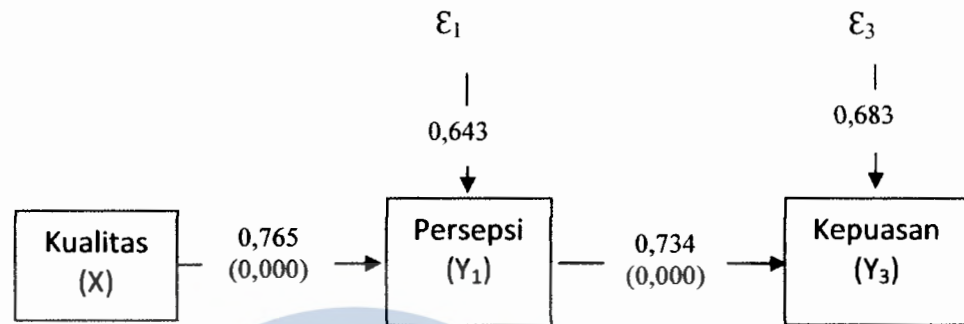
$$\begin{aligned}
 R_m^2 &= 1 - (\rho_{1E1}^2) \cdot (\rho_{3E3}^2) \\
 &= 1 - (0,643^2) \cdot (0,683^2) \\
 &= 1 - 0,193 \\
 &= 0,807
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa model analisis pada struktur jalur setelah *trimming* dapat menjelaskan 81% terhadap fenomena yang dikaji, sedangkan sisanya sebesar 19% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4. Persamaan struktural jalur dan diagram jalur setelah *trimming* adalah sebagai berikut:

a) Persamaan struktural setelah *trimming*: $Y_1 = 0,765X + 0,643\varepsilon_1$
 dan $Y_3 = 0,734Y_1 + 0,683\varepsilon_3$

b) Diagram jalur setelah *trimming*:



Gambar 4.3
 Diagram Jalur Setelah *Trimming*

Hasil analisis data dengan menggunakan analisis jalur ditunjukkan dalam rekapitulasi sebagai berikut:

a. Diagram jalur yang pertama.

Tabel 4.30
 Rekapitulasi Koefisien Jalur, nilai R^2 , dan Signifikansi Jalur 1

No.	Hubungan Variabel	Kode Jalur	Koefisien Jalur	Nilai ε (error)	Nilai R^2	Nilai Sig	Keterangan Signifikansi
1	$X \rightarrow Y_1$	ρ_{1X}	0,765	$\rho_{1\varepsilon_1} = 0,643$	0,586	0,000	Signifikan
2	$X \rightarrow Y_2$	ρ_{2X}	0,762	$\rho_{2\varepsilon_2} = 0,647$	0,581	0,000	Signifikan
3	$Y_1 \rightarrow Y_3$	ρ_{3Y_1}	0,419	$\rho_{3\varepsilon_3} = 0,649$	0,578	0,01	Signifikan
4	$X \rightarrow Y_3$	ρ_{3X}	0,201	$\rho_{3\varepsilon_3} = 0,649$	0,578	0,73	Tidak Signifikan
5	$Y_2 \rightarrow Y_3$	ρ_{5Y_2}	0,196	$\rho_{3\varepsilon_3} = 0,649$	0,578	0,120	Tidak Signifikan

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian.

Tabel 4.30 menunjukkan beberapa hal berikut ini:

1. Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap persepsi adalah sebesar 76,5% (0,765).
2. Pengaruh langsung persepsi terhadap kepuasan adalah sebesar 41,9% (0,419).

3. Pengaruh tak langsung kualitas layanan (melalui persepsi) terhadap kepuasan sebesar 32% ($0,765 \times 0,419 = 0,320$) dengan total pengaruh sebesar 52,1% ($0,201 + 0,320 = 0,521$).
 4. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan sebesar 76,2% (0,762).
 5. Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan siswa.
 6. Variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan siswa.
- b. Diagram jalur yang kedua (setelah *trimming*)

Diagram struktur jalur yang kedua disusun dengan mengeluarkan variabel kepercayaan siswa (Y_2).

Tabel 4.31
Rekapitulasi Koefisien Jalur, nilai R^2 , dan Signifikansi Jalur 2

No.	Hubungan Variabel	Kode Jalur	Koefisien Jalur	Nilai ϵ (error)	Nilai R^2	Nilai Sig	Keterangan Signifikansi
1	$X \rightarrow Y_1$	ρ_{1X}	0,765	$\rho_{1\epsilon 1} = 0,643$	0,586	0,000	Signifikan
2	$Y_1 \rightarrow Y_3$	ρ_{4Y_1}	0,734	$\rho_{3\epsilon 3} = 0,683$	0,533	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian.

Pada diagram struktur jalur yang kedua menghasilkan hasil seperti yang ditunjukkan oleh Tabel 4.31 dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap persepsi sebesar 76,5% (0,765).
2. Pengaruh langsung persepsi terhadap kepuasan siswa adalah sebesar 73,4% (0,734).
3. Pengaruh tak langsung kualitas layanan (melalui persepsi) terhadap kepuasan siswa adalah sebesar 56,15% ($0,765 \times 0,734 = 0,5615$).

4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis statistik yang telah disusun pada bab III untuk penelitian ini selanjutnya akan diuji dengan uji t sebagai berikut:

1. Kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa SMA Santo Ignasius Singkawang, dengan hipotesis statistik:

Ho: $\rho_{1X} = 0$, berarti kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh terhadap persepsi siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ha: $\rho_{1X} \neq 0$, berarti kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Analisis data dengan menggunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap persepsi siswa SMA Santo Ignasius diperoleh nilai koefisien jalur ρ_{1X} sebesar 0,765 dengan nilai signifikansi *p*-value sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Serta hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 11,766 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 (jumlah pengamatan 100 dan $\alpha = 0,05$) maka diperoleh hasil bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,766 > 1,984$) dengan begitu Ho ditolak dan Ha diterima. Hasilnya adalah kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

2. Persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang, dengan hipotesis statistik:

Ho: $\rho_{4Y1} = 0$, berarti persepsi siswa tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ha: $\rho_{4Y1} \neq 0$, berarti persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Analisis data dengan menggunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh persepsi siswa terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius diperoleh nilai koefisien jalur ρ_{4Y1} sebesar 0,531 dengan nilai signifikansi p -value sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Serta hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,121 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 (jumlah pengamatan 100 dan $\alpha = 0,05$) maka diperoleh hasil bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,121 > 1,984$) dengan begitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasilnya adalah persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

3. Kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang, dengan hipotesis statistik:

$H_0: \rho_{2X} = 0$, berarti kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ha: $\rho_{2X} \neq 0$, berarti kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Analisis data dengan menggunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap kepercayaan siswa SMA Santo Ignasius diperoleh nilai koefisien jalur ρ_{2X} sebesar 0,762 dengan nilai signifikansi p -value sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Serta hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 11,660 dan nilai t_{tabel} sebesar

1,984 (jumlah pengamatan 100 dan $\alpha = 0,05$) maka diperoleh hasil bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,660 > 1,984$) dengan begitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasilnya adalah kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

4. Kepercayaan siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang, dengan hipotesis statistik:

$H_0: \rho_{5Y2} = 0$, berarti kepercayaan siswa tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

$H_a: \rho_{5Y2} \neq 0$, berarti kepercayaan siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Analisis data dengan menggunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh kepercayaan siswa terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius diperoleh nilai koefisien jalur ρ_{5Y2} sebesar 0,196 dengan nilai signifikansi p -value sebesar 0,120 lebih dari 0,05. Serta hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,570 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 (jumlah pengamatan 100 dan $\alpha = 0,05$) maka diperoleh hasil bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,570 < 1,984$) dengan begitu H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasilnya adalah kepercayaan siswa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

5. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang, dengan hipotesis statistik:

Ho: $\rho_{3X} = 0$, berarti kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Ha: $\rho_{3X} \neq 0$, berarti kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

Analisis data dengan menggunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius diperoleh nilai koefisien jalur ρ_{3X} sebesar 0,201 dengan nilai signifikansi *p*-value sebesar 0,073 lebih dari 0,05. Serta hasil uji *t* menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,816 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 (jumlah pengamatan 100 dan $\alpha = 0,05$) maka diperoleh hasil bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,816 < 1,984$) dengan begitu Ho diterima dan Ha ditolak. Hasilnya adalah kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang.

E. Pembahasan

Pembahasan penelitian ini berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan dalam analisis deskriptif melalui rekapitulasi hasil tanggapan responden terhadap pernyataan/pertanyaan mengenai indikator-indikator dari masing-masing dimensi variabel penelitian dan hasil analisis data secara kuantitatif dari hasil pengolahan statistik SPSS IBM 22. Hasil dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden menunjukkan beberapa temuan yang dapat digunakan oleh SMA Santo Ignasius Singkawang sebagai dasar untuk

memperbaiki layanan pendidikan sehingga menghasilkan kualitas layanan pendidikan yang melebihi apa yang diharapkan oleh siswa sebagai konsumen langsung jasa pendidikan sekolah. Begitu pula hasil yang diperoleh dari analisis data secara kuantitatif mampu memperkuat hasil penelitian atau dapat menyangkal hasil penelitian terdahulu.

Pembahasan ini adalah untuk menjawab lima pertanyaan yang menjadi masalah dalam penelitian yang akan disajikan satu persatu sebagai berikut:

1. Sejauhmana kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa SMA Santo Ignasius Singkawang?

Kualitas layanan pendidikan di SMA Santo Ignasius diukur berdasarkan dimensi layanan seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk. (1988), yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Seperti yang disampaikan dalam deskripsi jawaban responden hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel kualitas layanan pendidikan di SMA Santo Ignasius dinilai sangat tinggi oleh siswa.

Penilaian siswa terhadap kualitas layanan yang sangat tinggi menunjukkan bahwa SMA Santo Ignasius telah memenuhi bahkan dapat melebihi standar dari yang telah ditetapkan oleh pemerintah mengenai standar layanan pendidikan minimal. Hal ini sesuai dengan yang tercantum dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 50 (1) bahwa "Pengelolaan satuan pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, dan pendidikan menengah dilaksanakan berdasarkan standar pelayanan minimal dengan prinsip manajemen berbasis sekolah/madrasah". Nilai akreditasi sekolah "A" menunjukkan

standar layanan pendidikan SMA Santo Ignasius Singkawang telah sesuai dengan Standar Pendidikan Nasional yang meliputi standar isi, standar proses, standar kompetensi lulusan, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, standar pembiayaan, dan standar penilaian pendidikan (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005). Kualitas layanan pendidikan di SMA Santo Ignasius menggambarkan tingkat keunggulan dalam pengelolaan pendidikan sekolah sesuai dengan yang disampaikan oleh Minarti (2011) bahwa mutu atau kualitas layanan pendidikan dapat disimpulkan sebagai derajat keunggulan dalam pengelolaan pendidikan secara efektif dan efisien untuk melahirkan keunggulan akademik dan ekstrakurikuler para peserta didik yang dinyatakan lulus untuk satu jenjang pendidikan atau menyelesaikan program pembelajaran tertentu. Meskipun secara keseluruhan penilaian responden terhadap kualitas layanan pendidikan SMA Santo Ignasius sangat tinggi, terdapat satu hal yang mesti diperhatikan oleh sekolah khususnya pada jumlah, ukuran, dan sarana toilet/kamar kecil yang masih dirasakan kurang memadai oleh sejumlah siswa.

