

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN SANTRI BELAJAR DIPONDOK PESANTREN
AL MUJAHIDIN KECAMATAN TEMANGGUNG
JAWA TENGAH**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama	: Dedy Aryanto
Nomor Mahasiswa	: 98 311 141
Program Studi	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN SANTRI BELAJAR DIPONDOK PESANTREN
AL MUJAHIDIN KECAMATAN TEMANGGUNG
JAWA TENGAH**

SKRIPSI

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh
gelar Asarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas ekonomi,
Universitas Islam Indonesia**



Disusun Oleh :

**DEDY ARYANTO
98 311 141**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, Oktober 2006

Penulis

Dedy Aryanto

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

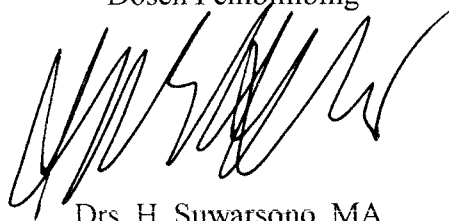
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN SANTRI BELAJAR DI PONDOK PESANTREN AL MUJAHIDIN KECAMATAN TEMANGGUNG JAWA TENGAH

Nama : Dedy Aryanto
Nomor Mahasiswa : 98 311 141
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Oktober 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Drs. H. Suwarsono, MA.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan
Untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Nama : Dedy Aryanto
Nomor Mahasiswa : 98 311 141
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Oktober 2006

Disahkan Oleh

Penguji/pembimbing Skripsi : Drs. H. Suwarsono, MA

Penguji 1

:

Penguji 2

:

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

(Drs. H. Asma'i Ishak, M.Bus, P.Hd)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Santri
Belajar Di Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung
Jawa Tengah**

Disusun Oleh: DEDY ARYANTO
Nomor mahasiswa: 98311141

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 12 Oktober 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Suwarsono, MA

Penguji : Dra. Sri Hardjanti, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan santri terhadap pelayanan pondok pesantren Al Mujahidin di kecamatan Temanggung.

Metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan terhadap pelayanan pondok pesantren Al mujahidin, alaha dengan menggunakan analisis regresi berganda. Dalam hal ini digunakan skala likert yang selanjutnya akan dijabarkan dan dibagi dalam perhitungan yang menggunakan program komputer yaitu SPSS ver. 10.

Hasil penelitian menunjukan bahwa tingkat kepuasan santri umumnya telah terpenuhi, terhadap pelayanan yang diberikan oleh Pondok Pesantren Al Mujahidin Temanggung. Adapun faktor atau variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan santri adalah variabel fasilitas, seperti pra sarana belajar, kenyamanan tempat beristirahat dan kenyamana diruang belajar. Pada dasarnya para santri yang belajar dipondok pesantren ini, menyadari betul akan segala keterbatasan yang dimiliki oleh pihak pesantren. Hal ini dicerminkan dengan sikap cenderung memilih poin puas dalam setiap opsi pertanyaan Kuisisioner.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT kami memohon pertolongan, petunjuk dan berlandung kepada-Nya, shalawat dan salam bagi junjungan Nabi besar Muhammad SAW. Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad dan hidayah-Nya yang telah memberkan kekuatan, kesabaran dan hikmah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Adapun tujuan penulisan ini untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen di fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Dimana skripsi ini berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN SANTRI BELAJAR DI PONDOK PESANTREN AL MUJAHIDIN KECAMATAN TEMANGGUNG JAWA TENGAH”**.

Dengan terselesainya penyusunan skripsi ini penulis menyadari adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materiil. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bpk. Drs. H. Asma'i Ishak, M.Bus, P.Hd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menempuh tugas akhir.
2. Bpk. Dr. Zainal Abidin Ketua Jurusan Manajemen, Mas Wid Front Office Jurusan Manajemen.
3. Bpk. Drs. H. Suwarsono, M.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar membimbing penulis hingga bisa seperti ini.
4. Yang tercinta Bapak dan Ibu, Supoyo dan Acha Hapsari, atas semua pengorbanan, do'a, bimbingan, panutan, ketulusan, keikhlasan, kesabaran dan kasih sayangnya. "Aku Bangga & Beruntung Menjadi Putra Kalian"
5. Adik – adikku yang tersayang Naniek "Lien" Indriyati, Hendra "Beo" Wijanarko, Hesti Maretni Wulansari (mace Nothing) yang selalu mendukung dan mengerti akan keadaanku, juga menjadi motivasiku untuk terus berjuang menyelesaikan studyku...mas Noval (selamat bergabung)..Titis (makasih untuk komputer dan kamarnya)
6. Kekasihku ... Dian Ari Anggarawati, aku yakin semua ini tidak kebetulan, mungkin ini arti dari pencarianku selama ini..
7. Sahabat sekaligus saudaraku Saddam, Habibi, Bang Edhon ... Muoshil, budi dan pengorban kalian tak akan pernah bisa kubalas ...
8. Buat teman – teman seperjuangan : Mustofa Kamal,se.MM., Edi,se., Ephank,se., Annas,se, Dedi,se., Ari,se., yang meyakinkan aku untuk terus

berjuang menyelesaikan studyku...*see you on top my bro* .. maaf kuliahku lebih lama dari kalian

9. Teman – teman mancan kidul Tata, Pujangga, Prast, Kang Asep, Guru “Epan” Dorna, Tata, Top-One, Ardhi, Gondest, Burjo Didi, Amet, Burjo Iphink, gila cepet baged waktu berputar...
10. Teman – teman di Fakfak tercinta ... dr.Mega, Fachrul “Payu” Rossi.s.t, Iandj, Made, Opick, Moi, Ridwan “colo” Bauw (selamat Persipura telah jadi yang terbaik), Dedy Kamisopa, Capunk, Fenny, Vikhe, Joko, Yuya, Virda, Baharudin, saudaraku Dendi...something are change n’ something are doesn’t..
11. Keluarga besar di Fakfak dan di Yogya ... maaf aku belum bisa memberikan yang terbaik....
12. Semua pihak yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat ku sebut satu persatu.

Besar harapan penulis mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kegunaan di dalam menambah pengetahuan bagi diri penyusun sendiri dan pembaca. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan selanjutnya. Semoga Allah SWT melindungi dan senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua. Amin..... Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Oktober 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iv
Halaman Pengesahan Skripsi	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Penelitian	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Manajemen Pemasaran	11

1. Pengertian Menajamen Pemasaran	11
2. Konsep Pemasaran	14
B. Pemasaran Jasa	14
1. Pengertian Jasa	14
2. Karakteristik Jasa	15
3. Perilaku Konsumen Jasa	17
4. Proses Pembelian Jasa	20
C. Kualitas Jasa	24
1. Pengertian Kualitas Jasa	24
2. Komponen-komponen kualitas Jasa	26
3. Dimensi Kualitas Jasa	27
D. Kepuasan Konsumen (Pelanggan)	28
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	29
2. Penilaian Kepuasan Pelanggan	30
3. Manfaat Penilaian Kepuasan Pelanggan	31
4. Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Komsumen	31
E. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Variabel Penelitian	35
B. Populasi dan sampel	35
C. Data dan Metode Pengumpulan Data	36
D. Uji Validitas dan Uji Realibilitas	38

E. Teknik Analisis Data	41
BAB IV ANALISIS DATA	43
A. Analisis Deskriptif	43
B. Analisis Kuantitatif	52
C. Uji Serentak (Uji f)	56
D. Uji Regresi Parsial (Uji t)	57
E. Variabel Dominan	60
F. Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Sistem Pemasaran Sederhana	15
2.2 Model Perilaku Konsumen.....	22

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah Santri Pada Tahun 1999 – 2003	3
1.2 Jumlah Santri Al Mujahidin Pada Tahun 1999 – 2003	9
3.1 Hasil Uji Validitas	43
3.2 Hasil Uji Realibilitas	44
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
4.4 Variabel Fasilitas	49
4.5 Variabel Pelayanan	50
4.6 Variabel Kurikulum	51
4.7 Variabel Lokasi	52
4.8 Variabel Biaya	53
4.9 Variabel Kepuasan Santri	54
4.10 Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda	56
4.11 Koefisien Determinasi Parsial	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan terakhir ini, keberadaan pondok pendidikan di Pondok Pesantren semakin memberikan kontribusi yang cukup berarti terhadap pendidikan nasional. Hal ini dapat dimaklumi karena disamping semakin tingginya biaya pendidikan formal, kebutuhan akan ilmu-ilmu agama juga semakin besar. Keberadaan pondok pesantren pada akhirnya diharapkan mampu memberikan nilai lebih dibandingkan dengan sekolah-sekolah yang sudah ada. Selain itu pondok pesantren juga diharapkan mampu mengembalikan tatanan moral masyarakat yang cenderung mengalami pergeseran dari norma-norma agama.

Eksistensi pondok pesantren di Indonesia sendiri sebenarnya sudah ada sejak lama. Sejarah mencatat ada beberapa tokoh nasional yang berasal dari binaan pondok pesantren, bahkan beberapa politikus ternama pada mulanya menuntut ilmu di lingkungan “pondokan”. Dari fakta-fakta tersebut, bisa kita lihat bahwa pondok pesantren tidak hanya merupakan tempat untuk memperdalam ilmu agama saja, tetapi sudah mencakup bidang ilmu yang lain, sebut saja politik, sosial, budaya, dan lain sebagainya dengan semakin berkembangnya jaman, pondok pesantren juga ikut berbenah sesuai dengan tuntutan masyarakat sekitar.

Kita tentu mengenal beberapa pondok pesantren yang lebih modern dalam membina santri-santrinya, sebut saja pondok pesantren Gontor ataupun Da'arut Tuhid. Kedua pondok pesantren tersebut umumnya sudah menerapkan pola-pola yang lebih “kekinian” dalam memberikan pelajaran-pelajaran. Sehingga kesan ketinggalan jaman ataupun kempungan yang identik dengan pondok pesantren semakin lama semakin terkikis, bahkan telah ada beberapa pondok pesantren yang menggunakan bahasa Inggris ataupun bahasa mandarin baik dalam metode pengajaran maupun bahasa pergaulan sehari-harinya dilingkungan pondok. Dari semua itu akhirnya kita bisa menarik sebuah kesimpulan, bahwa keberadaan pondok pesantren semakin dibutuhkan ditengah perkembangan jaman yang pesat. Paling tidak pondok pesantren diharapkan mampu menjaga nilai-nilai agama tetap tertanam.

Pertumbuhan akan jumlah satri yang mendaftar dari tahun ke tahun juga menunjukan kenaikan. Khususnya di Kecamatan Temanggung, data tahun 1999/2000, 2001/2002, 2002/2003 yang dikeluarkan Departemen Agama Kabupaten Temanggung dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1

**Jumlah Santri yang ada pada Lembaga Pendidikan
Pondok Pesantren di Kecamatan Temanggung
Jawa Tengah
1999 - 2003**

TAHUN	JUMLAH SANTRI		JUMLAH SANTRI
	PRIA	WANITA	
1999/2000	496	324	820
2001/2002	521	381	902
2002/2003	987	672	1659

Sumber : Departemen Agama R.I (1999 - 2003)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dikatakan bahwa jumlah santri yang belajar di Pondok Pesantren di Kec. Temanggung dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan. Menurut catatan tahun 2002-2003 di Kecamatan Temanggung terdapat 12 Pondok Pesantren, yang tersebar hampir merata diseluruh kecamatan.

Dengan adanya peningkatan jumlah santri tersebut, lembaga pendidikan Pondok Pesantren memiliki peluang besar untuk dimodernisasikan kearah yang lebih ideal dan bervariasi dalam kaitannya dengan Pendidikan Nasional maupun aspirasi umat Islam di Temanggung.

Agama merupakan sektor yang sangat penting dalam Pembangunan Nasional dan karena mayoritas penduduk di Kecamatan Temanggung beragama Islam, maka pembangunan keagamaan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh pemerintah bersama-sama dengan masyarakat.

Pendidikan Pesantren umumnya melalui tahapan awal yaitu adanya sekelompok anak-anak mengaji Al-Qur'an yang intensif yang tidak hanya dilakukan setelah sholat maghrib, melainkan sesudah sholat isya' dan subuh. Dengan demikian anak-anak yang mengaji, lebih-lebih yang datang dari desa lain yang tidak sempat pulang dapat tidur di langgar dan serambi masjid. Masjid pada waktu itu bertambah fungsi sebagai asrama untuk anak-anak mengaji.

Kehidupan keagamaannya dapat dilihat dengan maraknya pengajian-pengajian baik itu pengajian umum dalam rangka memperingati hari besar Islam ataupun pengajian-pengajian rutin yang diadakan setiap malam tertentu. Pengajian ini biasanya diadakan di masjid dan di mushola-mushola, bahkan di rumah-rumah penduduk. Dalam kegiatan ini kyai sering diundang untuk memberikan ceramah atau memimpin do'a. Selain pengajian, kegiatan keagamaan lain yang bisa kita lihat seperti : selamatan, *tahlilan*, dan pembacaan kitab *manakib*. Pembacaan kitab *manakib* ini dilakukan pada saat mereka melakukan

suatu hajat, dan pembacaan *manakib* ini biasanya dilakukan rutin dalam kegiatan ketarekatan.

Untuk kegiatan belajar mengajar ilmu-ilmu keislaman, yang memerlukan waktu yang relatif panjang, biasanya para santri diasramakan (tidur di tempat itu), sehingga terjadi interaksi langsung antar santri dan kyai. Jadi diharapkan penyampaian materi bisa diterima oleh para santri dengan baik dan tepat.

Didaerah Temanggung sendiri, kebiasaan yang umumnya terjadi dari berdirinya sebuah pesantren dimulai dari kalangan keluarga terdekat Biasanya para kyai mengajar mengaji anak-anak dimulai dari putera-puterinya sendiri, anak-anak yang ada di sekitar tempat tinggalnya, dan anak-anak dari desa sekitar pesantren. Anak-anak dari desa lain atau dari perkampungan yang jauh diperbolehkan menginap di masjid. Mereka yang “nyantri” seperti ini disebut santri kalong. Mereka menjadi santri di waktu malam tiba, pagi dan siang hari mereka kembali ke rumah atau kampungnya masing-masing untuk membantu pekerjaan orang tuanya.

Sebagai salah satu Pondok Pesantren di daerah Temanggung, Pondok Pesantren Al Mujahidin juga berfungsi sebagai media dakwah bagi para kyai atau keturunannya kepada masyarakat disekitarnya, sistem pengajaran di Pondok Pesantren ini sangat memperhatikan kepandaian menulis dan membaca. Metode yang digunakan dalam menyampaikan ajaran agama Islam tidak hanya secara verbal melainkan juga dengan tulisan. Para kyai dan keturunannya dalam

menjelaskan ajaran agama Islam juga dengan menggunakan gambar-gambar (terutama untuk menjelaskan ajaran *tuju*) seperti ikan, burung, anatomi manusia dan lain-lain. Ini menunjukkan bahwa para kyai di Pondok Pesantren Al Mujahidin telah mengenal dan menggunakan metodologi dan konsep mengajar yang benar dan tepat. Sehingga diharapkan materi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh para santri.

Sebagaimana Pondok Pesantren pada umumnya, masyarakat Pondok Pesantren Al Mujahidin memiliki dan memelihara semangat persaudaraan dan kesatuan, dan mempunyai tujuan umum yaitu kehidupan yang baik di dunia dan akhirat serta terciptanya *baladatul tayyibatun wa rahbun ghaffur* atau negeri yang baik dan sejahtera di bawah lindungan Allah SWT.

Dari perkembangan diatas ternyata Pondok Pesantren memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap lingkungan, baik lingkungan masyarakat maupun lingkungan pemerintahan, hal ini dapat terbukti dengan :

1. Pesantren dapat diterima luas karena tujuan dan kurikulumnya yang sesuai dengan kecenderungan masyarakat dulu hingga saat ini.
2. Pesantren dianggap mewakili harapan masyarakat, hal ini dapat dilihat dari sudut pandang sosial keagamaan maupun ekonomi.
3. Secara sosial keagamaan pesantren diterima masyarakat karena pesantren dapat berinteraksi dengan masyarakat sekitar pesantren. Di samping itu pesantren mempunyai kedudukan khusus dalam masyarakat karena dianggap dapat sebagai panutan.

Pesantren dapat juga berinteraksi dengan pemerintahan, hal ini dapat dilihat :

1. Pesantren dapat sebagai penasehat dan pemberi legitimasi pemerintahan.
2. Pesantren dapat memberikan sikap akomodatif dalam setiap keputusan yang dibuat oleh pemerintah.
3. Pesantren dapat juga sebagai mediator antara masyarakat dengan pemerintah.

Saat ini pesantren diharapkan tidak lagi sekedar memainkan fungsi tradisional, tetapi juga menjadi pusat penyuluhan kesehatan, pusat pengembangan teknologi tepat guna bagi masyarakat pedesaan, pusat usaha-usaha penyelamatan dan pelestarian lingkungan hidup dan lebih penting lagi menjadi pusat pemberdayaan ekonomi di sekitarnya. Dewasa ini semakin banyak pesantren yang terlibat dalam aktifitas-aktifitas *vocational* (bimbingan kejuruan) dan ekonomi seperti dalam usaha-usaha agrobisnis yang mencakup pertanian tanaman pangan, peternakan, perikanan dan kehutanan, pengembangan industri rumah tangga atau industri kecil seperti konveksi, kerajinan tangan, pertokoan, koperasi dan sebagainya.

Semua aktifitas-aktifitas tersebut merupakan respon pesantren terhadap modernisasi pendidikan Islam dan perubahan-perubahan sosial ekonomi yang berlangsung dalam masyarakat Indonesia, yang diindikasikan dari :

- *Pertama*, Pembaruan substansi atau isi pendidikan pesantren dengan memasukkan subyek-subyek umum dan *vocational*,

- *kedua*, Pembaruan kelembagaan, seperti kepemimpinan pesantren, dan
- *ketiga*, Pembaruan fungsi, dari fungsi kependidikan untuk mencakup fungsi sosial ekonomi.

Secara fisik pesantren mengalami kemajuan yang cukup fenomenal, yang salah satunya disebabkan oleh peningkatan kemajuan ekonomi umat Islam. Sekarang ini tidak sulit mencari pesantren-pesantren yang memiliki gedung-gedung dan fasilitas-fasilitas fisik, dan layanan lainnya yang cukup representatif. Dengan demikian pesantren tidak lagi bisa sepenuhnya diasosiasikan dengan asrama yang penuh sesak. Layanan yang ditawarkan pada lembaga pendidikan Pondok Pesantren, sedikit banyak dapat mempengaruhi para santri dalam membuat keputusan memperoleh jasa pelayanan Pondok Pesantren. Karena faktor kelengkapan sarana dan prasarana juga menjadi penilaian tersendiri bagi sebagian santri dalam menentukan pilihan akan pondok Pesantren yang nantinya akan dijadikan tempat untuk menuntut ilmu. Namun dari sekian banyak pondok Pesantren di Kecamatan Temanggung, tidak semua pondokan bisa digolongkan memadai dalam memberikan pelayanan maupin dilihat dari segi kelengkapan sarannya. Masih terdapat kekurangan-kekurangan yang bisa ditemui di pesantren-pesantren tersebut.

Namun ironisnya, ditengah berkembangnya dan bertambahnya jumlah santri di Pondok Pesantren lain, hal ini justru bertolak belakang dengan kenyataan yang terjadi di Pondok Pesantren Al Mujahidin. Dari perkembangan beberapa

tahun terakhir, jumlah santri yang menuntut ilmu di Pondok Pesantren Al Mujahidin mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.2

**Jumlah Santri yang menuntut ilmu di
Pondok Pesantren Al Mujahidin Temanggung, Jawa Tengah
1999 - 2003**

TAHUN	JUMLAH SANTRI		JUMLAH SANTRI
	PRIA	WANITA	
1999/2000	70	32	102
2001/2002	63	26	89
2002/2003	52	24	76

Berdasar latar belakang diatas, dikaitkan dengan semakin meningkatnya jumlah santri mengikuti pendidikan di Pondok Pesantren pada umumnya dan menurunnya jumlah santri yang menuntut ilmu di Pondok Pesantren Al Mujahidin khususnya, maka penulis ingin menganalisis kualitas yang berpengaruh terhadap kepuasan santri yang mengikuti pendidikan di Pondok Pesantren Al Mujahidin dengan menetapkan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas**

Layanan Terhadap Kepuasan Santri Belajar Di Pondok Pesantren Al Mujahidin Kec. Temanggung Jawa Tengah “

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

Bagaimana pengaruh kualitas layanan Pondok Pesantren Al Mujahidin di Kecamatan Temanggung Jawa Tengah yang meliputi fasilitas atau sarana , pelayanan, kurikulum, lokasi dan biaya terhadap kepuasan santri ?

C. Batasan Masalah

Agar dalam melaksanakan penelitian lebih terarah dan mendalam maka penelitian dibatasi pada variabel:

1. Variabel kualitas pelayanan Pondok Pesantren yang diteliti hanya meliputi : fasilitas, pelayanan, kurikulum, lokasi dan biaya.
2. Santri yang diteliti disini adalah santri Pondok Pesantren Al Mujahidin di Kecamatan Temanggung Jawa Tengah.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

Untuk menganalisis pengaruh dari kualitas layanan Pondok Pesantren Al Mujahidin di Kecamatan Temanggung Jawa Tengah.

E. Manfaat Penelitian

- **Manfaat Praktis**

Memberikan sumbangan pemikiran dan informasi terhadap pengelolaan Pondok Pesantren di Kec. Temanggung untuk pembuatan perencanaan pelayanan dalam menghadapi peningkatan kepuasan santri untuk belajar di Pondok Pesantren di Kec. Temanggung.

- **Manfaat Akademis**

- Sebagai bahan literatur dan tambahan informasi bagi para peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan jasa pelayanan, khususnya jasa pelayanan terhadap kepuasan santri.
- Menguji dan membandingkan antara teori dan kondisi realitas yang ditemukan di lapangan
- Membantu pelaksanaan program Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dalam mewujudkan embanan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

- **Manfaat bagi Penulis**

Mengembangkan kemampuan penulis dalam menyusun laporan dari hasil penelitian lapangan. Dan juga mengaplikasikan secara nyata lapangan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. MANAJEMEN PEMASARAN

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan bagian dari pemasaran secara umum yang dititik beratkan pada pemilihan dan pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan dan kebudayaan. Kegiatan pemasaran tersebut harus dikoordinasi dan dikelola dengan cara yang baik, yang dikenal dengan istilah manajemen pemasaran.

Sebagai fungsi bisnis yang mengidentifikasikan keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besarnya, menentukan pasar-pasar target yang paling baik dilayani oleh organisasi dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut. Jadi pemasaran berperan sebagai penghubung antara kebutuhan-kebutuhan masyarakat dengan pola jawaban yang bersangkutan.

Dalam manajemen pemasaran, kegiatan pemasaran haruslah memperhatikan perubahan-perubahan yang terjadi dalam suatu lingkungan yang terus menerus berkembang sebagai konsekuensi sosial dari perusahaan, yang dibatasi oleh sumber-sumber yang ada pada perusahaan itu sendiri maupun peraturan-peraturan yang berlaku. Oleh sebab itu, bagi perusahaan,

perubahan lingkungan dapat merupakan tantangan-tantangan baru yang memerlukan tanggapan dan cara penyelesaian yang baru pula atau sebaliknya dapat dijadikan suatu peluang atau kesempatan untuk mengembangkan usahanya. Dan disinilah peran manajemen pemasaran diperlukan.

Menurut Kotler (2005), pemasaran umumnya dipandang sebagai suatu tugas untuk menciptakan, memperkenalkan dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dan perusahaan lain.

Kegiatan pemasaran tidak dimulai pada saat barang dan jasa diproduksi atau berakhir pada saat barang telah diserahkan kepada peminat, tetapi jauh sebelum dan sesudah itu. Tugas pemasaran adalah mengamati jalan pikiran konsumen selanjutnya menuntun perusahaan atau organisasi untuk mengembangkan usaha yang dapat bermanfaat serta menarik bagi konsumen sasaran.

Sementara itu Jhon A. Howard, mengungkapkan bahwa Marketing adalah proses :

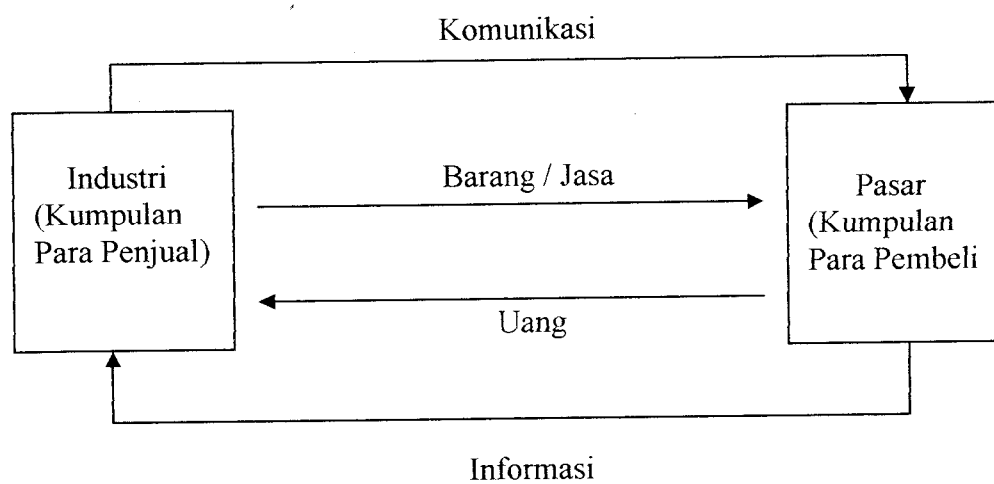
1. Mengidentifikasi keputusan konsumen
2. Mengkonseptualisasikan kebutuhan tersebut dihubungkan dengan kapasitas sebuah organisasi untuk memproduksi.
3. Mengkomunikasikan konseptualisasi tersebut kepada pusat kekuatan yang ada pada organisasi yang bersangkutan.
4. Mengkonseptualisasi output yang dihasilkan, sehubungan dengan kebutuhan konsumen yang telah diidentifikasi sebelumnya.

5. Mengkomunikasikan konseptualisasi tersebut kepada pihak konsumen.

Dengan demikian, karena pemasaran dianggap sebagai sebuah proses, maka pemasaran dapat digambarkan pada gambar 1.1 berikut :

Gambar 2.1

Sistem Pemasaran Sederhana



Sumber : Philip Kotler (2005)

Input bagi proses pemasaran menurut G.R. Terry dalam Winardi adalah *the six M's* :

1. *Men and women* (pria dan wanita).
2. *Materials* (bahan-bahan).
3. *Machines* (mesin-mesin).
4. *Methods* (metode-metode).
5. *Money* (uang). *Markets* (pasar)

Outputnya adalah berupa barang dan jasa yang diterima oleh konsumen.

2. Konsep Pemasaran

Perusahaan yang telah mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya akan mengetahui adanya cara falsafah baru yang terlibat didalamnya, yaitu konsep pemasaran.

Sebagai falsafah bisnis, konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan atau berorientasi pada konsumen. Jadi kegiatan pemasaran suatu perusahaan harus dimulai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan konsumen secara tepat, baik mengenai kebijaksanaan produk, harga, promosi dan distribusi agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara memuaskan.

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk meraih sasaran organisasi adalah perusahaan harus menjadi lebih efektif dibandingkan dengan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih (Kotler, 2005)

B. PEMASARAN JASA

1. Pengertian Jasa

Yang dimaksud dengan jasa (*service*) adalah suatu produk yang tidak nyata (*intangible*) dari hasil kegiatan timbal balik antara pemberi jasa (*producer*) dan penerima jasa (*costumer*) melalui satu atau beberapa aktifitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kata jasa mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu

produk. Dengan banyaknya pengertian akan jasa, beberapa ahli tentang jasa berupaya untuk merumuskan definisi jasa yang konklusif, namun hingga kini belum ada satupun definisi yang diterima secara bulat. Keberagaman definisi jasa tersebut dapat dilihat dalam rumusan dibawah ini (Yazid, 2001) :

a. (Kotler, 2000) merumuskan jasa sebagai berikut :

“Jasa merupakan produk yang tidak berujud (intangible), Hal yang dapat dinikmati oleh pelanggan adalah manfaat (benefit), yang memberikan kepuasan kepada pelanggan,”

b. (Lovelock, 2002) mendefinisikan :

“Jasa merupakan suatu proses dan suatu sistem”

Selain itu dalam bukunya (Rambat Lupiyoadi, 2001) memberikan batasan tentang jasa, yaitu semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecah atas masalah yang dihadapi konsumen.

2. Karakteristik Jasa

Ada 4 karakteristik pokok jasa yang membedakannya dengan barang.

Keempat karakteristik tersebut adalah (Philip Kotler, 2000) :

a. Tak berwujud (*Intangible*)

Jasa bersifat Intangible, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Konsep intangible ini sendiri memiliki dua pengertian, Berry dalam Enis dan Cok, yaitu :

- 1). Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat diraba.
- 2). Sesuatu yang mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.

b. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Produk jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, sedangkan barang biasanya diproduksi, dijual lalu dikonsumsi. Antara jasa dengan penyedia jasa, baik itu orang ataupun mesin tidak bisa dipisahkan.

c. Variabilitas (*Variability*)

Produk jasa sangat bervariasi karena merupakan nonstandardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa Boove, Houston dan Thill, yaitu :

- 1). Kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa
- 2). Moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan.
- 3). Beban kerja perusahaan.

d. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi kereta api ataupun kamar hotel yang kosong akan berlalu atau hilang

begitu saja karena tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

3. Perilaku Konsumen Jasa

Meskipun sampai saat ini belum ada pandangan yang sama mengenai definisi tentang perilaku konsumen, namun para ahli telah banyak memberikan pandangan dan merumuskan definisi perilaku konsumen. Salah satunya adalah (Engel J.F, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, 1994) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut.