Persepsi siswa diukur pada dimensi manfaat yang diperoleh siswa dan biaya atau pengorbanan yang siswa keluarkan selama bersekolah di SMA Santo Ignasius. Secara keseluruhan hasil yang diperoleh dari penilaian siswa terhadap variabel persepsi adalah tinggi. Namun pada salah satu indikator biaya atau pengorbanan tanggapan responden yang menyatakan bahwa untuk berprestasi di SMA Santo Ignasius harus dicapai dengan mengikuti pelajaran tambahan/les/privat di luar jam sekolah sebanyak 86%

responden. Data ini menunjukkan bahwa proses belajar mengajar pada jam sekolah dirasakan oleh sebagian besar siswa belum mampu memberikan kontribusi bagi prestasi belajar siswa.

Analisis data yang dilakukan dengan analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa SMA Santo Ignasius. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh sekolah mampu menciptakan persepsi yang positif dalam diri para siswa dan terbukti pada penilaian siswa mengenai variabel persepsi secara keseluruhan adalah tinggi. Persepsi siswa yang baik terhadap sekolahnya merupakan hal yang menguntungkan bagi sekolah yaitu berupa keuntungan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas siswa seperti yang dianalisis oleh Sviokla (sebagaimana dikutip dalam Lupiyoadi, 2001) bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan kepada perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Analisis jalur memperlihatkan bahwa pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap persepsi siswa adalah sebesar 76,5%. Sebesar 23,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Di dalam pemasaran disimpulkan bahwa yang paling penting adalah persepsi. Demikian pula tentang kualitas, ada kualitas objektif adapula kualitas menurut persepsi konsumen (*perceived quality*) dan yang terpenting adalah persepsi di mata konsumen. Sejauhmana suatu produk/jasa dikatakan berkualitas sehingga mampu memuaskan kebutuhan konsumen tergantung dari penilaian subjektif (persepsi) konsumen (Simamora, 2004:114).

2. Sejauhmana kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa SMA Santo Ignasius Singkawang?

Kepercayaan siswa diukur pada dimensi integritas, kredibilitas, dan reputasi baik yang ditunjukkan oleh sekolah. Dari analisis data deskripsi jawaban responden diperoleh hasil penilaian responden adalah sangat tinggi. Sekolah mampu menimbulkan rasa kepercayaan yang tinggi dalam diri siswa terhadap sekolah. Siswa memiliki kepercayaan bahwa sekolah yang dipilihnya mampu memberikan dan menumbuhkan hal-hal positif dan bermanfaat baik selama menempuh pendidikan maupun setelah lulus dari sekolah tersebut. Sebagaimana yang didefinisikan oleh Gurviez dan Korchia (sebagaimana yang dikutip dalam Depardon dan Cisse, 2009) bahwa kepercayaan adalah variabel psikologis yang menggambarkan suatu akumulasi praduga yang melibatkan kredibilitas, integritas, dan nama baik dari suatu produk dimata konsumen. Konsumen cenderung mengembangkan serangkaian kepercayaan ciri-ciri dari suatu produk yang selanjutnya lewat kepercayaan ini membentuk suatu citra merek (*brand image*) produk tersebut (Lamb dkk., 2001:232-233). Para peneliti menetapkan bahwa kepercayaan adalah hal terpenting dalam membangun dan menjaga hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen.

Hal yang perlu menjadi perhatian sekolah pada indikator kepercayaan siswa adalah mengenai pemberian beasiswa bagi siswa kurang mampu dan siswa berprestasi. Masih ada siswa yang merasa kurang percaya dengan pemberian beasiswa yang diberikan oleh. Sekolah tentunya harus memperhatikan mekanisme pemberian beasiswa. Beasiswa yang diberikan

dan difasilitasi oleh sekolah mungkin dirasakan masih terlalu sedikit baik dari segi jumlah nominal maupun jumlah siswa yang menerimanya.

Analisis data dengan menggunakan analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agung (2006) dan membantah penelitian Hermanoe (2011) yang menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan diperoleh sebesar 76,2%. Sebesar 23,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan jasa turut memengaruhi keputusan konsumen membeli jasa yang ditawarkan serta dapat membangun loyalitas pelanggan.

3. Sejauhmana persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang?

Kepuasan siswa diukur pada dimensi kinerja layanan dan kesesuaian harapan. Analisis deskriptif terhadap tanggapan 100 responden tentang dimensi variabel kepuasan menunjukkan hasil penilaian responden rata-rata adalah tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa merasa bahwa kinerja layanan pendidikan di SMA Santo Ignasius Singkawang baru sampai pada tingkat sesuai dengan harapan mereka. Layanan pendidikan yang diberikan sekolah belum mampu melebihi harapan para siswa.

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Faktor

psikologis memiliki peran kunci untuk memahami perilaku konsumen melalui respons rangsangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran konsumen, dan sekelompok proses psikologis digabungkan dengan karakteristik konsumen tertentu menghasilkan proses pengambilan keputusan dan keputusan akhir pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008:159-176).

Sebagai salah satu faktor psikologis, persepsi adalah bagaimana kita melihat dunia sekitar kita, berdasarkan stimuli dari objek yang kita terima maka kita dapat memberikan gambaran tentang objek tersebut. Secara formal persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimuli ke dalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh. Stimuli diartikan sebagai setiap input yang dapat ditangkap oleh indera (mata, telinga, mulut, hidung, dan kulit), seperti produk, kemasan, merek, iklan, harga, dan lain-lain. Keputusan konsumen didasarkan pada persepsi, bukan pada realitas. Dengan kata lain persepsi merupakan realitas bagi konsumen. Jadi dalam pemasaran, persepsi lebih penting dari realitas (Simamora, 2004:102).

Analisis data dengan menggunakan analisis jalur menunjukkan bahwa persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa. Hasil yang diperoleh mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Hadiwijaya (2011) yang melakukan penelitian tentang persepsi siswa terhadap layanan yang diberikan oleh suatu lembaga pendidikan dengan melihat tingkat kepentingan terhadap atribut layanan menghasilkan bahwa persepsi memengaruhi kepuasan siswa terhadap atribut layanan. Hasil penelitian ini

juga mendukung hasil penelitian Herwinarni dan Gunistiyo (2009) yang menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh persepsi siswa terhadap kepuasan siswa diperoleh sebesar 73,4% sedang sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Karena berbagai faktor, seperti subjektivitas yang dipersepsikan konsumen dan pemberi jasa, maka jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan konsumen. Kepuasan siswa sangat tergantung pada persepsi dan harapan mereka terhadap sekolah yang dipengaruhi oleh kebutuhan akan pendidikan dan keinginan untuk dapat berprestasi serta melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi, pengalaman-pengalaman yang dirasakan oleh teman-temannya atau kakak kelasnya atas kualitas layanan sekolah.

4. **Sejauhmana kepercayaan siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius Singkawang?**

Gurviez dan Korchia (sebagaimana yang dikutip dalam Depardon dan Cisse, 2009) mendefinisikan kepercayaan sebagai variabel psikologis yang menggambarkan suatu akumulasi praduga yang melibatkan kredibilitas, integritas, dan nama baik dari suatu produk dimata konsumen. Konsumen cenderung mengembangkan serangkaian kepercayaan ciri-ciri dari suatu produk yang selanjutnya lewat kepercayaan ini membentuk suatu citra merek (*brand image*) produk tersebut (Lamb dkk., 2001:232-233). Para

peneliti menetapkan bahwa kepercayaan adalah hal terpenting dalam membangun dan menjaga hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen. Hasil analisis deskriptif terhadap tanggapan responden mengenai dimensi dan indikator variabel kepercayaan menunjukkan hasil penilaian responden yang sangat tinggi. Siswa memiliki kepercayaan bahwa sekolah yang dipilihnya mampu memberikan dan menumbuhkan hal-hal positif dan bermanfaat baik selama menempuh pendidikan maupun setelah lulus dari sekolah tersebut.

Analisis deskriptif terhadap tanggapan responden mengenai dimensi dan indikator variabel kepuasan siswa menunjukkan hasil penilaian yang tinggi. Namun pada analisis data dengan menggunakan analisis jalur diperoleh hasil bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan siswa. Secara keseluruhan siswa SMA Santo Ignasius merasa puas namun kepuasan siswa yang dihasilkan tidak dipengaruhi oleh kepercayaan siswa terhadap sekolah. Kepercayaan yang muncul dalam diri siswa belum dapat mempengaruhi kepuasan siswa secara signifikan. Hal ini kemungkinan besar disebabkan rasa percaya yang timbul dihasilkan dari pengalaman-pengalaman yang mereka peroleh dari teman atau saudara bahkan orangtua yang pernah merasakan pendidikan di SMA Santo Ignasius mengenai informasi sekolah pada saat mereka memutuskan untuk bersekolah di SMA Santo Ignasius. Hal ini didukung dari data responden yang menyatakan memperoleh informasi sekolah dari teman atau saudara yang sedang bersekolah di SMA Santo Ignasius yaitu sebanyak 61% responden. Kepercayaan yang tinggi tersebut tidak dibangun karena mengalami sendiri pendidikan di SMA Santo Ignasius

sehingga belum mampu memengaruhi kepuasan siswa. Semestinya kepercayaan merupakan sarana menuju komitmen hubungan baik antara kedua belah pihak sehingga pihak sekolah seharusnya dapat menggunakan sumber daya yang ada di sekolah untuk memelihara kepercayaan yang muncul dalam diri siswa terhadap sekolah dan pada akhirnya kepercayaan yang terbangun mampu memengaruhi kepuasan siswa selama menikmati layanan pendidikan di SMA Santo Ignasius.