Sedangkan menurut (Amirulloh, 2002), perilaku konsumen penting untuk pengambilan keputusan artinya setiap keputusan yang dibuat oleh konsumen pasti didasarkan pada alasan-alasan tertentu, baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Sutisna (2002), mengemukakan bahwa mempelajari perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui dan memahami berbagai aspek yang ada pada konsumen, yang akan digunakan dalam menyusun strategi pemasaran yang berhasil. Oleh karena itu, kerangka berpikir dari pembahasan perilaku konsumen perlu dipelajari, yaitu pertama bahwa konsumen sebagai

titik sentral perhatian pemasaran. Mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada saat ini merupakan hal yang sangat penting. Dengan memahami konsumen maka akan menuntun pemasar pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Alasan yang kedua yaitu perkembangan perdagangan saat ini menunjukkan bahwa lebih banyak produk yang ditawarkan daripada permintaan. Kelebihan penawaran ini menyebabkan banyak produk yang tidak terjual atau tidak dikonsumsi oleh konsumen. Kelebihan penawaran tersebut bisa disebabkan oleh faktor kualitas barang tidak layak, sehingga tidak memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, atau mungkin juga karena tidak mengetahui keberadaan produk tersebut.

Di samping dua alasan diatas, menurut Amirulloh studi perilaku konsumen perlu dipelajari karena :

- a. Perilaku konsumen penting dalam kehidupan sehari-hari, artinya konsumen selalu berinteraksi dengan lingkungan sehingga perilakunya akan berubah-ubah.
- b. Perilaku konsumen penting untuk pengambilan keputusan, artinya keputusan yang dibuat oleh konsumen pasti didasarkan pada alasan-alasan tertentu, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dengan memahami perilaku konsumen, pemasar akan mudah untuk menggambarkan bagaimana keputusan konsumen itu dibuat.

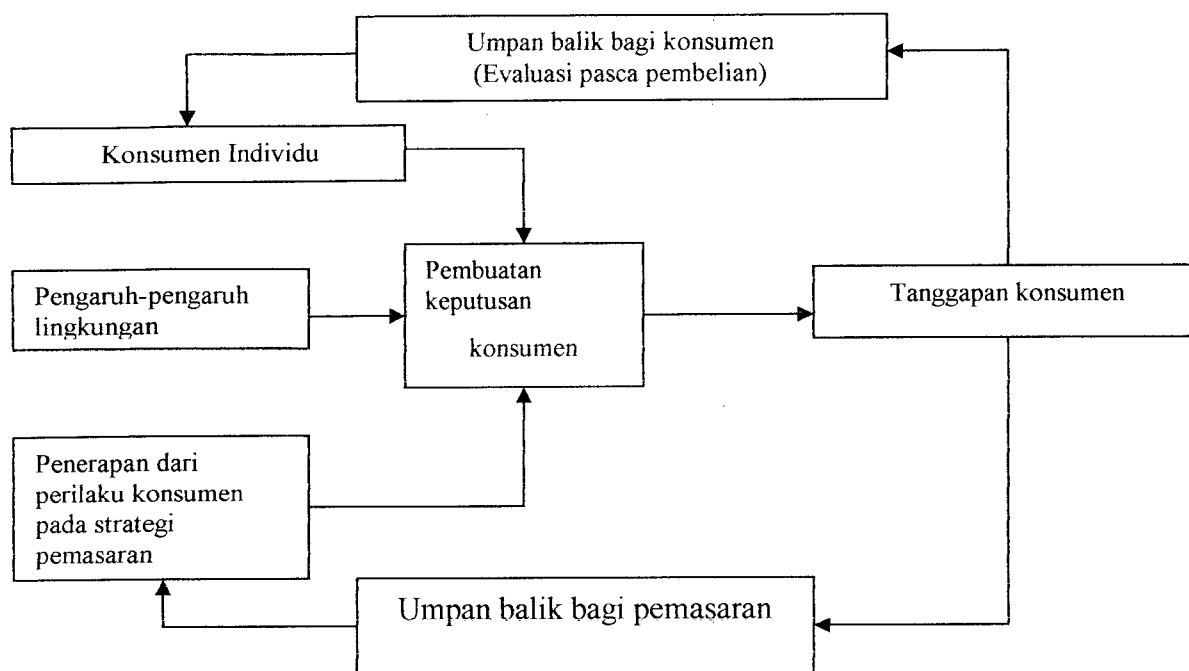
Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen yaitu :

1. Konsumen individual, artinya pilihan untuk membeli suatu produk dengan merek tertentu dipengaruhi oleh hal-hal yang ada pada diri konsumen.
2. Lingkungan yang mempengaruhi konsumen. Pilihan-pilihan konsumen terhadap merek dipengaruhi oleh lingkungan yang mengitarinya.
3. Stimuli pemasaran atau juga sering disebut strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang banyak dibahas adalah satu-satunya variabel dalam model ini yang dikendalikan oleh pemasar. Dalam hal ini, pemasar berusaha mempengaruhi konsumen dengan menggunakan stimuli-stimuli pemasaran seperti iklan dan sejenisnya agar konsumen bersedia memilih merek produk yang ditawarkan.

Menurut Assael dalam Sutisna, digambarkan bagaimana model perilaku konsumen, yang dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut :

Gambar 2.2

Model Perilaku Konsumen



Sumber : Sutisna (2002)

Komponen pusat dari model ini adalah pembuatan keputusan konsumen yang terdiri atas proses merasakan dan mengevaluasi informasi merek produk, mempertimbangkan bagaimana alternatif merek dapat memenuhi kebutuhan konsumen, dan pada akhirnya memutuskan merek apa yang akan dibeli.

4. Proses Pembelian Jasa

proses pembelian dapat dipandang sebagai serangkaian lima tahapan, yaitu (Yazid, 2001) :

a. Mengenali Kebutuhan

Awal dari setiap perilaku adalah kesadaran akan kebutuhan dan atau keinginan yang belum terpenuhi. Zithalm dan Bitner, mengistilahkan situasi ini sebagai gap antara yang diharapkan dengan yang kenyataan dialami atau diterima. Kesadaran akan adanya kebutuhan dan keinginan ini, pada gilirannya menimbulkan harapan dalam benak konsumen tentang kualitas jasa yang semestinya diterima.

b. Pencarian Alternatif

Begitu suatu atau keinginan disadari, seorang konsumen kemudian mencari alternatif pemuasan kebutuhan dan keinginannya. Ada lima sumber dari mana konsumen bisa mengumpulkan informasi untuk keperluan keputusan pembelian jasa tertentu, yaitu :

1). Sumber-sumber Internal

Konsumen mengaktifkan “memori” atau pengalaman yang tersimpan dibenaknya sewaktu memenuhi kebutuhan dan keinginannya tersebut. Proses pembelian ini dikenal dengan keputusan beli berdasar kebiasaan.

2). Sumber-sumber kelompok atau individu

Pada jasa, informasi dari sumber perseorangan atau kelompok mempunyai peran utama atau lebih besar dari pada sumber informasi yang diterima dari media lainnya. Ini demikian, karena konsumen jasa

mempunyai kendalawaktu dan informasi yang terbatas untuk keperluan evaluasi dan memilih jasa dari pada dalam memilih barang.

3). Sumber-sumber pemasaran

Sumber-sumber informasi mencakup periklanan, tenaga penjualan (semua personel jasa adalah tenaga penjualan suatu organisasi jasa), perantara atau waralaba dan pemasaran jasa.

4). Sumber-sumber publik

Sumber-sumber publik ini mencakup publisitas, seperti artikel tentang suatu resort (hotel) dengan segala fasilitas pelayanannya disurat kabar dan perangkinan majalah independen di majalah (media) khusus.

5). Sumber-sumber pengalaman

Informasi ini merujuk kepada penanganan (seperti penanganan kopor diairport, penanganan tiket dan sebagainya), atau mungkin mencoba, seperti makan disuatu restoran baru yang menawarkan jenis makanan tertentu yang belum pernah ada sebelumnya. Informasi ini dapat juga diperoleh dengan cara bertanya kepada konsumen lain yang sudah pernah mengalami atau mencoba jasa dimaksud.

c. Evaluasi Alternatif

Setelah proses pengumpulan informasi atau dalam beberapa kasus, konsumen kemudian mengevaluasi alternatif-alternatif berdasarkan pada apa yang telah dipelajarinya.

Atribut-atribut jasa yang bisa ditonjolkan kepada konsumen, menurut sejumlah ahli mencakup :

1). Pencarian kualitas

Yaitu atribut yang dapat ditentukan konsumen sebelum membeli suatu barang. Termasuk dalam pencarian warna, gaya, harga, perasaan, kecocokan, kekerasan dan bau.

2). Pengalaman kualitas (experience quality)

yaitu atribut yang dapat diketahui setelah pembelian atau selama konsumsi berlangsung. Termasuk dalam kualitas ini adalah selera dan dapat-tidaknya barang itu dipakai.

3). Bukti kualitas

adalah karakteristik yang mungkin sulit bagi konsumen untuk mengevaluasinya meskipun mereka telah membeli maupun telah mengkonsumsinya. Contohnya adalah operasi usu buntu atau perbaikan rem mobil.

d. Keputusan Beli

Konsumen cenderung meminimalkan resiko (konsekuensi dan ketidakpastian) berdasarkan kepada kualifikasi jasa tertentu yang diterimanya. Ini bisa dilakukan dengan mengurangi konsekuensi yang mungkin atau dengan mengurangi ketidakpastian. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mencari informasi tambahan berkenaan dengan pembelian yang akan

dilakukan. Secara umum, semakin banyak informasi yang dimiliki konsumen sebelum pembelian, semakin kecil kemungkinan kekecewaan.

e. Perasaan Setelah Pembelian Jasa

Puas tidaknya konsumen terhadap jasa yang telah dibelinya juga bergantung kepada hasil evaluasi mereka terhadap jasa yang telah dibelinya. Evaluasi konsumen mencakup atribusi ketidak-puasan, difusi inovasi dan loyalitas terhadap merek.

C. KUALITAS JASA

1. Pengertian Kualitas Jasa

Membicarakan tentang pengertian atau definisi kualitas dapat berbeda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung pada konteksnya. Banyak pakar dibidang kualitas yang mencoba untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Beberapa diantaranya yang populer adalah yang dikembangkan oleh tiga pakar kualitas tingkat internasional, yaitu : W. Edwards Deming, Philip B. Crosby dan Joseph M. Juran (Zulian Yamit, 2001) :

Deming : Mendefinisikan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Crosby : Mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan.

Juran : Mendefinisikan mutu sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi.

Ketiga persepsi kualitas ini kemudian menjadi dasar pemikiran dalam *Total Quality Management* (TQM), yang merupakan isu sentral dalam aktivitas bisnis.

Sedangkan menurut Wyckof (dalam Lovelock, 2002), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (dalam Parasuraman, et.al. 1985). Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Fandy Tjiptono, 1995).

Goetsch Davis, (1994) membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya yaitu "Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan yang dikemukakan Goetsch Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil

menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas (Zulian Yamit, 2001)

2. Komponen-komponen Kualitas Jasa

Komponen total suatu jasa terdiri dari tiga komponen utama Gronroos dalam Hutt dan Speh, yaitu : (Zulian Yamit, 2001).

a. *Technical Quality*

Yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman, et al. (dalam Bojanic, 1991), *technical quality* dapat diperinci lagi menjadi :

- 1). *Search Quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli. Misalnya : harga.
- 2). *Experience Quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa. Contohnya : ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapian hasil.
- 3). *Credence Quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengonsumsi suatu jasa. Misalnya : kualitas operasi jantung.

b. *Functional Quality*

Yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa.

c. *Corporate Image*

Yaitu profil, reputasi, citra umum, daya tarik khusus untuk perusahaan.

Bagi perusahaan jasa haruslah selalu berupaya untuk memberikan kualitas yang terbaik kepada konsumennya. Karena dengan demikian konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu, perusahaan jasa perlu memperhatikan faktor-faktor kualitas jasa, diantaranya adalah dengan mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa, mengelola harapan pelanggan, mengelola bukti kualitas jasa, mendidik konsumen tentang jasa, mengembangkan budaya kualitas, menindak lanjuti jasa dan mengembangkan sistem informasi kualitas jasa.

Konsumen selaku pemakai jasa, akan sangat memperhatikan keinginan dan kebutuhannya dilayani dengan baik oleh perusahaan. Dari penyajian jasa inilah konsumen dapat mengevaluasi jasa yang ia peroleh. Apabila konsumen merasa puas, secara tidak langsung ia akan menginformasikan kepada konsumen lain untuk mengkonsumsi jasa yang sama. Namun jika sebaliknya konsumen tersebut juga akan merekomendasikan keburukan layanan jasa yang ia peroleh kepada rekan-rekannya. Dan dari hal tersebut semakin diketahui pentingnya faktor-faktor peningkatan kualitas jasa sebagai pedoman dalam menciptakan kepuasan konsumen.

3. Dimensi Kualitas Jasa

Zeithaml, Berry dan Parasuraman, telah melakukan berbagai penelitian beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik

yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.

Kelima dimensi karakteristik kualitas tersebut adalah (Zulian Yamit, 2001) :

a. Kehandalan

Yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.

b. Tanggapan

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

c. Assurance

Yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan.

d. Empati

Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

e. Tangible

Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

D. KEPUASAN KONSUMEN (PELANGGAN)

Dewasa ini semakin diyakini, bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga

yang kompetitif. Dalam membeli suatu produk atau jasa, konsumen selalu berusaha untuk memaksimalkan nilai yang dirasakan.

Sebagai kriteria dalam memaksimalkan nilai, konsumen tentunya memiliki harapan atas nilai yang akan ia peroleh. Dan akhirnya, apa yang ia peroleh akan dievaluasi setelah mereka mengkonsumsinya. Apakah produk atau jasa tersebut memenuhi harapannya atau tidak. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. Day (dalam Tse dan Wilton, 1998) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidak puasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antaraharapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel, et al. (1990) mengungkapkan bahwa pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan pakar pemasaran Kotler (1994), menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Fandy Tjiptono, 1996).

2. Penilaian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen memiliki peranan yang penting didalam suatu bisnis, terutama yang bergerak dibidang jasa. Karena dengan terciptanya kepuasan konsumen secara tidak langsung akan menjadi suatu promosi khusus dari konsumen yang satu ke konsumen yang lain. Oleh sebab itu perusahaan perlu mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan lebih memahami sebab-sebab kepuasan konsumen. Dengan terbangunnya kepuasan konsumen akan menjadi inti dan profitabilitas jangka panjang perusahaan.

Sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat intangible, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut (Fandy Tjiptono, 1995) :

- a. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- c. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

- e. Empati (*Empaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.

3. Manfaat Penilaian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen semakin mendapat perhatian yang cukup besar dari kalangan. Hal ini sangatlah wajar, karena semakin ketatnya persaingan antar produsen yang terlibat dalam usaha pemenuhan kebutuhan konsumen, yang menyebabkan semakin pentingnya orientasi pada kepuasan konsumen.

Menurut Schnaars (1991), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya : (Fandy tjiptono, 1995) Hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.

- a. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- b. Dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.
- c. Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen

4. Metode Dan Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui masukan bagi pengembangan strategi peningkatan kepuasan konsumen.

Kotler mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut : (fandy Tjiptono, 1995)

a. Sistem keluhan dan saran

Yaitu perusahaan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengutarakan saran maupun keluhan yang dirasakan. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.

b. Ghost Shopping

Yaitu dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli potensial pada perusahaan pesaing, untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan perusahaan pesaing tersebut.

c. Lost Costumer Analysis

Yaitu dengan cara menghubungi pelanggan-pelanggan yang telah berhenti membeli untuk mengetahui mengapa hal tersebut bisa terjadi.

d. Survey Kepuasan Pelanggan

Umunya dengan melakukan penelitian kepuasan konsumen melalui survei, baik melalui pos maupun wawancara.

Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

- 1). Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT.

Telkom pada skala berikut : Sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas (Directly Reported Satisfaction).

- 2). Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (Derived Satisfaction).
- 3). Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (Problem Analysis).
- 4). Responden dapat diminta untuk merangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dari seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (Importance Performance Rating)

Dalam penelitian ini, kualitas jasa konsumen dapat dilihat dari total skor jawaban kuisioner yang diberikan.

E. PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Identifikasi dimensi kualitas jasa dilakukan oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman dalam mengevaluasi kualitas jasa yang diterima oleh konsumen. Dalam penelitian tersebut mereka berhasil mengidentifikasi lima dimensi kualitas jasa yang terdiri dari :

1. Kehandalan, dengan beberapa indikator :
 - a). Pelayanan yang memuaskan dan dapat diandalkan.
 - b). Kecakapan dalam menyelesaikan pekerjaan.
2. Tanggapan, dengan beberapa indikator :
 - a). Kemauan untuk memberikan pelayanan dengan segera.
 - b). Kemauan untuk membantu konsumen dengan segera.
3. Assurance/Jaminan, dengan beberapa indikator :
 - a). Kompetensi.
 - b). Kesopanan dan sifat dapat dipercaya.
 - c). Kredibilitas dan keamanan.
4. Empati, dengan beberapa indikator :
 - a). Kemudahan dalam melakukan hubungan.
 - b). Komunikasi yang baik.
 - c). Perhatian yang tulus kepada konsumen.
5. Tangible, dengan beberapa indikator :
 - a). Fasilitas fisik.
 - b). Perlengkapan.
 - c). Personil.
 - d). Sarana Komunikasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y. Dimana X merupakan jenis pelayanan atau fasilitas yang ditawarkan oleh pondok pesantren Al Mujahidin yang dapat memberikan kepuasan para konsumen atau santri, sedangkan Y merupakan kepuasan Konsumen atau santri.

Fasilitas atau pelayanan pondok pesantren (X) dan kepuasan konsumen atau santri (Y) dilihat dari : fasilitas, pelayanan, kurikulum, lokasi dan biaya.

Varibel-variabel ini dijabarkan dalam item-item pertanyaan yang diberi skor untuk memberikan penilaian tentang tingkat pelayanan atau fasilitas (X) dan tingkat kepuasan (Y) yang dirasakan konsumen.

B. Populasi Dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah santri pondok pesantren Al Mujahidin. Yang aktif pada tahun 2003/2004 sebanyak 76 orang yang diharapkan dapat memberikan penilaian terhadap kualitas jasa pada Pondok Pesantren Al Mujahidin Temanggung.

2. Sampel Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh santri pondok pesantren Al Mujahidin Temanggung yang aktif pada tahun 2003/2004.

C. Data dan Metode Pengumpulan Data

1. Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah diambil langsung dari subyek yang diteliti atau dari sampel itu sendiri, yaitu seluruh populasi santri di pondok pesantren Al Mujahidin Temanggung yang aktif pada tahun 2003/2004 sebanyak 76 orang. Data ini diperoleh dari jawaban kuisioner yang dibagikan kepada responden yang berisi daftar pertanyaan dengan memberikan alternatif jawaban dengan skala likert.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan cara Riset Lapangan (Field Reseach), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek penelitian, yaitu para santri yang belajar di Pondok Pesantren Al Mujahidin kecamatan Temanggung Jawa Tengah. Beberapa metode yang di gunakan adalah :

a. Metode Angket (Questioner)

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden. Jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan penulis itulah nantinya yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian data yang diperlukan.

b. Metode Interview

Yaitu mengadakan wawancara secara langsung kepada pihak-pihak yang dapat memberikan keterangan yang diperlukan.

c. Metode Survei

Yaitu informasi yang diperoleh dari metode survei berupa keterangan dari pihak yang memberikan jawaban secara langsung, dan datanya berupa jawaban atas pertanyaan yang diajukan dan tersusun didalam suatu daftar, sehingga dapat ditarik kesimpulan dari hasil survei.

Data diperoleh dengan cara membagikan kuisisioner yang berisi daftar pertanyaan kepada seluruh responden yang berjumlah 76 orang untuk ditanggapi dengan memberikan alternatif jawaban yang telah ditentukan.

Penilaian dalam penelitian menggunakan skala Likert, untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan santri (konsumen) yang terdiri dari Sangat Tidak Puas, Tidak Puas, Cukup, Puas, Sangat Puas. Kelima penilaian tersebut diberikan bobot nilai sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Puas diberi bobot 1
- b. Tidak Puas diberi bobot 2
- c. Cukup diberi bobot 3
- d. Puas diberi bobot 4
- e. Sangat Puas diberi bobot 5

Pertimbangan penggunaan kuisioner yang berupa pertanyaan adalah untuk menghemat dana, tenaga dan biaya. Selain itu relatif lebih mudah serta validitas dan realibilitasnya dapat dicari.

E. Teknik Analisa Data

1. Analisa Deskriptif

Metode ini berdasarkan pada data yang diperoleh kemudian disusun dalam tabulasi data untuk menggambarkan keadaan dari reponden yang diteliti. Analisa ini dilakukan untuk mengetahui profil konsumen atau santri yang ada dalam penelitian ini seperti jenis kelamin dan status pendidikan.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, uji F dan uji t. Model analisis regresi linear berganda ini dipilih untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel yang meliputi Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5), terhadap Kepuasan Santri (Y) pada Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah.

3. Analisis Regresi Berganda

Model regresi linear berganda untuk Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4), Biaya (X_5), dan Kepuasan Santri (Y) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 10.00. SPSS.

BAB IV

ANALISIS DATA

Dalam analisis digunakan 2 pendekatan yaitu analisis yang berupa deskriptif dan kualitatif. Analisis deskriptif merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui profil konsumen yang ada dalam penelitian ini seperti jenis kelamin dan status pendidikan. Sedangkan analisis kuantitatif dalam penelitian ini berdasarkan suatu pendekatan yang dilaksanakan dengan cara perhitungan-perhitungan angka-angka atau alat bantu statistik guna pengujian hipotesa yang telah dirumuskan.

A. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS Versi 11.00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi (r_{xy}) dengan nilai kritis r tabel $N = 76 = 0,2256$. Dari hasil uji validitas diperoleh Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas

Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	kesimpulan
Fasilitas (X_1), Koef. Alpha = 0,8025			
X1.1	0.667	0,2256	Valid
X1.2	0.801	0,2256	Valid
X1.3	0.808	0,2256	Valid
X1.4	0.845	0,2256	Valid
X1.5	0.726	0,2256	Valid
Pelayanan (X_2), Koef. Alpha = 0,8792			
X2.1	0.851	0,2256	Valid
X2.2	0.857	0,2256	Valid
X2.3	0.876	0,2256	Valid
X2.4	0.847	0,2256	Valid
Kurikulum (X_3), Koef. Alpha = 0,8715			
X3.1	0.884	0,2256	Valid
X3.2	0.904	0,2256	Valid
X3.3	0.888	0,2256	Valid
Lokasi (X_4), Koef. Alpha = 0,8307			
X4.1	0.791	0,2256	Valid
X4.2	0.916	0,2256	Valid
X4.3	0.890	0,2256	Valid
Biaya (X_5), Koef. Alpha = 0,8029			
X5.1	0.738	0,2256	Valid
X5.2	0.899	0,2256	Valid
X5.3	0.896	0,2256	Valid

Kepuasan Santri (Y), Koef. Alpha = 0,6721			
Y1.1	0.867	0,2256	Valid
Y1.2	0.868	0,2256	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2006

Dari Tabel 4.1 di atas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan terdiri dari 4 butir pernyataan untuk variabel Fasilitas (X_1), 4 butir pernyataan untuk Pelayanan (X_2), 3 butir pernyataan untuk Kurikulum (X_3), 3 butir pernyataan untuk Lokasi (X_4), dan 3 butir pernyataan untuk Biaya (X_5). Untuk variabel Kepuasan Santri terdiri dari 2 butir pernyataan. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r tabel (0,2256). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	Nilai Kritis (r tabel)	Kesimpulan
Fasilitas (X_1)	0,8250	0,2256	Reliabel
Pelayanan (X_2)	0,8792	0,2256	Reliabel
Kurikulum (X_3)	0,8715	0,2256	Reliabel
Lokasi (X_4)	0,8307	0,2256	Reliabel
Biaya (X_5)	0,8029	0,2256	Reliabel
Kepuasan Santri (Y)	0,6721	0,2256	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2006

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,8250 untuk variabel Fasilitas. Untuk koefisien alpha pada variabel Pelayanan sebesar 0,8792. Untuk variabel Kurikulum, besarnya koefisien alpha adalah 0,8715. Untuk variabel Lokasi, besarnya koefisien alpha adalah 0,8307. Dan untuk variabel Biaya, besarnya koefisien alpha adalah 0,8029. Sedangkan untuk variabel Kepuasan Santri, besarnya koefisien alpha adalah 0,6721. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu nilai r tabel pada $N = 76$ sebesar 0,2256, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan pada variabel penelitian merupakan pernyataan yang reliabel. Dari keenam hasil analisis reliabilitas diatas dapat diartikan bahwa secara menyeluruh kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel atau andal.

A. Analisis Deskriptif

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok pria dan wanita. Hasil rekapitulasi data berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	52	68.4%
Wanita	24	31.6%
Total	76	100.0%

Sumber : Hasil Kuisisioner

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa santri yang belajar di Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah mayoritas adalah berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 52 orang atau sebesar 68,4% dan sisanya sebanyak 24 orang atau sebesar 31,6% adalah wanita. Hal ini disebabkan karena untuk saat ini pesantren tersebut lebih banyak membuka kelas untuk pria.

2. Usia Responden

Berdasarkan Usia responden, terdiri atas 3 kelompok, yaitu kelompok usia dibawah 17 tahun, 17 – 25 tahun usia, dan kelompok lebih dari 25 tahun. Hasil kuesioner dapat dikumpulkan menjadi data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 17 tahun	35	46.1%
17 – 25 tahun	26	34.2%
Lebih dari 25 tahun	15	19.7%
Total	76	100.0%

Sumber :Hasil Kuisisioner

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa responden mayoritas berusia kurang dari 17 tahun, yaitu sebesar 46,1% atau 35 orang sedangkan yang berusia 17 – 25 tahun sebanyak 26 orang atau 34,2%, dan yang berusia lebih dari 25 tahun sebesar 19,7% atau sebanyak 15 orang. Ini menunjukkan bahwa santri yang belajar di Pondok Pesantren Muhahidin tersebut sebagian besar adalah santri yang masih muda dan usia sekolah.

3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir responden, terdiri atas 4 kelompok, yaitu kelompok SMP, SMU, dan Akademi/Perguruan Tinggi. Hasil analisis data berdasarkan pendidikan terakhir dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	17	22.4%
SMU	40	52.6%
Akademi/Perguruan tinggi	19	25.0%
Total	76	100.0%

Sumber : Hasil Kuisisioner

Dari Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir santri di Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah mayoritas adalah berpendidikan SMU yaitu sebesar 52,6% atau sebanyak 40 orang. Sedangkan yang mempunyai pendidikan terakhir SMP sebesar 22,4% atau sebanyak 17 orang, dan yang berpendidikan Akademi/Perguruan tinggi sebesar 25% atau 19 orang. Hal ini menunjukkan bahwa santri yang belajar di Pondok Pesantren Mujahidin Kecamatan Temanggung adalah santri yang telah lulus SMU yang ingin melanjutkan atau mengembangkan ilmu tentang agama Islam.

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan meliputi variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5) yang terdiri dari beberapa pernyataan. Setiap pernyataan masing-masing terdiri dari lima alternatif jawaban yaitu jawaban sangat tidak puas; tidak puas; cukup puas, puas dan sangat puas. Jawaban sangat tidak puas menunjukkan tingkat penilaian yang

sangat rendah dan jawaban sangat puas menunjukkan tingkat penilaian yang sangat tinggi.

Berikut dijelaskan untuk hasil jawaban responden pada masing-masing variabel independen.

Tabel 4.5
Variabel Fasilitas (X_1)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Sarana dan prasarana yang dimiliki Pondok Pesantren	3.95
2	Tempat tidur dimiliki Pondok Pesantren	3.80
3	Tempat mandi/WC dimiliki Pondok Pesantren	3.71
4	Tempat olahraga dimiliki Pondok Pesantren	3.78
5	Kelengkapan buku dan kitab di Pondok Pesantren	3.71
Rata-rata		3.79

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa variabel fasilitas, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,79, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,95 pada pernyataan sarana dan prasarana yang dimiliki pondok pesantren dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,71 pada pernyataan tempat tidur yang dimiliki pondok pesantren dan kelengkapan buku dan kitab di pondok pesantren. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,79 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel Fasilitas mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa santri puas terhadap sarana dan prasarana, tempat tidur, tempat mandi/WC, tempat olah raga serta

kelengkapan buku di Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung.

Tabel 4.6
Variabel Pelayanan (X_2)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Kemampuan tenaga guru atau ustadz/ustadzah di Pondok Pesantren	3.76
2	Keramahan dan kesopanan karyawan di Pondok Pesantren	3.64
3	Ketrampilan karyawan yang ada di Pondok Pesantren	3.97
4	Menu makanan yang diberikan oleh Pondok Pesantren	3.75
Rata-rata		3.78

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa variabel pelayanan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,78, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,97 pada pernyataan ketrampilan karyawan yang ada di pondok pesantren dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,64 pada pernyataan keramahan dan kesopanan karyawan di pondok pesantren. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,78 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel Pelayanan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa santri puas terhadap kemampuan tenaga guru atau ustad/ustadzah, keramahan dan kesopanan karyawan, ketrampilan karyawan yang ada di pondok pesantren serta menu makanan yang diberikan oleh pondok pesantren.

Tabel 4.7
Penilaian Variabel Kurikulum (X_3)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Kesesuaian kurikulum di Pondok Pesantren	3.63
2	Penambahan materi ekstra kurikuler yang diterapkan di Pondok pesantren	3.67
3	Kitab kuning yang digunakan untuk mengaji dan belajar di pondok pesantren	3.58
Rata-rata		3.63

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa variabel kurikulum, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,63, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,67 pada pernyataan penambahan materi ekstra kurikuler yang diterapkan di pondok pesantren dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,58 pada pernyataan kitab kuning yang digunakan untuk mengaji dan belajar di pondok pesantren. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,63 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel Kurikulum mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa santri puas terhadap kesesuaian kurikulum, penambahan materi ekstra kurikuler yang diterapkandan kitab kuning yang digunakan untuk mengaji dan belajar di pondok pesantren.

Tabel 4.8
Penilaian Variabel Lokasi (X_4)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Lokasi yang mudah dijangkau menuju pondok pesantren	3.64
2	Tingkat keamanan dan kenyamanan di pondok pesantren	3.58
3	Pengaruh lingkungan terhadap pondok pesantren	3.66
Rata-rata		3.63

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa variabel lokasi, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,63, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,66 pada pernyataan pengaruh lingkungan terhadap pondok pesantren dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,57 pada pernyataan tingkat keamanan dan kenyamanan di pondok pesantren. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,63 ini menunjukkan bahwa santri Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah mempunyai kecenderungan penilaian yang tinggi atau puas terhadap lokasi yang mudah dijangkau menuju pondok pensantren, tingkat keamanan dan kenyamanan di pondok pesantren dan pengaruh lingkungan terhadap pondok pesantren.

Tabel 4.9
Penilaian Variabel Biaya (X_5)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Ketentuan pembayaran SPP pada pondok pesantren	3.43
2	Iuran tambahan yang ditetapkan pada pondok pesantren	3.79
3	Uang pembangunan yang ditetapkan pada pondok pesantren	3.78
Rata-rata		3.67

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa variabel biaya, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,67, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,79 pada pernyataan iuran tambahan yang ditetapkan pada pondok pesantren, dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,43 pada pernyataan ketentuan pembayaran SPP pada pondok pesantren. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,67 ini menunjukkan bahwa santri Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah memberikan kecenderungan penilaian yang tinggi atau perasaan yang puas terhadap variabel Biaya. Hal ini menunjukkan bahwa ketentuan pembayaran SPP pada pondok pesantren, iuran tambahan yang ditetapkan pada pondok pesantren dan uang pembangunan yang ditetapkan pada pondok pesantren memuaskan santri.

Tabel 4.9
Penilaian Variabel Biaya (X_5)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Ketentuan pembayaran SPP pada pondok pesantren	3.43
2	Iuran tambahan yang ditetapkan pada pondok pesantren	3.79
3	Uang pembangunan yang ditetapkan pada pondok pesantren	3.78
Rata-rata		3.67

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa variabel biaya, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,67, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,79 pada pernyataan iuran tambahan yang ditetapkan pada pondok pesantren, dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,43 pada pernyataan ketentuan pembayaran SPP pada pondok pesantren. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,67 ini menunjukkan bahwa santri Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah memberikan kecenderungan penilaian yang tinggi atau perasaan yang puas terhadap variabel Biaya. Hal ini menunjukkan bahwa ketentuan pembayaran SPP pada pondok pesantren, iuran tambahan yang ditetapkan pada pondok pesantren dan uang pembangunan yang ditetapkan pada pondok pesantren memuaskan santri.

merekomendasikan kepada orang lain tentang pondok pesantren Al Mujahidin Temanggung.

B Analisis Kuantitatif

Sebelumnya telah disebutkan diatas bahwa penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tingkat kepuasan santri datau konsumen terhadap failitas yang diberikan pihak pondok pesantren.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, digunakan metode analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis linear berganda. Model analisis linear berganda ini dipilih untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel yang meliputi Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5), terhadap kepuasa santri (Y) pada pondok pesantren Al Mujahidin.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda untuk Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4), Biaya (X_5), dan Kepuasan Santri (Y) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 10.00. SPSS. Hasil rangkuman Analisis Regresi Linier Berganda dapat ditampilkan pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11

Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	Std. Error	t _{hitung}	Sig t	Keterangan
Konstanta (a)	0,080				
Fasilitas (X ₁)	0,292	0,088	3,317	0,001	Signifikan
Pelayanan (X ₂)	0,193	0,076	2,549	0,013	Signifikan
Kurikulum (X ₃)	0,211	0,065	3,266	0,002	Signifikan
Lokasi (X ₄)	0,150	0,064	2,355	0,021	Signifikan
Biaya (X ₅)	0,188	0,079	2,389	0,020	Signifikan
S.E of Estimate = 0,36862					
Adjusted R Square = 0,611					
R Square = 0,637					
Multiple R = 0,798					
F hitung = 24,554					
Signif F = 0,000					
F tabel = 2,3456					
t tabel = 1,6669					

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2006

Pada Tabel 4.11 diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,080 + 0,292X_1 + 0,193X_2 + 0,211X_3 + 0,150X_4 + 0,188X_5$$

1. Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 0,080 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari variabel Fasilitas (X₁), Pelayanan (X₂), Kurikulum (X₃), Lokasi (X₄) dan Biaya (X₅), yang mempengaruhi Kepuasan Santri maka Kepuasan Santri akan mempunyai nilai sebesar 0,080.

2. Koefisien Regresi Variabel Fasilitas (b_1)

Variabel Fasilitas (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Santri, dengan koefisien regresi sebesar 0,292 yang artinya apabila variabel Fasilitas meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Santri akan meningkat sebesar 0,292 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Fasilitas dan Kepuasan Santri menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel fasilitas terhadap Kepuasan Santri adalah signifikan.

3. Koefisien Regresi Variabel Pelayanan (b_2)

Pada variabel Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Santri, dengan koefisien regresi sebesar 0,193 yang artinya apabila pada variabel Pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Santri akan meningkat sebesar 0,193 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Fasilitas (X_1), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Pelayanan dan Kepuasan Santri menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Pelayanan terhadap Kepuasan Santri adalah signifikan.

4. Koefisien Regresi Variabel Kurikulum (b_3)

Pada variabel Kurikulum (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Santri, dengan koefisien regresi sebesar 0,211 yang artinya apabila pada variabel Kurikulum meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Santri akan meningkat sebesar 0,211 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Kurikulum dan Kepuasan Santri menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Kurikulum terhadap Kepuasan Santri adalah signifikan.

5. Koefisien Regresi Variabel Lokasi (b_4)

Variabel Lokasi (X_4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Santri, dengan koefisien regresi sebesar 0,150 yang artinya apabila variabel Lokasi meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Santri akan meningkat sebesar 0,150 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3) dan Biaya (X_5), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Lokasi dan Kepuasan Santri menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,021 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Lokasi terhadap Kepuasan Santri adalah signifikan.

6. Koefisien Regresi Variabel Biaya (b_5)

Variabel Biaya (X_5) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Santri, dengan koefisien regresi sebesar 0,188 yang artinya apabila variabel Biaya meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Santri akan meningkat sebesar 0,188 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3) dan Lokasi (X_4), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara pada variabel Biaya dan Kepuasan Santri menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,020 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Biaya terhadap Kepuasan Santri adalah signifikan.

C. Uji Regresi Serentak (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang terangkum dalam Tabel 4.11 didapatkan F_{hitung} sebesar 24,554 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Untuk menginterpretasikan data ke hipotesis yang digunakan:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Santri.

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Santri.

Kriteria penentuan keputusan :

- Jika $F_{hitung} < F_{Tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika $F_{hitung} > F_{Tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dengan berpedoman pada $DF = N-k-1$ diperoleh F_{Tabel} atau $F_{0,05;5;94}$ yaitu sebesar 2,3456. Berdasarkan Tabel 4.11 di atas di dapat F_{hitung} sebesar 24,554. Hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{Tabel} yang nilainya 2,3456. Karena $F_{hitung} > F_{Tabel}$ ($24,554 > 2,3456$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Santri pada Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah.

Dari Tabel 4.11 di atas dapat diketahui koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,637. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,637, maka dapat diartikan bahwa 63,7% Kepuasan Santri dapat dijelaskan oleh kelima variabel bebas yang terdiri dari variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5). Sedangkan sisanya sebesar 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

D. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk

menginterpretasikan data hipotesis yang digunakan:

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5), secara parsial terhadap Kepuasan Santri (Y).

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5), secara parsial terhadap Kepuasan Santri (Y).

Kriteria pengujian :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima atau Ha ditolak.

1. Pengujian t_{hitung} pada variabel Fasilitas (X_1)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df ($N-k-1 = 100-5-1 = 94$) diperoleh $t_{tabel} = 1,6669$. Hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,317. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,317 > 1,6669$) maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya pada variabel Fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Santri. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,001 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

2. Pengujian t_{hitung} pada variabel Pelayanan (X_2).

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan

sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1)$ diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,6669$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,549. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{Tabel} ($2,549 > 1,6669$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Santri. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,013 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

3. Pengujian terhadap koefisien regresi Kurikulum (X_3)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1)$ diperoleh $t_{tabel} = 1,6669$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,266. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,445 > 1,6669$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Kurikulum secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Santri. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,002 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

4. Pengujian t_{hitung} pada variabel Lokasi (X_4)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1)$ diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,6669$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,355. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,355 > 1,6669$)

maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Santri. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,021 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

5. Pengujian t_{hitung} pada Variabel Biaya (X_5)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df ($N-k-1$) diperoleh t tabel = 1,6669. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,389. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{Tabel} ($2,389 > 1,6669$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Biaya secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Santri. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,020 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

E. Variabel Dominan

Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh diantara kelima variabel dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Santri digunakan koefisien determinasi parsial (r^2). Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien determinasi parial untuk masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	r	r ²
Fasilitas (X ₁)	0.369	0.136
Pelayanan (X ₂)	0.291	0.085
Kurikulum (X ₃)	0.364	0.132
Lokasi (X ₄)	0.271	0.073
Biaya (X ₅)	0.275	0.076

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi parsial (r^2) untuk variabel fasilitas (X₁) diperoleh r^2 terbesar yaitu sebesar 0,136. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Santri pada Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah.

F. Pembahasan

Pembahasan tentang kualitas pelayanan beserta pengaruhnya terhadap Kepuasan Santri didasarkan pada hasil analisis data. Tahapan pembahasan dimulai dari analisis pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Fasilitas (X₁), Pelayanan (X₂), Kurikulum (X₃), Lokasi (X₄) dan Biaya (X₅) terhadap Kepuasan Santri diuji secara bersama-sama dan secara parsial.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Santri

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang untuk memenuhi keinginan konsumen. Hasil analisis regresi menyebutkan bahwa secara

simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel Fasilitas, Pelayanan, Kurikulum, Lokasi dan Biaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Santri Pondok Pesantren Al Mujahidin Temanggung. Hal ini disebabkan karena sarana dan prasarana yang dimiliki pondok, sarana olahraga, kemampuan tenaga guru dan ustad/ustadzah, ketrampilan, keramahan dan kesopanan karyawan, buku atau kitab yang lengkap, adanya kurikulum yang memadai, lokasi yang mudah dijangkau dan aman akan membuat konsumen puas dalam menggunakan produk yang ditawarkan dalam hal ini adalah pendidikan keagamaan Islam.

2. Pengaruh Variabel Fasilitas terhadap Kepuasan Santri

Fasilitas adalah segala perlengkapan, sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak pondok pesantren kepada para santri. Berdasarkan analisis regresi Fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Santri. Adanya sarana dan prasarana untuk belajar seperti ruang belajar, meja kursi, dan lain-lain yang dimiliki oleh pondok pesantren tentunya akan sangat membantu santri dalam mempelajari ilmu karena sarana dan prasarana merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam proses belajar mengajar. Selain itu sarana pendukung seperti tempat tidur yang disediakan untuk santri yang menginap tentunya akan membantu santri yang rumahnya jauh. Adanya tempat kamar mandi/WC, adanya sarana olahraga dan kelengkapan buku dan kitab adalah kebutuhan santri selama belajar yang akan sangat membantu santri dalam menuntut ilmu. Oleh karena itu fasilitas sangat mempengaruhi

kepuasan santri.

3. Pengaruh Variabel Pelayanan terhadap Kepuasan Santri

Pelayanan menunjukkan kemampuan dari tenaga guru atau ustad/ustadzah, karyawan dan pengelola pondok pesantren dalam melayani santri. Berdasarkan analisis regresi Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Santri. Dengan kemampuan guru atau ustad/ustadzah, keahlian, keramahan dan kesopanan karyawan serta mutu makanan yang disediakan oleh pondok pesantren akan mempengaruhi tingkat kepuasan karyawan dalam belajar di Pondok Pesantren Al Hidayah Temanggung.

4. Pengaruh Variabel Kurikulum terhadap Kepuasan Santri

Kurikulum merupakan acuan materi pelajaran yang akan diberikan pihak pesantren kepada santrinya. Berdasarkan analisis regresi Kurikulum mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Santri. Adanya kesesuaian kurikulum yang diberikan oleh pondok pesantren dengan perkembangan jaman atau perkembangan ilmu pengetahuan, adanya penambahan jam kegiatan ekstrakurikuler yang diberlakukan oleh pihak pondok pesantren dan adanya kitab kuning yang digunakan untuk mengaji tentunya akan menimbulkan kepercayaan santri untuk belajar dan mengaji di pondok pesantren tersebut sehingga santri akan merasa puas untuk belajar di Pondok Pesantren Al Mujahidin Temanggung.

5. Pengaruh Variabel Lokasi terhadap Kepuasan Santri

Lokasi merupakan tempat pondok pesantren tersebut. Berdasarkan analisis

regresi Lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Santri. Lokasi pondok pesantren yang mudah dijangkau akan mempermudah calon santri dan santri untuk mencari dan datang menuntut ilmu. Selain itu keamanan tempat atau lokasi pondok pesantren akan menjadi pertimbangan santri dan keluarganya memilih tempat pesantren tersebut sebagai pilihan tempat untuk menuntut ilmu agama. Juga adanya pengaruh yang baik dari lingkungan pondok pesantren yang baik tentunya sebagai sarana pendukung dari luar yang sangat dibutuhkan oleh santri agar tenang dalam menuntut ilmu.