Hasil pengujian analisis jalur yang menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa bertentangan dengan hasil penelitian Semadi, dkk. (2012) yang menunjukkan bahwa salah satu manfaat relasional yaitu kepercayaan memengaruhi kepuasan konsumen. Kemudian bertentangan pula dengan hasil penelitian Winahyuningsih (2010) dan Wuryan (2009) yang menunjukkan bahwa kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

5. Sejauhmana kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan siswa di SMA Santo Ignasius?

Seperti yang dikemukakan pada pembahasan satu dan tiga bahwa kualitas layanan pendidikan diukur pada kelima dimensi layanan menurut Parasuraman, dkk. (1988) dan kepuasan siswa diukur pada dimensi kinerja layanan serta kesesuaian harapan. Hasil analisis deskriptif dari tanggapan 100 responden menunjukkan hasil penilaian responden terhadap kualitas layanan pendidikan di SMA Santo Ignasius sangat tinggi dan hasil pada kepuasan siswa menunjukkan bahwa siswa baru sekedar merasa puas belum sampai pada tingkat sangat puas. Hal ini menunjukkan pula hasil bahwa kualitas layanan yang sangat baik ternyata baru mampu memuaskan

siswa. Kualitas layanan sesuai dengan harapan siswa dan belum mampu melebihi dari apa yang diharapkan siswa. Kepuasan siswa dapat didefinisikan sebagai suatu sikap yang diperlihatkan oleh siswa, baik sikap positif maupun sikap negatif atas adanya kesesuaian antara harapan mereka terhadap pelayanan layanan pendidikan yang diterimanya. Jika layanan pendidikan yang diterima cocok dengan apa yang diharapkan oleh siswa maka siswa akan merasa puas, dan jika layanan yang diterima tidak sesuai maka siswa akan merasa tidak puas. Kepuasan siswa sangat tergantung pada persepsi dan harapan mereka terhadap sekolah yang dipengaruhi oleh kebutuhan akan pendidikan dan keinginan untuk dapat berprestasi serta melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi, pengalaman-pengalaman yang dirasakan oleh teman-temannya atau kakak kelasnya atas kualitas layanan sekolah.

Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Layanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen. Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas (Kotler, 2009:144).

Dari hasil analisis deskriptif terhadap tanggapan responden terhadap variabel kepuasan ada hal menarik yang perlu diperhatikan oleh SMA Santo Ignasius, yaitu siswa merasakan bahwa proses belajar mengajar di

sekolah (pada jam efektif belajar sekolah) tidak memberikan kontribusi bagi peningkatan prestasi siswa. Siswa merasa masih memerlukan pelajaran tambahan di luar jam sekolah dengan mengikuti bimbingan belajar, les, dan privat agar dapat mencapai prestasi sesuai yang diharapkannya.

Hasil analisis data dengan menggunakan analisis jalur menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius. Hasil penelitian ini ternyata bertentangan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu antara lain hasil penelitian Prianto (2011) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan orang tua. Hasil penelitian Jamiyla (2012) dengan menggunakan teknik analisis kepentingan-kinerja (*Importance-Performance Analysis*) menunjukkan bahwa 25 atribut kualitas layanan secara keseluruhan memuaskan mahasiswa Politeknik Darusalam Palembang namun terdapat 8 atribut yang belum memuaskan. Kemudian hasil studi Tessema, dkk. (2012) yang mengkaji sejauh mana sebelas faktor akademis yang berkaitan dengan kurikulum utama memengaruhi kepuasan menunjukkan hasil bahwa secara keseluruhan kurikulum utama di *Midsized Public University* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan siswa.

Kualitas layanan pendidikan bukan satu-satunya faktor yang dapat memengaruhi kepuasan siswa. Beberapa faktor yang lain adalah harga dan faktor emosional. Pada penelitian ini kepuasan yang dirasakan oleh siswa tidak dipengaruhi langsung oleh kualitas layanan pendidikan yang diberikan melainkan dipengaruhi oleh faktor emosional yaitu persepsi

positif siswa yang terbangun karena manfaat yang mereka rasakan selama dan setelah memperoleh pendidikan di SMA Santo Ignasius. Selain itu faktor biaya atau harga yang mereka terima mungkin dirasaka sebanding dengan manfaat yang mereka peroleh selama menempuh pendidikan di SMA Santo Ignasius. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa secara langsung namun memiliki pengaruh tidak langsung (melalui persepsi siswa) dengan pengaruh sebesar 56,15% ($0,765 \times 0,734 = 0,5615$). Model ini mampu menjelaskan fenomena yang ada sebesar 53,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berbeda dengan produk fisik layanan pendidikan tidak dapat disimpan. Layanan pendidikan diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan maka diperlukan komitmen dari pengelola layanan pendidikan di sekolah untuk memberikan layanan secara konsisten dan sesuai dengan kebutuhan konsumen yaitu siswa. Layanan pendidikan tidak dapat dilihat dan dirasakan oleh siswa sebelum menjadi siswa dan mendapatkan layanan secara langsung di sekolah tersebut. Karena tidak berwujud maka siswa biasanya melihat tanda-tanda dari sesuatu yang dapat dilihat dan dirasakan untuk menilai kualitas suatu layanan pendidikan. Siswa akan menilai kualitas kinerja guru, tata usaha, karyawan sekolah, sarana prasarana sekolah, peralatan pendidikan (media pembelajaran), simbol-simbol yang digunakan oleh sekolah, dan termasuk harga yang mereka bayar pada sekolah (Minarti, 2011:371). Seringkali kualitas layanan pendidikan yang ditunjukkan oleh sekolah masih sebatas pada pemenuhan persyaratan standar minimal yang ditetapkan oleh pemerintah namun belum mampu

memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (siswa). Strategi pemasaran yang dijalankan oleh sekolah hanya terbatas pada perolehan siswa sebanyak-banyaknya dan belum ditunjukkan bagaimana melakukan pendekatan *marketing* dengan tujuan utama memuaskan konsumen pendidikan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil analisis deskriptif terhadap jawaban atau tanggapan responden serta hasil analisis jalur yang dilakukan dalam penelitian ini diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap persepsi siswa SMA Santo Ignasius. Pengaruh langsung kualitas layanan pendidikan terhadap persepsi siswa diperoleh sebesar 76,5%. Kemampuan kualitas layanan pendidikan menjelaskan persepsi siswa sebesar 58,6%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pendidikan di SMA Santo Ignasius Singkawang mampu menciptakan persepsi positif atau persepsi baik tentang sekolah dalam diri para siswanya.
2. Kualitas layanan pendidikan berpengaruh terhadap kepercayaan siswa SMA Santo Ignasius. Pengaruh langsung kualitas layanan pendidikan terhadap kepercayaan siswa diperoleh sebesar 76,2%. Kemampuan kualitas layanan pendidikan menjelaskan kepercayaan siswa sebesar 58,1%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pendidikan di SMA Santo Ignasius Singkawang mampu menciptakan serta meningkatkan kepercayaan siswa terhadap sekolah yang dipilihnya.
3. Persepsi siswa berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius. Pengaruh langsung persepsi siswa terhadap kepuasan siswa diperoleh sebesar 53,1%. Kemampuan persepsi siswa menjelaskan kepuasan siswa sebesar 56,7%. Persepsi siswa yang positif terhadap

sekolah ternyata dapat memengaruhi kepuasan siswa dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para siswa.

4. Kepercayaan siswa tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius. Hasil analisis jalur yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh kepercayaan siswa terhadap kepuasan siswa. Kepercayaan yang tinggi dalam diri siswa terbentuk dari pengalaman yang disampaikan oleh teman, saudara, dan orangtua yang pernah bersekolah di SMA Santo Ignasius dan itu terbentuk sebelum siswa merasakan pendidikan secara langsung di SMA Santo Ignasius. Dengan demikian kepercayaan yang tinggi ternyata tidak menjadi faktor yang dapat memengaruhi kepuasan siswa SMA Santo Ignasius.
5. Kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMA Santo Ignasius. Kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan siswa namun memiliki pengaruh tak langsung terhadap kepuasan siswa melalui persepsi siswa yaitu sebesar 56,15%. Model ini mampu menjelaskan fenomena yang ada sebesar 53,3% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh SMA Santo Ignasius Singkawang secara keseluruhan belum mampu memengaruhi kepuasan siswa. Faktor emosional berupa persepsi menjadi faktor utama yang dapat memengaruhi kepuasan siswa SMA Santo Ignasius.

B. Saran

Hasil penelitian yang diperoleh dari 100 responden diharapkan mampu memberikan gambaran secara ilmiah mengenai kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh SMA Santo Ignasius Singkawang. Beberapa saran yang disampaikan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan Pendidikan

Sekolah hendaknya memperhatikan kualitas layanan pendidikan khususnya pada dimensi bukti fisik (*tangible*), yaitu pada sarana olahraga yang kurang memadai. Keterbatasan lahan sebagai sarana olah raga dapat diatasi dengan cara penjadwalan penggunaan sarana yang jelas dan dapat memanfaatkan sarana olahraga umum yang ada di Kota Singkawang. Sekolah hendaknya memperhatikan jumlah, ukuran, dan sarana toilet/kamar kecil agar dapat menampung siswa yang meningkat terus jumlahnya serta menciptakan kenyamanan sehingga kebutuhan siswa untuk ke toilet/kamar kecil dapat terlayani dengan baik.

2. Persepsi Siswa

Sekolah hendaknya memperhatikan dan mengevaluasi manajemen proses belajar yang dilakukan oleh guru melalui kegiatan supervisi kepala sekolah dan melakukan pelatihan model pembelajaran secara rutin agar guru mampu menerapkan model pembelajaran yang inovatif dan kreatif sehingga siswa merasa bahwa belajar di kelas adalah kegiatan yang menyenangkan dan sungguh bermanfaat bagi peningkatan prestasi belajar mereka. Sekolah hendaknya memfasilitasi program tambahan belajar pada

sore hari bagi siswa yang merasakan kesulitan dalam belajar dan bagi siswa yang ingin mendapatkan lebih dari yang telah ia terima pada proses belajar mengajar di kelas.

3. Kepercayaan Siswa

Sekolah harus membangun komunikasi yang efektif dengan orangtua siswa melalui forum komite sekolah. Komunikasi yang efektif akan membantu siswa dan orangtua untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang visi dan misi sekolah sehingga seluruh program sekolah yang telah dan sedang dilaksanakan memperoleh dukungan siswa dan orangtua serta dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Jumlah tenaga guru konseling di SMA Santo Ignasius harus ditambah mengingat jumlah siswa yang semakin meningkat. Melalui bimbingan belajar dan bimbingan karier yang dilakukan oleh guru bimbingan konseling secara intensif diharapkan mampu membantu siswa untuk meningkatkan prestasi belajar seperti yang mereka harapkan.

4. Kepuasan Siswa

Mekanisme pemberian beasiswa bagi siswa yang kurang mampu dan bagi siswa yang berprestasi perlu diperbaiki sehingga dapat pemberian beasiswa yang dilaksanakan dapat tepat sasaran dan menimbulkan rasa adil bagi siswa. Sekolah dapat menjalin kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi dan badan usaha untuk memfasilitasi pemberian beasiswa baik bagi siswa kurang mampu maupun siswa berprestasi.

5. Kepuasan siswa SMA Santo Ignasius tidak diperoleh langsung dari layanan pendidikan melainkan diperoleh melalui persepsi siswa terhadap sekolah

oleh karena itu sekolah hendaknya melakukan evaluasi layanan pendidikan yang selama ini telah diberikan. Sekolah dapat melakukan beberapa strategi untuk melakukan perbaikan dan pengendalian layanan pendidikan yang diberikan, yaitu pertama, melakukan seleksi dan pelatihan secara berkala kepada pendidikan dan tenaga kependidikan sehingga akan diperoleh SDM sekolah yang berkualitas. Kedua, membuat standarisasi proses kerja dalam menghasilkan layanan pendidikan yang baik. Ketiga, selalu memonitor kepuasan pelanggan (siswa, orangtua, masyarakat, perguruan tinggi, dan dunia usaha) melalui sistem kotak saran dan keluhan, sehingga mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi keluhan para siswa. Yayasan Pengabdian Sesama Manusia (YPSM) sebagai pengelola pendidikan di SMA Santo Ignasius diharapkan memberikan kewenangan yang lebih besar kepada kepala sekolah sebagai pimpinan unit layanan pendidikan di sekolah dalam hal perencanaan dan penggunaan teknis dana sekolah. Pengurus YPSM hendaknya tidak mengerjakan hal-hal teknis yang semestinya dapat dilaksanakan oleh unit sekolah. Pengurus YPSM hendaknya memiliki pemahaman yang jelas mengenai visi dan misi sekolah sehingga kegiatan yang dilakukan oleh yayasan untuk sekolah sejalan dengan visi dan misi sekolah.

6. Bagi peneliti berikutnya disarankan menggunakan variabel dan metode lain, misalnya SEM (*Structural Equation Modelling*) dan PLS (*Partial Least Square*) sehingga dapat menjelaskan secara lebih detail hubungan antar variabel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Ken Hermanto. (2006). *Analisis Pengaruh Layanan, Komitmen, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Semarang: Tesis Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Akbar, Mohammad Muzahid and Parves, Noorjahan. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty. *ABAC Journal*, vol 29, No. 1, 24 – 38.
- Arista, E. Desi dan Astuti, Sri Rahayu Tri. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Aset*, vol 13, no. 1, 37 – 45.
- Cisse, Karine-Depardon & N'Goala, Gilles. (2009). *The Effects of Satisfaction, Trust and Brand Commitment on Consumers' Decision to Boycott*. *Recherche et Application en Marketing*, 24(1), 43 – 67.
- Departemen Pendidikan Nasional RI. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional RI.
- Direktorat Pendidikan Menengah Umum. (2001). *Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas. (2006). *Pedoman Standarisasi Bangunan dan Perabot Sekolah Menengah Atas*. Jakarta: Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- Education Ranks*. (2012). Diambil tanggal 7 Oktober 2013 dari situs World Wide Web
http://www.bbc.co.uk/indonesia/majalah/2012/11/121127_education_ranks.shtml.
- Ferdinand, Augusty. (2013). *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiwijaya, Hendra. (2011). Persepsi Siswa Terhadap Pelayanan Jasa Pendidikan El Rahma Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, 1(3), 221 – 237.

- Hasan, Hishamuddin Fitri Abu., Ilias, Azleen., Rahman, Rahida Abd., & Razak, Mohd Zulkeflee Abd. (2008). Service Quality and Student Satisfaction: A Case Study at Private Higher Education Institutions. *International Business Research Journal*, 1(3), 163 – 175.
- Hermanoe, Arieaman. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Kharisma Gamaha Jaya, Surabaya: Tugas Akhir Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Herwinarni, Yuniarti dan Gunistiyo. (2009). Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan “Indonesia” Di Kota Tegal. Diambil 15 Maret 2014, dari situs World Wide Web:
<http://www.e-journal.upstegal.ac.id/index.php/Cermin/issue/view/34>
- Indrawati, Aniek. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. TH.16(1), 25 – 35.
- Jamiyla. (2012). Kepuasan Mahasiswa Terhadap Proses Belajar Mengajar di Politeknik Darussalam Palembang. *Jurnal ILMIAH*, IV(2), 24 – 32.
- Kitchroen, Krisana. (2004). Literature Review: Service Quality in Educational Institutions. *ABAC Journal*, vol 24, No.2, 14 - 25.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip. & Kevin Lane, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., dan Mcdaniel, Carl. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher. & Wright, Lauren. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Minarti, Sri. (2011). *Manajemen Sekolah. Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Napitupuluh, Ester Lince. (2013). *Indonesia Alami Krisis Pendidikan*. Diambil tanggal 24 Agustus 2013 dari situs World Wide Web
<http://edukasi.kompas.com/read/2013/27/21175927/Indoesia.Alami.Krisis.Pendidikan>

- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A. & Berry, Leonard L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, (49), 41 – 50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A & Berry, Leonard L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, (64), 12 – 40.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 *Tentang Standar Nasional Pendidikan*
- Prianto, Agus. (2011). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Siswa terhadap Layanan Pendidikan di Sekolah (Studi pada Sekolah Unggulan di Kabupaten Jombang). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(3), 1061 – 1074.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Semadi, Luh Putu Sri Wulandari., Suprpti, Ni Wayan Sri., dan Nurcahya, Ketut. (2012). Pengaruh Manfaat Relasional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 6(2), 160 – 172.
- Setiawan, Nugraha. (2007). Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rumus Slovin dan Tabei Krejcie-Morgan: Telaah Konsep dan Aplikasinya. Makalah disajikan pada Diskusi Ilmiah Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Peternakan Unpad. 22 November 2007. Bandung: Universitas Padjajaran Bandung
- Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sobur, Alex. (2009). *Psikologi Umum, Dalam Lintas Sejarah*. Bandung: Pusaka Setia.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

- Suryadi, Ace. (2010). Permasalahan Dan Alternatif Kebijakan Peningkatan Relevansi Pendidikan. Makalah disajikan pada Seminar Internasional Pendidikan Luar Sekolah. 29 November 2010. Bandung: Prodi PLS – SPS Universitas Pendidikan Indonesia.
- Tessema, Mussie T., Ready, Kathryn. & Yu, Wei-Choun William. (2012). Factors Affecting College Students's Satisfaction with Major Curriculum: Evidence from Nine Years of Data. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(2), 34 – 44.
- Tjiptono, Fandy. & Gregorius, Chandra. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Percetakan Andi Offset.
- Utama, Agung. (2003). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten. *ISSN 1693-2102 OPSI*, 1(2), 96-110
- Wang, I-Ming & Shieh, Chich-Jen. (2006). The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: The Example of CJCUC Library. *Journal of Information & Optimization Sciences*, 27(1), 193 – 209.
- Winahyuningsih, Panca. (2010). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gripta Kudus. *ISSN 1979-6889 Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus*, 1 – 17.
- Wuryan, H. Sophiyanto. dan Legowo, Djoko. (2009). Pengaruh Citra Lembaga, Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dan Implikasinya Kepada Komitmen Relasional Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. *Jurnal TEMA*, 6(2), 119 – 131.
- Yang, Zhilin. & Peterson, Robin T. (2004). Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs. *Psychology & Marketing Journal*, 21(10), 799 – 822.
- Youl Ha, Hong. & Perks, Helen. (2005). Effects of Consumer Perceptions of Brand Experience on The Web: Brand Familiarity, Satisfaction and Brand Trust. *Journal of Consumer Behaviour*, 4,6, 438 – 452.
- Zhang, Xuan & Feng, Yuanyuan. (2009) The Impact of Customer Relationship Marketing Tactics On Consumer Loyalty – Within Swedish Mobile Telecommunication Industry. *Master's Dissertation in International Marketing. Final seminar 22 May 2009*, Halmstad University

LAMPIRAN - LAMPIRAN



KUESIONER**BAGIAN PERTAMA
IDENTITAS RESPONDEN**

NAMA SISWA :

JENIS KELAMIN : L / P *(coret yang salah)*

KELAS :

USIA : TAHUN

ALASAN MEMILIH SMA SANTO IGNASIUS :

.....

STATUS TEMPAT TINGGAL :

- rumah orang tua
 kos
 asrama

JARAK TEMPAT TINGGAL DENGAN SEKOLAH :

- < 1 km
 1 km – 3 km
 > 3 km

PEKERJAAN ORANGTUA (AYAH/IBU):

- PNS / TNI / POLRI
 Karyawan swasta
 Wirausaha
 Pedagang
 Lainnya

PENGHASILAN ORANGTUA PER BULAN (AYAH/IBU):

- kurang dari Rp1.500.000,00
 Rp1.500.000,00 s.d Rp3.000.000,00
 Rp3.000.000,00 s.d Rp5.000.000,00
 lebih dari Rp5.000.000,00

SEBELUM MENJADI SISWA SEKOLAH INI INFORMASI

TENTANG SMA SANTO IGNASIUS DIPEROLEH DARI :

- teman atau keluarga yang sedang bersekolah di SMA Santo Ignasius
 alumni SMA Santo Ignasius
 Brosur / Pamflet
 lainnya

BAGIAN KEDUA**KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN, PERSEPSI, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN**

Berdasarkan pengaiaman selama menempuh pendidikan di SMA Santo Ignasius Singkawang, berilah tanda (X) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan kualitas layanan pendidikan, persepsi, kepercayaan, dan kepuasan yang dirasakan.

Keterangan :

Kualitas Layanan		Persepsi siswa		Kepercayaan Siswa		Kepuasan Siswa	
Sangat Baik	SB	Sangat Setuju	SS	Sangat Setuju	SS	Sangat Setuju	SS
Baik	B	Setuju	S	Setuju	S	Setuju	S
Cukup Baik	CB	Cukup Setuju	CS	Cukup Setuju	CS	Cukup Setuju	CS
Tidak Baik	TB	Tidak Setuju	TS	Tidak Setuju	TS	Tidak Setuju	TS
Sangat Tidak Baik	STB	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tidak Setuju	STS

1. KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN (X)

NO	P E R N Y A T A A N	PILIHAN JAWABAN				
		SB	B	CB	TB	STB
A	BUKTI FISIK (TANGIBLE) (X1.1)					
1	Bangunan sekolah memiliki ventilasi udara dan pencahayaan yang memadai.					
2	Sekolah memiliki sarana dan prasarana yang lengkap.					
3	Sekolah memiliki ruang kelas dengan jumlah, ukuran, dan sarana yang memadai.					
4	Sekolah memiliki ruang perpustakaan dengan luas dan sarana yang memadai.					
5	Sekolah memiliki ruang konseling dengan luas dan sarana yang memadai.					
6	Sekolah memiliki ruang UKS dengan luas dan sarana yang memadai.					
7	Sekolah memiliki toilet dengan jumlah, ukuran, dan sarana yang memadai.					
8	Sekolah memiliki tempat bermain/berolahraga dengan luas dan sarana yang memadai.					
B	KEANDALAN (RELIABILITY) (X1.2)	SB	B	CB	TB	STB
9	Sekolah memiliki visi dan misi yang jelas.					
10	Struktur kurikulum sekolah adalah kurikulum 2013 dan KTSP (sesuai dengan kurikulum yang berlaku).					
11	Sekolah selalu mengadakan kegiatan lomba sekurangnya empat kegiatan selama satu tahun.					
12	Sekolah selalu mengikutsertakan siswa dalam berbagai kegiatan lomba sekurangnya empat kegiatan selama satu tahun.					
13	Guru sudah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pembelajaran.					
14	Semua guru memiliki kualifikasi pendidikan setingkat S1 (sarjana).					
C	DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS) (X1.3)	SB	B	CB	TB	STB
15	Sekolah memberikan layanan konseling kepada siswa.					
16	Sekolah melakukan pembinaan prestasi unggulan.					
17	Semua guru bersedia membantu kesulitan belajar siswa.					
18	Semua guru dengan segera memberikan remedial dan pengayaan dalam proses belajar mengajar.					
19	Guru BK dengan segera menangani masalah siswa.					
D	JAMINAN (ASSURANCE) (X1.4)	SB	B	CB	TB	STB
20	Sekolah memberikan kesempatan bagi semua siswa untuk berprestasi.					
21	Program pengembangan diri / ekstrakurikuler sekolah sesuai dengan minat dan bakat siswa.					
22	Sekolah selalu dapat melangsungkan proses belajar mengajar dengan lancar.					
23	Semua guru memiliki kemampuan untuk mengajar.					
24	Semua guru memiliki perilaku yang baik.					
25	Semua guru selalu datang tepat waktu.					
26	Sekolah menyediakan atau memfasilitasi program beasiswa.					
E	EMPATI (EMPATHY) (X1.5)	SB	B	CB	TB	STB
27	Sekolah memberikan penghargaan kepada siswa yang berprestasi di bidang akademik maupun non akademik.					
28	Semua guru melakukan bimbingan dengan ramah.					
29	Petugas perpustakaan melayani dengan ramah.					
30	Petugas tata usaha melayani dengan ramah.					