6. Pengaruh Variabel Biaya terhadap Kepuasan Santri

Biaya sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh santri untuk belajar di Pondok Pesantren tersebut. Berdasarkan analisis regresi Biaya mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Santri. Biaya merupakan ketentuan yang harus ditetapkan dan disepakati oleh pihak santri dan pihak penyelenggara pendidikan. Oleh karena itu biaya seperti ketentuan pembayaran SPP, adanya iuran tambahan dan uang gedung yang terjangkau oleh santri atau orang tua santri sehingga tidak memberatkan akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi santri. Karena santri akan merasa puas dapat belajar di pondok pesantren tersebut dengan biaya yang terjangkau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan analisis kualitatif dapat diketahui bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel Fasilitas dengan rata-rata jawaban 3,79, Pelayanan dengan rata-rata jawaban 3,78, Kurikulum dengan rata-rata jawaban 3,63, Lokasi dengan rata-rata jawaban 3,63, Biaya dengan rata-rata jawaban 3,67 dan variabel Kepuasan Santri dengan rata-rata jawaban 3,91.
2. Berdasarkan uji F dapat disimpulkan secara simultan Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2), Kurikulum (X_3), Lokasi (X_4) dan Biaya (X_5), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Santri di Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} = 24,554$ lebih besar dari $F_{tabel} = 2,3456$. Sedangkan besarnya pengaruh kelima variabel bebas tersebut terhadap Kepuasan Santri sebesar 63,7% sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
3. Berdasarkan uji t, Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Fasilitas, Pelayanan, Kurikulum, Lokasi dan Biaya secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap Kepuasan Santri. Ini dapat dibuktikan dengan harga t_{hitung} dari masing-masing variabel yaitu Fasilitas ($t_{hitung}=3,317$), Pelayanan ($t_{hitung}=2,549$), Kurikulum ($t_{hitung}=3,266$), Lokasi ($t_{hitung}=2,355$) dan Biaya ($t_{hitung}=3,838$) lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,6669.

4. Variabel fasilitas merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Santri. Hal ini dapat diketahui pada koefisien determinasi (r^2) dari variabel fasilitas (X_1) mempunyai nilai terbesar yaitu sebesar 0,136 dan Kurikulum (X_3) mempunyai nilai terbesar kedua yaitu sebesar 0,132 dibandingkan variabel yang lain, yaitu pelayanan (X_2) sebesar 0,085, Lokasi (X_4) sebesar 0,073, dan Biaya (X_5) sebesar 0,076.

B. Saran

Berdasar kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi Pondok Pesantren Al Mujahidin Kecamatan Temanggung Jawa Tengah berkaitan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Santri.

1. Saran yang diusulkan adalah mempertahankan atau bahkan meningkatkan Kualitas Pelayanan khususnya variabel fasilitas karena berdasarkan penelitian variabel ini mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Santri. Misalnya sarana kamar mandi/WC yang selalu terjaga kebersihannya, tempat tidur yang selalu terjaga kebersihan dan kenyamanannya agar santri bisa istirahat dengan nyaman setelah melakukan belajar, untuk lebih menggali

kemampuan santri dibidang olahraga maka pihak pondok pesantren perlu melengkapi sarana olahraga seperti basket, bulutangkis, dan lain-lain dengan begitu kemampuan atau bakat olahraga santri akan lebih terasah selain kemampuan belajar ilmu agama.

2. Untuk lebih meningkatkan kepuasan santri maka pihak manajemen atau pihak pondok pesantren untuk selalu meningkatkan kinerja dari guru dan karyawan, meningkatkan mutu pelayanan yang baik kepada santri tanpa ada perbedaan-perbedaan, selain itu dalam menentukan biaya pesantren agar memberikan harga atau biaya yang memperhatikan kemampuan dari orangtua santri atau kemampuan dari santri tersebut sehingga santri yang mempunyai keinginan dan kemampuan yang kuat untuk belajar agama dapat belajar dan mengembangkan kemampuannya di Pondok Pesantren Al Mujahidin Temanggung.

LAMPIRAN

LAMPIRAN A

I. PERTANYAAN UMUM

Jawablah pertanyaan ini dengan membubuhkan tanda silang (X) sesuai dengan

kondisi Bpk/Ibu/Sdr/I :

1. Jenis Kelaminanda

() Pria

() Wanita

2. Berapa usia anda

() Dibawah 17 Tahun

() 17 – 25 Tahun

() Diatas 25 Tahun

3. Pendidikan terakhir anda

() SMP

() SMA

() Akademi / Perguruan Tinggi

II. PERTANYAAN TENTANG PENILAIAN

BERILAH TANDA SILANG (X) UNTUK SALAH SATU JAWABAN YANG
DIANGGAP SESUAI DENGAN KEADAAN SEBENARNYA.

A. VARIABEL FASILITAS

1. Pendapat anda tentang sarana dan prasarana belajar yang dimiliki Pondok

Pesantren :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

2. Pendapat anda tentang tempat tidur yang dimiliki Pondok Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

3. Pendapat anda tentang tempat mandi / WC yang dimiliki Pondok Pesantren ini :
- a. Sangat Tidak Puas
 - b. Tidak Puas
 - c. Cukup
 - d. Puas
 - e. Sangat Puas
4. Pendapat anda tentang tempat olah raga yang dimiliki Pondok Pesantren ini :
- a. Sangat Tidak Puas
 - b. Tidak Puas
 - c. Cukup
 - d. Puas
 - e. Sangat Puas
5. Pendapat anda tentang kelengkapan buku dan kitab di Pondok Pesantren ini :
- a. Sangat Tidak Puas
 - b. Tidak Puas
 - c. Cukup
 - d. Puas
 - e. Sangat Puas

B. VARIABEL PELAYANAN

1. Pendapat anda tentang kemampuan tenaga guru atau ustad/ustadzah di Pondok

Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

2. Pendapat anda tentang keramahan dan kesopanan karyawan di Pondok

Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

3. Pendapat anda tentang ketrampilan karyawan yang ada di Pondok Pesantren

ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

4. Pendapat anda tentang menu makanan yang diberikan oleh Pondok Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

C. VARIABEL KURIKULUM

1. Pendapat anda tentang kesesuaian kurikulum di Pondok Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

2. Pendapat anda tentang penambahan materi ekstra kurikuler yang diterapkan oleh pondok Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

3. Pendapat anda tentang kitab kuning yang digunakan untuk mengaji dan belajar di Pondok Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

D. VARIABEL LOKASI

1. Pendapat anda tentang lokasi yang mudah dijangkau menuju Pondok Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Tidak Puas

2. Pendapat anda tentang tingkat keamanan dan kenyamanan di Pondok Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Tidak Puas

3. Pendapat anda tentang pengaruh lingkungan terhadap Pondok Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Tidak Puas

E. VARIABEL BIAYA

1. Pendapat anda tentang ketentuan pembayaran SPP pada pondok pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

2. Pendapat anda tentang iuran tambahan yang ditetapkan pada Pondok

Pesantren ini :

- a. Sangat Tidak Puas
- b. Tidak Puas
- c. Cukup
- d. Puas
- e. Sangat Puas

3. Pendapat anda tentang uang pembangunan yang ditetapkan pada Pondok Pesantren ini :
- a. Sangat Tidak Puas
 - b. Tidak Puas
 - c. Cukup
 - d. Puas
 - e. Sangat Puas

F. VARIBEL KEPUASAN SANTRI (KONSUMEN)

1. Secara umum anda puas terhadap apa yang ada dipondok pesantren ini :
- a. Sangat Tidak Puas
 - b. Tidak Puas
 - c. Cukup
 - d. Memuaskan
 - e. Sangat Memuaskan
2. Anda berniat untuk merekomendasikan kepada teman atau saudara untuk nyantri dipondok pesantren ini :
- a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Ragu
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

LAMPIRAN B

REKAPITULASI HASIL JAWABAN 76 RESPONDEN

NO	Fasilitas (X1)					Pelayanan (X2)					Kurikulum (X3)				Lokasi (X4)				Biaya (X5)				Kepuasan Santri (Y)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Rata2	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Rata2	X3.1	X3.2	X3.3	Rata2	X4.1	X4.2	X4.3	Rata2	X5.1	X5.2	X5.3	Rata2	Y1.1	Y1.2	Rata2
1	5	4	4	5	4	4,40	4	3	4	4	3,75	4	4	3	3,67	4	5	5	4,67	4	5	4	4,33	5	4	4,50
2	4	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00
3	3	2	3	3	3	2,80	4	4	3	3	3,50	2	2	2	2,00	3	3	2	2,67	2	2	2	2,00	2	3	2,50
4	5	5	4	4	4	4,40	4	4	5	5	4,50	5	4	5	4,67	3	3	3	3,00	4	5	5	4,67	5	4	4,50
5	3	3	3	3	3	3,00	5	4	4	4	4,25	4	3	3	3,33	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	3	3,50
6	5	5	4	4	5	4,60	4	4	4	4	4,00	5	4	5	4,67	4	5	4	4,33	3	2	2	2,33	4	5	4,50
7	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	4,00
8	3	4	4	4	4	3,80	4	3	5	3	3,75	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4,00
9	4	3	3	2	2	2,80	4	4	5	4	4,25	4	4	3	3,67	3	3	3	3,33	3	4	3	3,33	3	4	3,50
10	4	4	4	4	2	3,60	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	3	3	3,00
11	5	4	2	2	4	3,40	4	4	5	5	4,50	3	4	4	3,67	3	5	4	4,00	4	3	4	3,67	3	4	3,50
12	5	5	4	4	4	4,40	3	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00
13	5	4	3	3	3	3,60	4	5	4	4	4,25	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00
14	2	2	2	2	2	2,00	4	4	3	3	3,50	4	5	4	4,33	4	4	5	4,33	4	3	4	3,67	4	5	4,50
15	4	4	4	4	4	4,00	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	3	2,67	4	4	4	4,00	3	3	3,00
16	3	3	4	4	4	3,60	3	4	4	5	4,00	3	3	3	3,00	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4,00
17	3	3	3	3	3	3,00	4	5	5	5	4,75	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	5	4,00	4	4	4,00
18	4	5	4	4	4	4,20	3	3	3	2	2,75	4	5	3	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00
19	4	5	5	5	5	4,80	4	3	5	4	4,00	3	3	3	3,00	4	4	5	4,33	4	4	5	4,33	4	5	4,50
20	5	4	5	5	5	4,80	4	4	5	5	4,50	5	5	4	4,67	5	5	5	5,00	3	5	5	4,33	5	5	5,00
21	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00	3	2	2	2,33	3	2	2	2,33	3	3	3,00
22	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00
23	3	3	2	3	3	2,80	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	2	3	4	3,00	3	5	4,00
24	5	3	3	4	5	4,00	4	4	5	5	4,50	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	5	4,00
25	5	3	2	3	3	3,20	4	4	4	3	3,75	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00
26	4	5	5	5	4	4,60	4	4	4	4	4,00	5	5	5	4,67	5	5	4	4,67	4	5	5	4,67	5	5	5,00
27	5	3	4	4	4	4,00	4	4	4	5	4,25	4	5	5	4,67	4	5	4	4,33	4	4	4	4,33	4	5	4,50
28	4	4	4	4	4	4,00	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	3	3	3,00
29	5	5	4	4	4	4,20	3	3	3	3	3,00	3	4	5	4,00	4	2	3	3,00	4	5	5	4,67	4	4	4,00
30	4	4	3	4	3	3,60	5	4	5	4	4,50	3	3	2	2,67	4	2	3	3,00	2	4	4	3,33	3	5	4,00
31	4	4	4	4	4	4,00	5	4	5	5	4,75	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67	4	5	4,50
32	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	3	3,00
33	4	4	4	4	4	4,00	4	4	5	5	4,50	5	4	5	4,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4,50
34	3	3	4	4	4	3,60	4	4	3	3	3,50	4	4	4	3,67	4	4	4	3,67	3	3	3	2,67	4	3	3,50
35	4	4	3	3	4	3,60	2	2	2	2	2,00	5	4	4	4,33	3	2	2	2,33	2	3	2	2,33	3	3	3,00
36	3	3	3	3	3	3,00	2	3	3	2	2,50	2	2	3	2,67	2	3	3	2,67	2	2	2	2,00	3	3	3,00
37	3	3	4	4	4	3,60	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67	3	3	4	3,33	4	4	4,00
38	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4,00	3	2	3	2,67	4	4	4	4,00	4	4	4,00
39	5	4	4	4	5	4,40	3	3	4	4	4,50	4	5	5	4,67	4	5	5	4,67	3	4	3	3,33	4	4	4,00

40	5	4	4	4	4	4.20	4	4	5	4	4.25	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67	4	5	5	4.67	5	4	4.50
----	---	---	---	---	---	------	---	---	---	---	------	---	---	---	------	---	---	---	------	---	---	---	------	---	---	------