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
31	Guru BK melayani siswa dengan ramah dan penuh perhatian.					
32	Semua guru melakukan penilaian secara adil.					
33	Semua guru melayani siswa tanpa pilih kasih.					

2. PERSEPSI SISWA (Y1)

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
A	MANFAAT (Y1.1)	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya melihat bahwa sarana dan prasarana sekolah sungguh membantu kelancaran proses belajar mengajar.					
2	Saya merasakan bahwa kegiatan pengembangan diri yang diadakan dapat meningkatkan prestasi siswa.					
3	Saya merasakan bahwa materi pembelajaran yang diterima di sekolah dapat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.					
4	Saya mudah memahami materi pembelajaran yang disampaikan oleh guru.					
5	Saya mendengar bahwa lulusan sekolah ini melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi ternama.					
6	Saya merasa pembelajaran di sekolah meningkatkan kompetensi siswa.					
7	Saya mendengar bahwa lulusan sekolah ini mudah untuk mendapatkan pekerjaan.					
8	Saya mendengar sekolah memfasilitasi pengembangan diri siswa					
9	Saya merasa lingkungan sekolah membentuk kepribadian baik					
10	Saya mendengar bahwa lulusan sekolah ini menjadi orang sukses.					
B	BIAYA/PENGORBANAN (Y1.2)	SS	S	CS	TS	STS
11	Saya merasa uang SPP sekolah ini sebanding manfaat yang diperoleh.					
12	Saya tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan selain uang SPP.					
13	Saya dapat memperkirakan total biaya yang harus dibayar sampai saya lulus dari sekolah ini.					
14	Lokasi sekolah dekat dengan tempat tinggal.					
15	Sekolah memfasilitasi sumber dan bahan ajar.					
16	Untuk dapat berprestasi saya memerlukan pelajaran tambahan/les/privat di luar jam sekolah.					

3. KEPERCAYAAN SISWA (Y2)

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
A	INTEGRITAS (Y2.1)	SS	S	CS	TS	STS
1	Sekolah menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi lebih baik dibandingkan sekolah lain.					
2	Sekolah menciptakan perubahan etika, sopan santun dan budi pekerti siswa.					
3	Sekolah akan membentuk kepribadian yang baik pada diri saya.					
4	Sekolah membina kedisiplinan siswa.					
5	Sekolah mendidik kemandirian siswa.					
6	Sekolah mengembangkan keterampilan mengolah pengetahuan dan sikap siswa.					
B	KREDIBILITAS (Y2.2)	SS	S	CS	TS	STS
7	Sekolah berpengalaman mendidik siswa dari berbagai latar belakang kemampuan akademik.					
8	Sekolah memiliki peringkat atas pada hasil ujian nasional.					

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
9	Sekolah memiliki akreditasi amat baik.					
10	Sekolah memiliki jaringan dengan perguruan tinggi dan dunia usaha.					
11	Sekolah melaksanakan tata tertib secara konsisten.					
12	Sekolah memberikan beasiswa bagi siswa kurang mampu dan siswa berprestasi.					
13	Siswa yang putus sekolah (<i>drop out</i>) rendah.					
C	REPUTASI SEKOLAH (Y2.3)	SS	S	CS	TS	STS
14	Sekolah dikenal memiliki tingkat kedisiplinan yang tinggi.					
15	Sekolah menghasilkan siswa berprestasi di bidang akademik dan non akademik.					

4. KEPUASAN SISWA (Y3)

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
A	KINERJA LAYANAN (Y3.1)	SS	S	CS	TS	STS
1	Fasilitas yang disediakan sekolah dapat memenuhi kebutuhan saya sebagai siswa.					
2	Metode pembelajaran yang dilakukan oleh guru memudahkan saya memahami pelajaran.					
3	Penilaian yang dilakukan oleh guru mampu menggambarkan atau mengukur kemampuan belajar saya.					
B	KESESUAIAN HARAPAN (Y3.2)	SS	S	CS	TS	STS
4	Sekolah memberikan manfaat dalam proses pembelajaran melebihi apa yang saya harapkan.					
5	Biaya yang saya keluarkan sesuai dengan manfaat yang saya peroleh.					
6	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh sekolah.					

LAMPIRAN 2 : TABULASI DATA MENTAH

No Responden	Kelas	Jenis Kelamin	Usia	Tempat tinggal	Jarak	Penghasilan Ortu	Pekerjaan Ortu	Info sekolah
1	2	2	17	1	1	2	3	1
2	1	2	16	1	2	2	5	1
3	1	2	15	3	1	2	1	1
4	1	2	15	1	1	4	2	1
5	1	2	15	1	2	4	3	1
6	1	1	15	1	1	4	3	3
7	1	1	16	3	1	4	1	2
8	1	1	14	1	3	2	3	3
9	1	2	15	1	1	4	2	4
10	1	1	16	1	2	2	3	1
11	1	2	14	1	1	2	2	3
12	1	2	15	3	1	3	1	4
13	1	1	15	3	1	1	1	1
14	3	1	19	1	2	3	3	4
15	1	2	15	1	3	2	3	1
16	1	2	15	1	2	1	2	3
17	3	1	18	1	2	1	1	1
18	1	1	15	3	1	1	1	3
19	1	1	15	3	2	2	1	1
20	3	2	18	1	2	2	1	1
21	3	1	17	1	2	2	2	4
22	1	1	15	1	1	3	3	1
23	1	1	16	3	1	2	2	1
24	3	2	16	1	1	2	4	1
25	3	2	18	1	1	3	3	3
26	3	2	16	1	2	2	4	3
27	1	1	15	1	2	1	1	1
28	1	2	15	1	1	2	3	1
29	1	2	16	1	1	1	3	1
30	1	2	16	1	2	2	3	3
31	1	2	16	1	3	2	5	4
32	2	1	17	3	2	1	5	1
33	3	1	17	1	1	2	2	1
34	3	1	17	1	3	3	2	3
35	2	2	17	1	2	2	3	4
36	2	2	16	1	1	3	3	1
37	2	1	16	1	2	1	3	3
38	2	1	16	1	3	2	2	2
39	2	1	16	1	2	3	3	1
40	3	1	17	1	1	2	3	1
41	3	1	18	1	3	1	5	4
42	2	2	15	1	2	3	3	3
43	2	1	16	3	1	1	3	1
44	2	1	16	3	1	1	3	1
45	1	1	15	1	1	3	3	1
46	1	1	16	1	1	3	3	1
47	1	2	15	1	2	2	3	1
48	1	2	16	1	1	3	4	1
49	1	2	16	1	1	1	3	1
50	1	1	16	1	2	3	2	1
51	2	2	16	1	2	3	2	1
52	2	2	17	3	1	2	1	4
53	2	2	16	1	1	3	2	1
54	2	1	16	1	3	1	3	4
55	2	1	17	1	2	2	5	1
56	2	1	15	1	3	2	3	1
57	1	2	16	3	1	1	5	1

No Responden	Kelas	Jenis Kelamin	Usia	Tempat tinggal	Jarak	Penghasilan Ortu	Pekerjaan Ortu	Info sekolah
58	1	2	16	1	1	3	3	3
59	1	1	16	1	3	1	2	4
60	1	2	16	1	2	3	3	1
61	3	2	18	1	2	2	3	3
62	3	2	16	1	1	2	4	1
63	1	1	16	1	1	1	3	1
64	1	2	15	1	2	3	1	1
65	1	1	16	1	1	2	3	1
66	1	1	18	1	2	1	3	1
67	1	2	16	3	1	2	2	1
68	1	2	15	3	1	2	1	1
69	2	2	16	1	1	3	3	4
70	2	1	17	3	1	3	1	1
71	2	1	17	1	1	4	2	1
72	2	2	18	1	2	3	5	1
73	3	2	17	1	1	1	3	1
74	3	2	18	1	2	3	3	1
75	3	1	18	1	2	2	1	1
76	3	1	17	1	1	2	4	2
77	2	2	15	1	2	2	3	1
78	2	1	16	1	3	4	2	3
79	2	2	15	1	1	2	3	1
80	2	2	16	1	3	1	5	4
81	2	1	17	1	2	1	4	4
82	2	1	16	1	1	1	3	3
83	2	2	16	1	3	4	2	1
84	2	1	18	3	1	3	4	3
85	2	2	16	1	3	2	3	3
86	2	2	16	1	2	4	3	4
87	2	2	15	1	2	3	5	4
88	2	2	16	3	1	2	5	1
89	3	2	17	1	1	2	3	1
90	3	2	17	1	3	2	1	1
91	3	1	20	1	1	1	4	1
92	3	1	17	2	1	4	2	4
93	3	2	16	1	1	2	3	2
94	3	2	17	1	1	2	4	1
95	3	2	17	1	1	2	4	1
96	3	1	19	1	2	2	4	4
97	3	2	17	1	1	3	3	1
98	3	2	17	1	1	4	3	2
99	3	1	18	1	1	2	3	1
100	3	2	17	1	2	2	1	1

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	3
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
5	3	4	5	5	4	5	5	5	3	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	3	4	3	5	4	5	5
5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
4	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5
4	4	5	4	3	3	3	3	5	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4
5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	5	3	3	3	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5
5	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3
4	3	2	3	3	4	2	4	4	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
4	3	5	4	3	4	3	5	5	5	5
3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
5	3	3	5	4	5	2	3	5	5	5
4	4	5	5	3	3	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3
5	3	3	5	2	4	5	3	5	4	3
5	2	3	5	2	3	2	3	5	5	5
4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4
5	1	3	1	3	1	1	3	4	4	3
3	2	3	4	3	3	2	3	4	4	3
5	3	5	4	4	3	1	3	5	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11
4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5
4	3	5	5	3	3	3	4	5	5	5
5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5
5	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5
5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
3	3	4	5	4	4	3	3	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	4	3	3	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5
4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4
5	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4
5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5
4	3	4	4	4	3	5	3	4	5	5
5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	3
5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
4	3	3	2	3	3	2	2	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4	3	3	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
4	4	5	4	3	2	1	5	4	4	3
3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	5	4	4	2	5	5	5	4
5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	4	1	1	4	5	5
5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5

X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22
5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	5	3	3	5	5	4
4	3	3	3	3	3	4	4	5	5	4
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	4	4	4	3	5	3	4
5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
5	3	5	5	3	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
4	4	3	4	3	3	5	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5
4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4
5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	3	5	4	4	3	3	2	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
3	5	5	5	3	5	3	5	5	3	5
4	2	5	5	4	4	4	5	5	4	3
4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5
3	1	3	1	5	2	5	4	5	2	3
4	4	4	3	2	3	4	5	3	3	4
4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4

X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22
5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	3
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	4	5	5	5	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	2	5	5	2	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	3	4	4	5	3	3	3	4	3	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	3	5	5	4
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
3	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	3	3	4	3	4	5	3	3	3
4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	3
4	3	4	3	3	4	4	3	2	2	3
3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
3	5	5	4	4	5	4	4	2	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4

X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31	X32	X33
3	5	3	5	5	4	5	5	5	3	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
4	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4
5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
2	2	2	5	4	2	5	3	5	3	2
4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3
3	3	3	4	5	3	4	4	4	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4
3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	5	5	4	4	4	3	5
3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	5	4	2	4	3	4	3
4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	4	3	5	5	3	5	5	5	4	3
3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3
3	2	2	5	3	4	3	3	3	2	3
4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
1	1	1	2	5	1	1	1	3	1	4
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	2	4	5	3	4	4	5	3	3
3	3	3	4	5	3	4	3	3	2	2

X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31	X32	X33
3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4
3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
3	4	3	4	5	5	4	4	3	2	2
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	3	3	4	5	4	4	4	5	3	3
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
5	3	3	2	3	3	5	5	4	3	3
4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	1
5	4	4	4	5	3	5	5	5	3	3
3	3	4	4	3	5	5	4	3	3	4
5	4	3	4	5	3	5	5	5	3	3
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
4	3	3	4	5	3	3	4	4	3	4
4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	3
4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5
5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5
4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4
3	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4
3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
3	4	5	3	4	3	5	4	3	2	3
5	5	5	3	2	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11
5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5
4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3
4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
5	5	4	3	5	5	5	4	5	4	5
4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3
4	3	5	3	5	5	5	3	3	5	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4
4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4
4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	3
4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
3	4	4	3	3	5	4	3	3	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	4	5	4	3	2	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3
4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3
5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	3
4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3
4	4	5	4	5	3	4	3	3	4	2
5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	4	5	3	3	2	3	1	1
3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2
3	4	4	4	5	4	3	5	3	4	1
4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11
3	4	5	3	3	3	4	4	3	5	4
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3
5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
3	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3
5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3
4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3
4	4	5	5	5	5	2	2	3	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	3	4	5	4	4	3	4	3	5
3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3

Y1.12	Y1.13	Y1.14	Y1.15	Y1.16	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	1	4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
2	1	4	3	2	3	2	2	4	4	3
4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5
3	4	1	3	1	3	3	4	4	4	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	2	4	3	4	4	5	5	5	4
3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4
2	2	4	5	2	5	5	5	5	2	4
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4
4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
3	2	3	5	2	4	4	5	5	5	4
3	3	4	5	2	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5
4	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4
3	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4
4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	1	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
2	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4
3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	5	4	4	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	1	5	5	5	5	5	5
2	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
2	4	3	3	5	4	3	3	4	4	4
3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4
3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	5	4	4	3	4	4	5	5	5
3	2	1	2	1	2	3	4	5	5	4
2	2	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4
2	5	1	2	5	2	3	3	3	3	2
2	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3
2	3	1	4	3	4	3	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4

Y1.12	Y1.13	Y1.14	Y1.15	Y1.16	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6
4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	3
3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4
2	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
5	5	2	3	1	5	5	5	4	4	4
4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	3	5	5	3	4	4	4	5	5	5
2	2	2	3	5	3	4	3	4	4	3
3	4	1	4	1	5	5	5	5	5	5
4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4
3	4	1	4	1	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5
2	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
1	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4
3	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4
3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4
2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4
1	4	3	2	5	2	4	4	4	4	4
2	2	5	4	3	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
3	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
1	2	5	3	5	4	3	4	3	4	4
2	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
2	2	3	3	4	4	5	5	5	5	4
2	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4

Y2.7	Y2.8	Y2.9	Y2.10	Y2.11	Y2.12	Y2.13	Y2.14	Y2.15	Y3.1	Y3.2
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3
4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4
2	2	5	3	4	4	5	5	4	3	4
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	2	3	5	4	4	3
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
4	5	5	4	4	4	3	5	5	4	3
5	5	4	3	4	3	4	5	5	4	4
4	5	5	5	5	3	2	5	5	3	3
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	3
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	3
3	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	2	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	4	5	4	4	5	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	5	4	5	5	5	5	3	3
3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
3	2	2	2	3	5	4	3	2	1	2
3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3
4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4

Y3.3	Y3.4	Y3.5	Y3.6
4	3	5	5
5	4	3	4
5	5	5	5
3	3	3	4
4	5	5	3
3	4	3	3
5	4	5	5
2	3	3	4
4	4	5	4
3	5	3	3
4	4	4	3
3	4	3	4
4	4	4	4
5	5	4	4
4	3	4	4
3	4	4	4
5	4	4	4
3	4	4	3
5	4	5	4
4	4	4	5
4	3	3	5
5	4	4	4
4	4	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	3
3	4	3	3
4	4	4	4
5	4	5	4
5	4	4	4
3	3	4	4
4	4	5	5
4	4	4	4
3	3	4	4
4	5	5	5
4	3	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	4	3
4	4	4	4
4	4	4	5
4	5	5	5
5	5	4	5
4	4	3	5
4	4	4	4
4	4	3	4
4	4	4	3
3	4	4	4
4	4	4	4
4	4	3	4
4	3	4	3
2	2	1	1
3	3	3	3
4	4	2	3
4	4	4	5



Y3.3	Y3.4	Y3.5	Y3.6
4	4	4	3
5	5	4	4
5	5	5	5
5	5	4	5
4	4	4	4
3	3	3	3
5	5	4	4
5	5	5	5
5	4	3	3
5	5	4	4
4	5	4	4
5	4	4	5
4	4	5	5
5	4	4	4
4	4	3	2
4	4	4	4
3	3	4	4
5	4	4	5
5	5	4	4
3	3	3	2
5	5	4	5
3	3	3	3
5	5	4	5
4	4	3	3
4	5	4	5
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	5	4
4	5	5	5
4	4	5	4
4	4	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	5
5	4	5	5
2	4	4	3
5	3	3	3
3	3	3	3
5	5	4	5
4	4	4	4
4	3	3	4
5	5	5	3
4	4	5	4

Y2.7	Y2.8	Y2.9	Y2.10	Y2.11	Y2.12	Y2.13	Y2.14	Y2.15	Y3.1	Y3.2
5	4	5	5	4	4	2	5	5	3	4
5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	4	3	5	1	4	3	3	2
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	2	2	5	5	2	4
4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4
5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5
4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4
4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3
4	3	4	4	3	2	5	3	4	4	3
4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5

LAMPIRAN 3 : TABULASI SPSS FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

Deskripsi Jawaban Responden per Dimensi

Kelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kelas X	39	39,0	39,0	39,0
	Kelas XI	32	32,0	32,0	71,0
	Kelas XII	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	45	45,0	45,0	45,0
	Perempuan	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	2	2,0	2,0	2,0
	15	23	23,0	23,0	25,0
	16	39	39,0	39,0	64,0
	17	22	22,0	22,0	86,0
	18	11	11,0	11,0	97,0
	19	2	2,0	2,0	99,0
	20	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tempat tinggal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rumah Orangtua	82	82,0	82,0	82,0
	Kos	1	1,0	1,0	83,0
	Asrama	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jarak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 1 Km	52	52,0	52,0	52,0
	1 Km s.d 3 Km	34	34,0	34,0	86,0
	Lebih dari 3 Km	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Penghasilan Ortu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp1.500.000,00	22	22,0	22,0	22,0
	Rp1.500.000,00 s.d Rp3.000.000,00	43	43,0	43,0	65,0
	Rp3.000.000,00 s.d Rp5.000.000,00	24	24,0	24,0	89,0
	Lebih dari Rp5.000.000,00	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan Ortu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/TNI/POLRI	16	16,0	16,0	16,0
	Karyawan Swasta	18	18,0	18,0	34,0
	Wirausaha	45	45,0	45,0	79,0
	Pedagang	11	11,0	11,0	90,0
	Petani	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Info_sekolah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dari teman atau keluarga yang sedang bersekolah di SMA Santo Ignasius	61	61,0	61,0	61,0
	Dari alumni	5	5,0	5,0	66,0
	Brosur/Pamflet	17	17,0	17,0	83,0
	Promosi sekolah	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tangible

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,25	1	1,0	1,0	1,0
	2,75	1	1,0	1,0	2,0
	2,88	1	1,0	1,0	3,0
	3,13	3	3,0	3,0	6,0
	3,25	1	1,0	1,0	7,0
	3,38	2	2,0	2,0	9,0
	3,50	3	3,0	3,0	12,0
	3,63	6	6,0	6,0	18,0
	3,75	10	10,0	10,0	28,0
	3,88	6	6,0	6,0	34,0
	4,00	5	5,0	5,0	39,0
	4,13	7	7,0	7,0	46,0
	4,25	11	11,0	11,0	57,0
	4,38	8	8,0	8,0	65,0
	4,50	11	11,0	11,0	76,0
	4,63	11	11,0	11,0	87,0
	4,75	7	7,0	7,0	94,0
	4,88	3	3,0	3,0	97,0
	5,00	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Keandalan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	1	1,0	1,0	1,0
	3,33	2	2,0	2,0	3,0
	3,50	1	1,0	1,0	4,0
	3,67	6	6,0	6,0	10,0
	3,83	5	5,0	5,0	15,0
	4,00	7	7,0	7,0	22,0
	4,17	8	8,0	8,0	30,0
	4,33	10	10,0	10,0	40,0
	4,50	10	10,0	10,0	50,0
	4,67	15	15,0	15,0	65,0
	4,83	21	21,0	21,0	86,0
	5,00	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Daya_tanggap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,20	3	3,0	3,0	3,0
	3,40	8	8,0	8,0	11,0
	3,60	5	5,0	5,0	16,0
	3,80	5	5,0	5,0	21,0
	4,00	7	7,0	7,0	28,0
	4,20	14	14,0	14,0	42,0
	4,40	10	10,0	10,0	52,0
	4,60	18	18,0	18,0	70,0
	4,80	14	14,0	14,0	84,0
	5,00	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jaminan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,14	1	1,0	1,0	1,0
	2,71	1	1,0	1,0	2,0
	2,86	1	1,0	1,0	3,0
	3,14	3	3,0	3,0	6,0
	3,29	4	4,0	4,0	10,0
	3,43	2	2,0	2,0	12,0
	3,57	5	5,0	5,0	17,0
	3,71	7	7,0	7,0	24,0
	3,86	6	6,0	6,0	30,0
	4,00	13	13,0	13,0	43,0
	4,14	10	10,0	10,0	53,0
	4,29	9	9,0	9,0	62,0
	4,43	7	7,0	7,0	69,0
	4,57	7	7,0	7,0	76,0
	4,71	15	15,0	15,0	91,0
	4,86	5	5,0	5,0	96,0
	5,00	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Empati