NO	Fasilitas (X1)					Pelayanan (X2)					Kurikulum (X3)					Lokasi (X4)				Biaya (X5)				Kepuasan Santri (Y)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Rata2	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Rata2	X3.1	X3.2	X3.3	Rata2	X4.1	X4.2	X4.3	Rata2	X5.1	X5.2	X5.3	Rata2	Y1.1	Y1.2	Rata2	
41	4	4	4	4	5	4.20	5	4	4	5	4.50	5	4	4	4.33	4	4	3	3.67	4	4	4	4.00	5	5	5.00	
42	3	3	3	2	4	3.00	5	4	4	4	4.25	3	3	3	3.00	2	2	2	2.00	4	4	3	3.67	3	3	3.00	
43	2	2	3	3	3	2.60	4	4	5	4	4.25	4	4	3	3.67	3	3	3	3.00	5	4	4	4.33	4	3	3.50	
44	4	4	4	4	4	4.00	4	3	3	3	3.25	4	3	4	3.67	4	5	5	4.67	3	3	3	3.00	4	5	4.50	
45	4	4	3	3	4	3.60	4	3	4	4	3.75	5	4	4	4.33	3	3	2	2.67	4	3	3	3.33	4	3	3.50	
46	3	4	4	3	3	3.40	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00	3	3	3	3.00	4	4	4.00	
47	5	3	3	4	4	3.80	5	5	5	4	4.75	4	4	4	4.00	3	2	3	2.67	4	4	3	3.67	4	4	4.00	
48	5	3	4	4	3	3.80	5	5	5	4	4.75	4	4	5	4.33	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4.00	
49	3	3	4	4	3	3.40	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	3	4	3.67	3	4	4	3.67	4	3	3.50	
50	4	5	4	4	4	4.20	4	4	5	4	4.25	4	4	4	4.00	4	5	5	4.67	4	5	5	4.67	4	5	4.50	
51	4	5	5	5	5	4.80	5	5	5	5	5.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4.00	
52	4	4	4	4	4	4.00	3	4	3	4	3.50	5	4	4	4.33	4	4	4	4.00	4	3	4	3.67	5	4	4.50	
53	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	3	3.75	4	4	3	3.67	4	3	3	3.33	3	5	4	4.00	5	4	4.50	
54	4	3	4	4	3	3.60	3	3	4	3	3.25	2	2	2	2.00	3	3	4	3.33	3	4	3	3.33	4	4	4.00	
55	5	4	3	4	4	4.00	3	3	4	4	3.50	4	5	5	4.67	4	3	4	3.67	3	4	5	4.00	5	5	5.00	
56	4	4	3	3	3	3.40	4	3	4	3	3.50	2	3	3	2.67	4	3	3	3.33	3	3	3	3.00	3	4	3.50	
57	4	4	4	4	3	3.80	4	4	4	4	4.00	5	5	5	5.00	4	4	4	4.00	3	5	4	4.00	4	4	4.00	
58	3	3	3	4	4	3.40	3	3	4	4	3.50	2	2	2	2.00	4	5	5	4.67	3	4	4	3.67	4	4	4.00	
59	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00	3	4	3	3.00	5	5	5	5.00	3	3	3	3.00	3	3	3.00	
60	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	5	4.50	4	4	3	3.67	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67	4	4	4.00	
61	5	5	5	5	4	4.80	4	4	4	4	4.00	5	5	5	5.00	4	3	3	3.33	4	4	5	4.33	5	5	5.00	
62	4	4	5	5	5	4.20	5	5	5	4	4.75	4	2	4	3.33	3	2	2	2.33	3	4	4	3.67	4	5	4.50	
63	4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00	1	2	2	1.67	4	4	4	4.00	4	4	4.00	
64	3	4	4	4	4	3.80	4	3	5	3	3.75	3	3	3	3.00	3	4	4	3.67	4	4	3	3.67	3	4	3.50	
65	4	3	3	4	4	3.60	4	4	5	4	4.25	4	4	4	4.00	3	3	3	3.33	4	4	4	4.00	4	4	4.00	
66	4	4	4	4	3	3.80	3	2	3	3	2.75	2	1	2	1.67	4	3	3	3.33	3	3	3	3.00	3	3	3.00	
67	5	4	5	5	5	4.80	3	3	4	4	4.00	3	3	3	3.00	4	3	5	4.00	3	4	4	3.67	4	4	4.00	
68	4	5	3	4	3	3.80	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00	4	5	4	4.33	4	5	5	4.67	4	5	4.50	
69	4	4	4	4	4	4.00	3	2	3	3	2.75	3	3	3	3.00	4	5	5	4.67	4	5	5	4.67	4	4	4.00	
70	5	4	4	4	3	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	5	5	4.67	2	2	2	2.00	3	3	3.00	
71	4	4	4	3	3	3.60	3	3	3	3	3.00	2	3	3	2.67	4	4	3	3.67	2	2	2	2.00	3	3	3.00	
72	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00	4	3	3	3.33	4	3	4	3.67	2	3	4	3.00	3	3	3.00	
73	4	4	3	3	4	3.60	2	4	4	4	3.50	4	5	3	4.00	3	3	3	3.00	3	3	3	3.00	4	4	4.00	
74	2	4	4	4	4	3.60	2	2	2	2	2.00	1	2	1	1.33	3	4	5	4.00	3	4	5	4.00	3	3	3.00	
75	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4	4.25	3	4	4	3.67	4	4	3	3.67	3	3	3	3.00	5	4	4.50	
76	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	2	5	5	4.00	4	5	4	4.33	4	4	4	4.00	4	4	4.00	
Rata2	3.95	3.80	3.71	3.78	3.71	3.79	3.76	3.64	3.97	3.75	3.78	3.63	3.67	3.58	3.63	3.64	3.58	3.66	3.63	3.43	3.79	3.78	3.67	3.87	3.96	3.91	

REKAPITULASI DATA RATA-RATA PENELITIAN 76 RESPONDEN

NO	X1	X2	X3	X4	X5	Y	NO	X1	X2	X3	X4	X5	Y
1	4.40	3.75	3.67	4.67	4.33	4.50	39	4.40	3.50	4.67	4.67	3.33	4.00
2	4.00	4.25	4.00	4.00	4.00	4.00	40	4.20	4.25	4.00	3.67	4.67	4.50
3	2.80	3.50	2.00	2.67	2.00	2.50	41	4.20	4.50	4.33	3.67	4.00	5.00
4	4.40	4.50	4.67	3.00	4.67	4.50	42	3.00	4.25	3.00	2.00	3.67	3.00
5	3.00	4.25	3.33	4.00	3.00	3.50	43	2.60	4.25	3.67	3.00	4.33	3.50
6	4.60	4.00	4.67	4.33	2.33	4.50	44	4.00	3.25	3.67	4.67	3.00	4.50
7	4.00	4.00	4.00	4.00	3.67	4.00	45	3.60	3.75	4.33	2.67	3.33	3.50
8	3.80	3.75	3.00	3.67	4.00	4.00	46	3.40	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00
9	2.80	4.25	3.67	3.33	3.33	3.50	47	3.80	4.75	4.00	2.67	3.67	4.00
10	3.60	3.00	3.00	3.33	3.33	3.00	48	3.80	4.75	4.33	4.00	4.00	4.00
11	3.40	4.50	3.67	4.00	3.67	3.50	49	3.40	4.00	4.00	3.67	3.67	3.50
12	4.40	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	50	4.20	4.25	4.00	4.67	4.67	4.50
13	3.60	4.25	4.00	4.00	4.00	4.00	51	4.80	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
14	2.00	3.50	4.33	4.33	3.67	4.50	52	4.00	3.50	4.33	4.00	3.67	4.50
15	4.00	3.00	3.00	2.67	4.00	3.00	53	4.20	3.75	3.67	3.33	4.00	4.50
16	3.60	4.00	3.00	3.67	4.00	4.00	54	3.60	3.25	2.00	3.33	3.33	4.00
17	3.00	4.75	4.00	4.00	4.00	4.00	55	4.00	3.50	4.67	3.67	4.00	5.00
18	4.20	2.75	4.00	4.00	4.00	4.00	56	3.40	3.50	2.67	3.33	3.00	3.50
19	4.80	4.00	3.00	4.33	4.33	4.50	57	3.80	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00
20	4.80	4.50	4.67	5.00	4.33	5.00	58	3.40	3.50	2.00	4.67	3.67	4.00
21	3.00	3.00	2.00	2.00	2.33	3.00	59	3.00	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00
22	4.00	4.00	3.67	4.00	4.00	4.00	60	4.00	4.50	3.67	4.00	3.67	4.00
23	2.80	4.25	4.00	3.33	3.00	4.00	61	4.80	4.00	5.00	3.33	4.33	5.00
24	4.00	4.50	4.00	4.00	4.00	4.00	62	4.20	4.75	3.33	2.33	3.67	4.50
25	3.20	3.75	3.67	3.00	3.67	3.50	63	4.20	4.00	3.00	1.67	4.00	4.00
26	4.60	4.00	4.67	4.67	4.67	5.00	64	3.80	3.75	3.00	3.67	4.00	4.00
27	4.00	4.25	4.67	4.33	4.33	4.50	65	3.60	4.25	3.67	3.33	3.67	3.50
28	4.00	3.00	3.00	3.00	3.33	3.00	66	3.80	2.75	1.67	3.33	3.00	3.00
29	4.20	3.00	4.00	3.00	4.67	4.00	67	4.80	3.50	4.00	3.33	3.67	4.00
30	3.60	4.50	2.67	3.00	3.33	4.00	68	3.80	4.00	3.00	4.00	3.67	4.00
31	4.00	4.75	4.00	4.00	4.67	4.50	69	4.00	2.75	3.00	4.33	4.67	4.50
32	3.00	3.00	3.00	3.33	3.67	3.00	70	4.00	4.00	4.00	4.67	4.67	4.00
33	4.00	4.50	4.67	4.00	4.00	4.50	71	3.60	3.00	2.67	3.67	2.00	3.00
34	3.60	3.50	3.67	3.67	2.67	3.50	72	4.00	3.00	3.33	3.67	3.00	3.00
35	3.60	2.00	4.33	2.33	2.33	3.00	73	3.60	3.50	4.00	3.00	3.00	4.00
36	3.00	2.50	2.33	2.67	2.00	3.00	74	3.60	2.00	1.33	4.00	4.00	3.00
37	3.60	3.25	4.00	3.67	3.33	4.00	75	4.00	4.25	3.67	3.67	3.00	4.50
38	4.00	3.75	4.00	2.67	4.00	4.00	76	4.00	4.00	4.00	4.33	4.00	4.00

Uji Validitas Variabel Fasilitas (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOT_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.525**	.272*	.381**	.329**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.018	.001	.004	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.2	Pearson Correlation	.525**	1	.549**	.532**	.460**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.3	Pearson Correlation	.272*	.549**	1	.820**	.496**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.4	Pearson Correlation	.381**	.532**	.820**	1	.542**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X1.5	Pearson Correlation	.329**	.460**	.496**	.542**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.	.000
	N	76	76	76	76	76	76
TOT_X1	Pearson Correlation	.667**	.801**	.808**	.845**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	76	76	76	76	76	76

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X1)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 76.0

N of Items = 5

Alpha = .8250

Uji Validitas Variabel Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOT_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.707**	.653**	.567**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X2.2	Pearson Correlation	.707**	1	.631**	.631**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X2.3	Pearson Correlation	.653**	.631**	1	.697**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X2.4	Pearson Correlation	.567**	.631**	.697**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
TOT_X2	Pearson Correlation	.851**	.857**	.876**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

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

Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X2)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 76.0

N of Items = 4

Alpha = .8792

Uji Validitas Variabel Kurikulum (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOT_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.699**	.659**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76
X3.2	Pearson Correlation	.699**	1	.724**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	76	76	76	76
X3.3	Pearson Correlation	.659**	.724**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	76	76	76	76
TOT_X3	Pearson Correlation	.884**	.904**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	76	76	76	76

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

Uji Reliabilitas Variabel Kurikulum (X3)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 76.0

N of Items = 3

Alpha = .8715

Uji Validitas Variabel Lokasi (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	TOT_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.598**	.554**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76
X4.2	Pearson Correlation	.598**	1	.733**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	76	76	76	76
X4.3	Pearson Correlation	.554**	.733**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	76	76	76	76
TOT_X4	Pearson Correlation	.791**	.916**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	76	76	76	76

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

Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X4)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 76.0

N of Items = 3

Alpha = .8307

Uji Validitas Variabel Biaya (X5)

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	TOT X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.496**	.458**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76
X5.2	Pearson Correlation	.496**	1	.763**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	76	76	76	76
X5.3	Pearson Correlation	.458**	.763**	1	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	76	76	76	76
TOT_X5	Pearson Correlation	.738**	.899**	.896**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	76	76	76	76

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

Uji Reliabilitas Variabel Biaya (X5)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 76.0

N of Items = 3

Alpha = .8029

Uji Validitas Variabel Kepuasan Santri (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	TOT_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.506**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	76	76	76
Y1.2	Pearson Correlation	.506**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	76	76	76
TOT_Y	Pearson Correlation	.867**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	76	76	76

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

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Santri (Y)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 76.0

N of Items = 2

Alpha = .6721

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan (Y)	3.9145	.59098	76
Fasilitas (X1)	3.7895	.56085	76
Pelayanan (X2)	3.7829	.65871	76
Kurikulum (X3)	3.6278	.80017	76
Lokasi (X4)	3.6275	.72217	76
Biaya (X5)	3.6670	.66509	76

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya (X5), Lokasi (X4), Pelayanan (X2), Fasilitas (X1), Kurikulum (X3)		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.611	.36862

a. Predictors: (Constant), Biaya (X5), Lokasi (X4), Pelayanan (X2), Fasilitas (X1), Kurikulum (X3)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.682	5	3.336	24.554	.000 ^a
	Residual	9.512	70	.136		
	Total	26.194	75			

a. Predictors: (Constant), Biaya (X5), Lokasi (X4), Pelayanan (X2), Fasilitas (X1), Kurikulum (X3)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.080	.377		.211	.833			
	Fasilitas (X1)	.292	.088	.278	3.317	.001	.556	.369	.239
	Pelayanan (X2)	.193	.076	.215	2.549	.013	.491	.291	.184
	Kurikulum (X3)	.211	.065	.285	3.266	.002	.614	.364	.235
	Lokasi (X4)	.150	.064	.183	2.355	.021	.429	.271	.170
	Biaya (X5)	.188	.079	.211	2.389	.020	.583	.275	.172

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

PEARSON PRODUCT MOMENT CORRELATIONS TABLE

α 5 %

N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed
3	0.99692	0.98769	53	0.27040	0.22824	103	0.19361	0.16295
4	0.95000	0.90000	54	0.26787	0.22607	104	0.19267	0.16215
5	0.87834	0.80538	55	0.26540	0.22397	105	0.19175	0.16137
6	0.81140	0.72930	56	0.26301	0.22193	106	0.19084	0.16060
7	0.75449	0.66944	57	0.26068	0.21994	107	0.18994	0.15984
8	0.70673	0.62149	58	0.25841	0.21800	108	0.18905	0.15909
9	0.66638	0.58221	59	0.25619	0.21611	109	0.18818	0.15835
10	0.63190	0.54936	60	0.25404	0.21427	110	0.18732	0.15763
11	0.60207	0.52140	61	0.25193	0.21248	111	0.18647	0.15691
12	0.57598	0.49726	62	0.24988	0.21073	112	0.18563	0.15620
13	0.55294	0.47616	63	0.24788	0.20902	113	0.18481	0.15550
14	0.53241	0.45750	64	0.24592	0.20736	114	0.18399	0.15481
15	0.51398	0.44086	65	0.24401	0.20573	115	0.18319	0.15413
16	0.49731	0.42590	66	0.24214	0.20414	116	0.18239	0.15346
17	0.48215	0.41236	67	0.24032	0.20259	117	0.18161	0.15279
18	0.46828	0.40003	68	0.23854	0.20107	118	0.18083	0.15214
19	0.45553	0.38873	69	0.23679	0.19959	119	0.18007	0.15149
20	0.44376	0.37834	70	0.23508	0.19814	120	0.17931	0.15085
21	0.43286	0.36874	71	0.23341	0.19671	121	0.17857	0.15022
22	0.42271	0.35983	72	0.23178	0.19532	122	0.17783	0.14960
23	0.41325	0.35153	73	0.23017	0.19396	123	0.17710	0.14899
24	0.40439	0.34378	74	0.22861	0.19263	124	0.17639	0.14838
25	0.39607	0.33652	75	0.22707	0.19132	125	0.17568	0.14778
26	0.38824	0.32970	76	0.22556	0.19004	126	0.17498	0.14719
27	0.38086	0.32328	77	0.22408	0.18879	127	0.17428	0.14660
28	0.37389	0.31722	78	0.22263	0.18756	128	0.17360	0.14602
29	0.36728	0.31149	79	0.22121	0.18635	129	0.17292	0.14545
30	0.36101	0.30606	80	0.21982	0.18517	130	0.17225	0.14488
31	0.35505	0.30090	81	0.21845	0.18401	131	0.17159	0.14433
32	0.34937	0.29599	82	0.21711	0.18287	132	0.17094	0.14377
33	0.34396	0.29132	83	0.21579	0.18175	133	0.17029	0.14323
34	0.33879	0.28686	84	0.21449	0.18065	134	0.16965	0.14269
35	0.33384	0.28259	85	0.21322	0.17957	135	0.16902	0.14215
36	0.32911	0.27852	86	0.21197	0.17851	136	0.16840	0.14163
37	0.32457	0.27461	87	0.21074	0.17747	137	0.16778	0.14110
38	0.32022	0.27086	88	0.20954	0.17644	138	0.16717	0.14059
39	0.31603	0.26727	89	0.20835	0.17544	139	0.16656	0.14008
40	0.31201	0.26381	90	0.20718	0.17445	140	0.16596	0.13957
41	0.30813	0.26048	91	0.20604	0.17348	141	0.16537	0.13907
42	0.30440	0.25728	92	0.20491	0.17252	142	0.16479	0.13858
43	0.30079	0.25419	93	0.20380	0.17158	143	0.16421	0.13809
44	0.29732	0.25121	94	0.20271	0.17065	144	0.16363	0.13761
45	0.29396	0.24833	95	0.20163	0.16974	145	0.16307	0.13713
46	0.29071	0.24555	96	0.20057	0.16885	146	0.16251	0.13665
47	0.28756	0.24286	97	0.19953	0.16797	147	0.16195	0.13618
48	0.28452	0.24026	98	0.19851	0.16710	148	0.16140	0.13572
49	0.28157	0.23773	99	0.19750	0.16624	149	0.16086	0.13526
50	0.27871	0.23529	100	0.19650	0.16540	150	0.16032	0.13480
51	0.27594	0.23292	101	0.19552	0.16457	151	0.15978	0.13435
52	0.27324	0.23062	102	0.19456	0.16375	152	0.15912	0.13372