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,29	1	1,0	1,0	1,0
	2,86	1	1,0	1,0	2,0
	3,00	1	1,0	1,0	3,0
	3,14	2	2,0	2,0	5,0
	3,29	3	3,0	3,0	8,0
	3,43	3	3,0	3,0	11,0
	3,57	6	6,0	6,0	17,0
	3,71	5	5,0	5,0	22,0
	3,86	12	12,0	12,0	34,0
	4,00	5	5,0	5,0	39,0
	4,14	8	8,0	8,0	47,0
	4,29	10	10,0	10,0	57,0
	4,43	10	10,0	10,0	67,0
	4,57	9	9,0	9,0	76,0
	4,71	9	9,0	9,0	85,0
	4,86	6	6,0	6,0	91,0
	5,00	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Manfaat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,60	1	1,0	1,0	1,0
	3,00	1	1,0	1,0	2,0
	3,20	3	3,0	3,0	5,0
	3,30	3	3,0	3,0	8,0
	3,50	2	2,0	2,0	10,0
	3,60	3	3,0	3,0	13,0
	3,70	2	2,0	2,0	15,0
	3,80	4	4,0	4,0	19,0
	3,90	6	6,0	6,0	25,0
	4,00	9	9,0	9,0	34,0
	4,10	9	9,0	9,0	43,0
	4,20	5	5,0	5,0	48,0
	4,30	7	7,0	7,0	55,0
	4,40	6	6,0	6,0	61,0
	4,50	8	8,0	8,0	69,0
	4,60	13	13,0	13,0	82,0
	4,70	5	5,0	5,0	87,0
	4,80	7	7,0	7,0	94,0
	4,90	2	2,0	2,0	96,0
	5,00	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Biaya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,83	1	1,0	1,0	1,0
	2,17	1	1,0	1,0	2,0
	2,33	1	1,0	1,0	3,0
	2,50	2	2,0	2,0	5,0
	2,67	1	1,0	1,0	6,0
	2,83	6	6,0	6,0	12,0
	3,00	4	4,0	4,0	16,0
	3,17	4	4,0	4,0	20,0
	3,33	8	8,0	8,0	28,0
	3,50	7	7,0	7,0	35,0
	3,67	11	11,0	11,0	46,0
	3,83	6	6,0	6,0	52,0
	4,00	9	9,0	9,0	61,0
	4,17	12	12,0	12,0	73,0
	4,33	7	7,0	7,0	80,0
	4,50	10	10,0	10,0	90,0
	4,67	9	9,0	9,0	99,0
	4,83	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Integritas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,67	1	1,0	1,0	1,0
	3,00	3	3,0	3,0	4,0
	3,50	1	1,0	1,0	5,0
	3,67	6	6,0	6,0	11,0
	3,83	7	7,0	7,0	18,0
	4,00	14	14,0	14,0	32,0
	4,17	4	4,0	4,0	36,0
	4,33	7	7,0	7,0	43,0
	4,50	11	11,0	11,0	54,0
	4,67	6	6,0	6,0	60,0
	4,83	18	18,0	18,0	78,0
	5,00	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kredibilitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	2,0	2,0	2,0
	3,14	1	1,0	1,0	3,0
	3,29	1	1,0	1,0	4,0
	3,43	1	1,0	1,0	5,0
	3,57	6	6,0	6,0	11,0
	3,71	1	1,0	1,0	12,0
	3,86	5	5,0	5,0	17,0
	4,00	6	6,0	6,0	23,0
	4,14	9	9,0	9,0	32,0
	4,29	8	8,0	8,0	40,0
	4,43	10	10,0	10,0	50,0
	4,57	16	16,0	16,0	66,0
	4,71	21	21,0	21,0	87,0
	4,86	5	5,0	5,0	92,0
	5,00	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Reputasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,50	1	1,0	1,0	1,0
	3,00	2	2,0	2,0	3,0
	3,50	2	2,0	2,0	5,0
	4,00	19	19,0	19,0	24,0
	4,50	26	26,0	26,0	50,0
	5,00	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kinerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,67	1	1,0	1,0	1,0
	2,67	2	2,0	2,0	3,0
	3,00	8	8,0	8,0	11,0
	3,33	11	11,0	11,0	22,0
	3,67	12	12,0	12,0	34,0
	4,00	19	19,0	19,0	53,0
	4,33	18	18,0	18,0	71,0
	4,67	14	14,0	14,0	85,0
	5,00	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,33	1	1,0	1,0	1,0
	2,67	1	1,0	1,0	2,0
	3,00	8	8,0	8,0	10,0
	3,33	9	9,0	9,0	19,0
	3,67	18	18,0	18,0	37,0
	4,00	24	24,0	24,0	61,0
	4,33	22	22,0	22,0	83,0
	4,67	10	10,0	10,0	93,0
	5,00	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



LAMPIRAN 4 : TABEL OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS

VALIDITAS KUALITAS LAYANAN			
Item Pernyataan		Kualitas	Keterangan
X1	Pearson Correlation	,507**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X2	Pearson Correlation	,532**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X3	Pearson Correlation	,496**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X4	Pearson Correlation	,706**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X5	Pearson Correlation	,569**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X6	Pearson Correlation	,716**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X7	Pearson Correlation	,488**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X8	Pearson Correlation	,520**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X9	Pearson Correlation	,518**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X10	Pearson Correlation	,464**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	

VALIDITAS KUALITAS LAYANAN

Item Pernyataan		Kualitas	Keterangan
X11	Pearson Correlation	,626**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X12	Pearson Correlation	,625**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X13	Pearson Correlation	,677**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X14	Pearson Correlation	,576**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X15	Pearson Correlation	,637**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X16	Pearson Correlation	,596**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X17	Pearson Correlation	,633**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X18	Pearson Correlation	,461**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X19	Pearson Correlation	,559**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X20	Pearson Correlation	,604**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
X21	Pearson Correlation	,655**	Valid

VALIDITAS KUALITAS LAYANAN

Item Pernyataan		Kualitas	Keterangan
X22	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,633**	
X23	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,644**	
X24	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,698**	
X25	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,591**	
X26	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,639**	
X27	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,500**	
X28	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,554**	
X29	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,615**	
X30	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,664**	
X31	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,736**	

VALIDITAS KUALITAS LAYANAN

Item Pernyataan		Kualitas	Keterangan
X32	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,677**	
X33	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,610**	
Kualitas	Sig. (2-tailed)		Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	1	

VALIDITAS PERSEPSI SISWA

Item Pernyataan		Persepsi	Keterangan
Y1.1	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,632**	
Y1.2	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,683**	
Y1.3	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,606**	
Y1.4	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,573**	
Y1.5	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,477**	
Y1.6	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	N	100	
	Pearson Correlation	,682**	
Y1.7	Sig. (2-tailed)	,000	Valid
	Pearson Correlation	,634**	

VALIDITAS PERSEPSI SISWA

Item Pernyataan		Persepsi	Keterangan
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y1.8	Pearson Correlation	,745**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y1.9	Pearson Correlation	,735**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y1.10	Pearson Correlation	,600**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y1.11	Pearson Correlation	,635**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y1.12	Pearson Correlation	,520**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y1.13	Pearson Correlation	,537**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y1.14	Pearson Correlation	,381**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y1.15	Pearson Correlation	,647**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y1.16	Pearson Correlation	,296**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,003	
	N	100	
Persepsi	Pearson Correlation	1	Valid
	Sig. (2-tailed)		
	N	100	

VALIDITAS KEPERCAYAAN SISWA

Item Pernyataan		Kepercayaan	Keterangan
Y2.1	Pearson Correlation	,760**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.2	Pearson Correlation	,752**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.3	Pearson Correlation	,766**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.4	Pearson Correlation	,841**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.5	Pearson Correlation	,737**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.6	Pearson Correlation	,734**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.7	Pearson Correlation	,616**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.8	Pearson Correlation	,670**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.9	Pearson Correlation	,638**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.10	Pearson Correlation	,736**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	

VALIDITAS KEPERCAYAAN SISWA

Item Pernyataan		Kepercayaan	Keterangan
Y2.11	Pearson Correlation	,779**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.12	Pearson Correlation	,566**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.13	Pearson Correlation	,276**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,005	
	N	100	
Y2.14	Pearson Correlation	,586**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y2.15	Pearson Correlation	,562**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Kepercayaan	Pearson Correlation	1	Valid
	Sig. (2-tailed)		
	N	100	

VALIDITAS KEPUASAN SISWA

Item Pernyataan		Kepuasan	Keterangan
Y3.4	Pearson Correlation	,745**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y3.5	Pearson Correlation	,752**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y3.6	Pearson Correlation	,768**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Kepuasan	Pearson Correlation	1	Valid
	Sig. (2-tailed)		
	N	100	

VALIDITAS KEPUASAN SISWA

Item Pernyataan		Kepuasan	Keterangan
Y3.1	Pearson Correlation	,807**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y3.2	Pearson Correlation	,839**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	
Y3.3	Pearson Correlation	,771**	Valid
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	

LAMPIRAN 5 : TABEL OUTPUT SPSS UJI RELIABILITAS

Reliabilitas Kualitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,947	34

Reliabilitas Persepsi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,887	17

Reliabilitas Kepercayaan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,922	16

Reliabilitas Kepuasan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	7



LAMPIRAN 6 : TABEL OUTPUT SPSS UJI NORMALITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Persepsi
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765 ^a	,586	,581	,34431

- a. Predictors: (Constant), Kualitas
b. Dependent Variable: Persepsi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,411	1	16,411	138,438	,000 ^b
	Residual	11,618	98	,119		
	Total	28,029	99			

- a. Dependent Variable: Persepsi
b. Predictors: (Constant), Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,865	,273		3,172	,002
	Kualitas	,768	,065	,765	11,766	,000

- a. Dependent Variable: Persepsi

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,8395	4,6859	4,0495	,40715	100
Residual	-,85146	,63780	,00000	,34256	100
Std. Predicted Value	-2,972	1,563	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,473	1,852	,000	,995	100

- a. Dependent Variable: Persepsi

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Standardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	,0000000
Std. Deviation	,99493668
Most Extreme Differences	
Absolute	,054
Positive	,036
Negative	-,054
Test Statistic	,054
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Kepercayaan
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,581	,577	,37555

- a. Predictors: (Constant), Kualitas
b. Dependent Variable: Kepercayaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,174	1	19,174	135,950	,000 ^b
	Residual	13,821	98	,141		
	Total	32,995	99			

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. Predictors: (Constant), Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,128	,298		3,790	,000
	Kualitas	,830	,071	,762	11,660	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,2617	5,2574	4,5695	,44008	100
Residual	-1,20125	,98536	,00000	,37365	100
Std. Predicted Value	-2,972	1,563	,000	1,000	100
Std. Residual	-3,199	2,624	,000	,995	100

a. Dependent Variable: Kepercayaan

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,99493668
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,050
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,194 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Kualitas, Persepsi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 ^a	,578	,565	,47174

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,240	3	9,747	43,798	,000 ^b
	Residual	21,364	96	,222		
	Total	50,604	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,453	,403		-1,124	,264
	Kualitas	,271	,149	,201	1,816	,073
	Persepsi	,563	,169	,419	3,338	,001
	Kepercayaan	,243	,155	,196	1,570	,120

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,3827	4,9536	4,0582	,54347	100
Residual	-1,20649	,99377	,00000	,46454	100
Std. Predicted Value	-3,083	1,848	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,558	2,107	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Kepuasan

NPar Tests**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98473193
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,042
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



LAMPIRAN 7 : TABEL OUTPUT SPSS UJI MULTIKOLINIERITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Kualitas, Persepsi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 ^a	,578	,565	,47174

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,240	3	9,747	43,798	,000 ^b
	Residual	21,364	96	,223		
	Total	50,604	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,453	,403		-1,124	,264		
	Kualitas	,271	,149	,201	1,816	,073	,359	2,782
	Persepsi	,563	,169	,419	3,338	,001	,279	3,582
	Kepercayaan	,243	,155	,196	1,570	,120	,282	3,544

a. Dependent Variable: Kepuasan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Kualitas	Persepsi	Kepercayaan
1	1	3,983	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,010	19,568	,98	,03	,05	,03
	3	,004	31,241	,01	,97	,20	,15
	4	,003	37,181	,01	,00	,75	,82

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,3827	4,9536	4,0582	,54347	100
Residual	-1,20649	,99377	,00000	,46454	100
Std. Predicted Value	-3,083	1,648	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,558	2,107	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Kepuasan

LAMPIRAN 8 : TABEL OUTPUT SPSS UJI HETEROSKEDASTISITAS

Regression**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Kualitas, Persepsi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 ^a	,578	,565	,47174

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,240	3	9,747	43,798	,000 ^b
	Residual	21,364	96	,223		
	Total	50,604	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,453	,403		-1,124	,264
	Kualitas	,271	,149	,201	1,816	,073
	Persepsi	,563	,169	,419	3,338	,001
	Kepercayaan	,243	,155	,196	1,570	,120

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,3827	4,9536	4,0582	,54347	100
Residual	-1,20649	,99377	,00000	,46454	100
Std. Predicted Value	-3,083	1,648	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,558	2,107	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Kepuasan

Regression**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Kualitas, Persepsi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770 ^a	,594	,581	2,36577

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	784,891	3	261,630	46,746	,000 ^b
	Residual	537,299	96	5,597		
	Total	1322,190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,680	2,403		-1,532	,129
	Kualitas	,067	,026	,276	2,543	,013
	Persepsi	,142	,056	,298	2,536	,013
	Kepercayaan	,139	,064	,262	2,157	,034

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14,3037	28,4385	24,0900	2,81570	100
Residual	-5,74811	4,75556	,00000	2,32965	100
Std. Predicted Value	-3,476	1,544	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,430	2,010	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Kepuasan

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Lnkepry, Lnkual, Lnppers ^b		Enter

a. Dependent Variable: LnU2

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,229 ^a	,052	,023	1,77645

a. Predictors: (Constant), Lnkepry, Lnkual, Lnppers

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,720	3	5,573	1,766	,159 ^b
	Residual	302,953	96	3,156		
	Total	319,673	99			

a. Dependent Variable: LnU2

b. Predictors: (Constant), Lnkepry, Lnkual, Lnppers

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,286	7,746		2,102	,038
	Lnkual	-5,192	2,655	-,332	-1,956	,053
	Lnppers	,786	2,612	,055	,301	,764
	Lnkepry	1,603	3,065	,101	,523	,602

a. Dependent Variable: LnU2

LAMPIRAN 9 : TABEL OUTPUT SPSS UJI LINIERITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X_Sqr, Kualitas ^b		Enter

a. Dependent Variable: Persepsi

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,776 ^a	,601	,593	,33938	2,129

a. Predictors: (Constant), X_Sqr, Kualitas

b. Dependent Variable: Persepsi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,857	2	8,428	73,178	,000 ^b
	Residual	11,172	97	,115		
	Total	28,029	99			

a. Dependent Variable: Persepsi

b. Predictors: (Constant), X_Sqr, Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,458	1,711		-1,436	,154
	Kualitas	2,461	,863	2,452	2,851	,005
	X_Sqr	-,212	,108	-1,691	-1,967	,052

a. Dependent Variable: Persepsi

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,4700	4,5487	4,0495	,41264	100
Residual	-,81375	,61989	,00000	,33593	100
Std. Predicted Value	-3,828	1,210	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,398	1,827	,000	,990	100

a. Dependent Variable: Persepsi

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,762 ^a	,581	,577	,37555	1,668

a. Predictors: (Constant), Kualitas

b. Dependent Variable: Kepercayaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,174	1	19,174	135,950	,000 ^b
	Residual	13,821	98	,141		
	Total	32,995	99			

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. Predictors: (Constant), Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,128	,298		3,790	,000
	Kualitas	,830	,071	,762	11,660	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,2617	5,2574	4,5695	,44008	100
Residual	-1,20125	,98536	,00000	,37365	100
Std. Predicted Value	-2,972	1,563	,000	1,000	100
Std. Residual	-3,199	2,624	,000	,995	100

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X_Sqr1, Kualitas ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,784 ^a	,615	,607	,36184	1,805

a. Predictors: (Constant), X_Sqr1, Kualitas

b. Dependent Variable: Kepercayaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,296	2	10,148	77,508	,000 ^b
	Residual	12,700	97	,131		
	Total	32,995	99			

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. Predictors: (Constant), X_Sqr1, Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4,145	1,824		-2,273	,025
	Kualitas	3,517	,920	3,229	3,821	,000
	X_Sqr1	-,336	,115	-2,474	-2,927	,004

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,6753	5,0396	4,5695	,45278	100
Residual	-1,27895	,95693	,00000	,35816	100
Std. Predicted Value	-4,184	1,038	,000	1,000	100
Std. Residual	-3,535	2,645	,000	,990	100

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Kualitas, Persepsi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,760 ^a	,578	,565	,47174	1,996

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,240	3	9,747	43,798	,000 ^b
	Residual	21,364	96	,223		
	Total	50,604	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,453	,403		-1,124	,264
	Kualitas	,271	,149	,201	1,816	,073
	Persepsi	,563	,169	,419	3,338	,001
	Kepercayaan	,243	,155	,196	1,570	,120

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,3827	4,9536	4,0582	,54347	100
Residual	-1,20649	,99377	,00000	,46454	100
Std. Predicted Value	-3,083	1,648	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,558	2,107	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Kepuasan

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Y2_Sqr, X_Sqr, Y1_Sqr, Persepsi, Kepercayaan, Kualitas ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,767 ^a	,588	,562	,47337	1,909

a. Predictors: (Constant), Y2_Sqr, X_Sqr, Y1_Sqr, Persepsi, Kepercayaan, Kualitas

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,765	6	4,961	22,139	,000 ^b
	Residual	20,839	93	,224		
	Total	50,604	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Y2_Sqr, X_Sqr, Y1_Sqr, Persepsi, Kepercayaan, Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,446	2,578		-,561	,576
	Kualitas	2,421	1,742	1,795	1,390	,168
	Persepsi	-1,294	1,563	-,963	-,828	,410
	Kepercayaan	,396	1,530	,320	,259	,796
	X_Sqr	-,261	,211	-1,550	-1,236	,220
	Y1_Sqr	,230	,193	1,336	1,189	,238
	Y2_Sqr	-,018	,173	-,124	-,104	,918

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,1771	5,0341	4,0582	,54832	100
Residual	-1,22292	,99114	,00000	,45880	100
Std. Predicted Value	-3,431	1,780	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,583	2,094	,000	,969	100

a. Dependent Variable: Kepuasan

LAMPIRAN 10 : TABEL OUTPUT SPSS UJI JALUR 1

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Persepsi
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765 ^a	,586	,581	,34431

- a. Predictors: (Constant), Kualitas
b. Dependent Variable: Persepsi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,411	1	16,411	138,438	,000 ^b
	Residual	11,618	98	,119		
	Total	28,029	99			

- a. Dependent Variable: Persepsi
b. Predictors: (Constant), Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,865	,273		3,172	,002
	Kualitas	,768	,065	,765	11,766	,000

- a. Dependent Variable: Persepsi

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,8395	4,6859	4,0495	,40715	100
Residual	-,85146	,63780	,00000	,34256	100
Std. Predicted Value	-,2972	1,563	,000	1,000	100
Std. Residual	-,2473	1,852	,000	,995	100

- a. Dependent Variable: Persepsi

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Kepercayaan
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,581	,577	,37555

- a. Predictors: (Constant), Kualitas
b. Dependent Variable: Kepercayaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,174	1	19,174	135,950	,000 ^b
	Residual	13,821	98	,141		
	Total	32,995	99			

- a. Dependent Variable: Kepercayaan
b. Predictors: (Constant), Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,128	,298		3,790	,000
	Kualitas	,830	,071	,762	11,660	,000

- a. Dependent Variable: Kepercayaan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,2617	5,2574	4,5695	,44008	100
Residual	-1,20125	,98536	,00000	,37365	100
Std. Predicted Value	-2,972	1,563	,000	1,000	100
Std. Residual	-3,199	2,624	,000	,995	100

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Kualitas, Persepsi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 ^a	,578	,565	,47174

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,240	3	9,747	43,798	,000 ^b
	Residual	21,364	96	,223		
	Total	50,604	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas, Persepsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,453	,403		-1,124	,264
	Kualitas	,271	,149	,201	1,816	,073
	Persepsi	,563	,169	,419	3,338	,001
	Kepercayaan	,243	,155	,196	1,570	,120

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,3827	4,9536	4,0582	,54347	100
Residual	-1,20649	,99377	,00000	,46454	100
Std. Predicted Value	-3,083	1,648	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,558	2,107	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Kepuasan

LAMPIRAN 11 : TABEL OUTPUT SPSS UJI JALUR 2

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi, Kualitas ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Kepuasan
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,753 ^a	,567	,558	,47529

- a. Predictors: (Constant), Persepsi, Kualitas
b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28,692	2	14,346	63,507	,000 ^b
	Residual	21,912	97	,226		
	Total	50,604	99			

- a. Dependent Variable: Kepuasan
b. Predictors: (Constant), Persepsi, Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,310	,395		-,784	,435
	Kualitas	,356	,140	,264	2,545	,013
	Persepsi	,714	,139	,531	5,121	,000

- a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,4134	4,9651	4,0582	,53835	100
Residual	-1,25872	1,00267	,00000	,47046	100
Std. Predicted Value	-3,055	1,685	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,648	2,110	,000	,990	100

- a. Dependent Variable: Kepuasan