Sumber : Database Microsoft Excel

TABEL F PADA α 5%

DF	1	2	3	4	5	DF	1	2	3	4	5
1	161.4476	199.5000	215.7073	224.5832	230.1619	66	3.9863	3.1359	2.7437	2.5108	2.3538
2	18.5128	19.0000	19.1643	19.2468	19.2964	67	3.9840	3.1338	2.7416	2.5087	2.3517
3	10.1280	9.5521	9.2766	9.1172	9.0135	68	3.9819	3.1317	2.7395	2.5066	2.3496
4	7.7086	6.9443	6.5914	6.3882	6.2561	69	3.9798	3.1296	2.7375	2.5046	2.3475
5	6.6079	5.7861	5.4095	5.1922	5.0503	70	3.9778	3.1277	2.7355	2.5027	2.3456
6	5.9874	5.1433	4.7571	4.5337	4.3874	71	3.9758	3.1258	2.7336	2.5008	2.3437
7	5.5914	4.7374	4.3468	4.1203	3.9715	72	3.9739	3.1239	2.7318	2.4989	2.3418
8	5.3177	4.4590	4.0662	3.8379	3.6875	73	3.9720	3.1221	2.7300	2.4971	2.3400
9	5.1174	4.2565	3.8625	3.6331	3.4817	74	3.9702	3.1203	2.7283	2.4954	2.3383
10	4.9646	4.1028	3.7083	3.4780	3.3258	75	3.9685	3.1186	2.7266	2.4937	2.3366
11	4.8443	3.9823	3.5874	3.3567	3.2039	76	3.9668	3.1170	2.7249	2.4921	2.3349
12	4.7472	3.8853	3.4903	3.2592	3.1059	77	3.9651	3.1154	2.7233	2.4904	2.3333
13	4.6672	3.8056	3.4105	3.1791	3.0254	78	3.9635	3.1138	2.7218	2.4889	2.3317
14	4.6001	3.7389	3.3439	3.1122	2.9582	79	3.9619	3.1123	2.7203	2.4874	2.3302
15	4.5431	3.6823	3.2874	3.0556	2.9013	80	3.9604	3.1108	2.7188	2.4859	2.3287
16	4.4940	3.6337	3.2389	3.0069	2.8524	81	3.9589	3.1093	2.7173	2.4844	2.3273
17	4.4513	3.5915	3.1968	2.9647	2.8100	82	3.9574	3.1079	2.7159	2.4830	2.3259
18	4.4139	3.5546	3.1599	2.9277	2.7729	83	3.9560	3.1065	2.7146	2.4817	2.3245
19	4.3807	3.5219	3.1274	2.8951	2.7401	84	3.9546	3.1052	2.7132	2.4803	2.3231
20	4.3512	3.4928	3.0984	2.8661	2.7109	85	3.9532	3.1038	2.7119	2.4790	2.3218
21	4.3248	3.4668	3.0725	2.8401	2.6848	86	3.9519	3.1026	2.7106	2.4777	2.3205
22	4.3009	3.4434	3.0491	2.8167	2.6613	87	3.9506	3.1013	2.7094	2.4765	2.3193
23	4.2793	3.4221	3.0280	2.7955	2.6400	88	3.9493	3.1001	2.7082	2.4753	2.3181
24	4.2597	3.4028	3.0088	2.7763	2.6207	89	3.9481	3.0989	2.7070	2.4741	2.3169
25	4.2417	3.3852	2.9912	2.7587	2.6030	90	3.9469	3.0977	2.7058	2.4729	2.3157
26	4.2252	3.3690	2.9752	2.7426	2.5868	91	3.9457	3.0966	2.7047	2.4718	2.3146
27	4.2100	3.3541	2.9604	2.7278	2.5719	92	3.9445	3.0954	2.7036	2.4707	2.3134
28	4.1960	3.3404	2.9467	2.7141	2.5581	93	3.9434	3.0943	2.7025	2.4696	2.3123
29	4.1830	3.3277	2.9340	2.7014	2.5454	94	3.9423	3.0933	2.7014	2.4685	2.3113
30	4.1709	3.3158	2.9223	2.6896	2.5336	95	3.9412	3.0922	2.7004	2.4675	2.3102
31	4.1596	3.3048	2.9113	2.6787	2.5225	96	3.9402	3.0912	2.6994	2.4665	2.3092
32	4.1491	3.2945	2.9011	2.6684	2.5123	97	3.9391	3.0902	2.6984	2.4655	2.3082
33	4.1393	3.2849	2.8916	2.6589	2.5026	98	3.9381	3.0892	2.6974	2.4645	2.3072
34	4.1300	3.2759	2.8826	2.6499	2.4936	99	3.9371	3.0882	2.6965	2.4636	2.3063
35	4.1213	3.2674	2.8742	2.6415	2.4851	100	3.9362	3.0873	2.6955	2.4626	2.3053
36	4.1132	3.2594	2.8663	2.6335	2.4772	101	3.9352	3.0864	2.6946	2.4617	2.3044
37	4.1055	3.2519	2.8588	2.6261	2.4696	102	3.9342	3.0855	2.6937	2.4608	2.3035
38	4.0982	3.2448	2.8517	2.6190	2.4625	103	3.9333	3.0846	2.6928	2.4599	2.3026
39	4.0913	3.2381	2.8451	2.6123	2.4558	104	3.9324	3.0837	2.6920	2.4591	2.3017
40	4.0847	3.2317	2.8387	2.6060	2.4495	105	3.9315	3.0828	2.6911	2.4582	2.3009
41	4.0785	3.2257	2.8327	2.6000	2.4434	106	3.9307	3.0820	2.6903	2.4574	2.3001
42	4.0727	3.2199	2.8270	2.5943	2.4377	107	3.9298	3.0812	2.6895	2.4566	2.2992
43	4.0670	3.2145	2.8216	2.5888	2.4322	108	3.9290	3.0804	2.6887	2.4558	2.2984
44	4.0617	3.2093	2.8165	2.5837	2.4270	109	3.9282	3.0796	2.6879	2.4550	2.2976
45	4.0566	3.2043	2.8115	2.5787	2.4221	110	3.9274	3.0788	2.6871	2.4542	2.2969
46	4.0517	3.1996	2.8068	2.5740	2.4174	111	3.9266	3.0781	2.6864	2.4535	2.2961
47	4.0471	3.1951	2.8024	2.5695	2.4128	112	3.9258	3.0773	2.6856	2.4527	2.2954
48	4.0427	3.1907	2.7981	2.5652	2.4085	113	3.9251	3.0766	2.6849	2.4520	2.2946
49	4.0384	3.1866	2.7939	2.5611	2.4044	114	3.9243	3.0759	2.6842	2.4513	2.2939
50	4.0343	3.1826	2.7900	2.5572	2.4004	115	3.9236	3.0751	2.6835	2.4506	2.2932
51	4.0304	3.1788	2.7862	2.5534	2.3966	116	3.9229	3.0744	2.6828	2.4499	2.2925
52	4.0266	3.1751	2.7826	2.5498	2.3930	117	3.9222	3.0738	2.6821	2.4492	2.2918
53	4.0230	3.1716	2.7791	2.5463	2.3894	118	3.9215	3.0731	2.6815	2.4485	2.2912
54	4.0195	3.1682	2.7758	2.5429	2.3861	119	3.9208	3.0724	2.6808	2.4479	2.2905
55	4.0162	3.1650	2.7725	2.5397	2.3828	120	3.9201	3.0718	2.6802	2.4472	2.2899
56	4.0130	3.1619	2.7694	2.5366	2.3797	121	3.9195	3.0711	2.6795	2.4466	2.2892
57	4.0099	3.1588	2.7664	2.5336	2.3767	122	3.9188	3.0705	2.6789	2.4460	2.2886
58	4.0069	3.1559	2.7636	2.5307	2.3738	123	3.9182	3.0699	2.6783	2.4454	2.2880
59	4.0040	3.1531	2.7608	2.5279	2.3710	124	3.9175	3.0693	2.6777	2.4448	2.2874
60	4.0012	3.1504	2.7581	2.5252	2.3683	125	3.9169	3.0687	2.6771	2.4442	2.2868
61	3.9985	3.1478	2.7555	2.5226	2.3657	126	3.9163	3.0681	2.6765	2.4436	2.2862
62	3.9959	3.1453	2.7530	2.5201	2.3631	127	3.9157	3.0675	2.6760	2.4430	2.2856
63	3.9934	3.1428	2.7505	2.5177	2.3607	128	3.9151	3.0670	2.6754	2.4425	2.2850
64	3.9909	3.1404	2.7482	2.5153	2.3583	129	3.9146	3.0664	2.6748	2.4419	2.2845
65	3.9886	3.1381	2.7459	2.5130	2.3560	130	3.9140	3.0658	2.6743	2.4414	2.2839

Sumber : Database Microsoft Excel

Tabel Distribusi t

DF	α					DF	α				
	0.005	0.01	0.025	0.05	0.1		0.005	0.01	0.025	0.05	0.1
1	63.6567	25.4517	12.7062	6.3138	3.0777	66	2.6524	2.2937	1.9966	1.6683	1.2945
2	9.9248	6.2053	4.3027	2.9200	1.8856	67	2.6512	2.2929	1.9960	1.6679	1.2943
3	5.8409	4.1765	3.1824	2.3534	1.6377	68	2.6501	2.2921	1.9955	1.6676	1.2941
4	4.6041	3.4954	2.7764	2.1318	1.5332	69	2.6490	2.2914	1.9949	1.6672	1.2939
5	4.0321	3.1634	2.5706	2.0150	1.4759	70	2.6479	2.2906	1.9944	1.6669	1.2938
6	3.7074	2.9687	2.4469	1.9432	1.4398	71	2.6469	2.2899	1.9939	1.6666	1.2936
7	3.4995	2.8412	2.3646	1.8946	1.4149	72	2.6458	2.2892	1.9935	1.6663	1.2934
8	3.3554	2.7515	2.3060	1.8595	1.3968	73	2.6449	2.2886	1.9930	1.6660	1.2933
9	3.2498	2.6850	2.2622	1.8331	1.3830	74	2.6439	2.2879	1.9925	1.6657	1.2931
10	3.1693	2.6338	2.2281	1.8125	1.3722	75	2.6430	2.2873	1.9921	1.6654	1.2929
11	3.1058	2.5931	2.2010	1.7959	1.3634	76	2.6421	2.2867	1.9917	1.6652	1.2928
12	3.0545	2.5600	2.1788	1.7823	1.3562	77	2.6412	2.2861	1.9913	1.6649	1.2926
13	3.0123	2.5326	2.1604	1.7709	1.3502	78	2.6403	2.2855	1.9908	1.6646	1.2925
14	2.9768	2.5096	2.1448	1.7613	1.3450	79	2.6395	2.2849	1.9905	1.6644	1.2924
15	2.9467	2.4899	2.1314	1.7531	1.3406	80	2.6387	2.2844	1.9901	1.6641	1.2922
16	2.9208	2.4729	2.1199	1.7459	1.3368	81	2.6379	2.2838	1.9897	1.6639	1.2921
17	2.8982	2.4581	2.1098	1.7396	1.3334	82	2.6371	2.2833	1.9893	1.6636	1.2920
18	2.8784	2.4450	2.1009	1.7341	1.3304	83	2.6364	2.2828	1.9890	1.6634	1.2918
19	2.8609	2.4334	2.0930	1.7291	1.3277	84	2.6356	2.2823	1.9886	1.6632	1.2917
20	2.8453	2.4231	2.0860	1.7247	1.3253	85	2.6349	2.2818	1.9883	1.6630	1.2916
21	2.8314	2.4138	2.0796	1.7207	1.3232	86	2.6342	2.2813	1.9879	1.6628	1.2915
22	2.8188	2.4055	2.0739	1.7171	1.3212	87	2.6335	2.2809	1.9876	1.6626	1.2914
23	2.8073	2.3979	2.0687	1.7139	1.3195	88	2.6329	2.2804	1.9873	1.6624	1.2912
24	2.7969	2.3909	2.0639	1.7109	1.3178	89	2.6322	2.2800	1.9870	1.6622	1.2911
25	2.7874	2.3846	2.0595	1.7081	1.3163	90	2.6316	2.2795	1.9867	1.6620	1.2910
26	2.7787	2.3788	2.0555	1.7056	1.3150	91	2.6309	2.2791	1.9864	1.6618	1.2909
27	2.7707	2.3734	2.0518	1.7033	1.3137	92	2.6303	2.2787	1.9861	1.6616	1.2908
28	2.7633	2.3685	2.0484	1.7011	1.3125	93	2.6297	2.2783	1.9858	1.6614	1.2907
29	2.7564	2.3638	2.0452	1.6991	1.3114	94	2.6291	2.2779	1.9855	1.6612	1.2906
30	2.7500	2.3596	2.0423	1.6973	1.3104	95	2.6286	2.2775	1.9852	1.6611	1.2905
31	2.7440	2.3556	2.0395	1.6955	1.3095	96	2.6280	2.2771	1.9850	1.6609	1.2904
32	2.7385	2.3518	2.0369	1.6939	1.3086	97	2.6275	2.2767	1.9847	1.6607	1.2903
33	2.7333	2.3483	2.0345	1.6924	1.3077	98	2.6269	2.2764	1.9845	1.6606	1.2903
34	2.7284	2.3451	2.0322	1.6909	1.3070	99	2.6264	2.2760	1.9842	1.6604	1.2902
35	2.7238	2.3420	2.0301	1.6896	1.3062	100	2.6259	2.2757	1.9840	1.6602	1.2901
36	2.7195	2.3391	2.0281	1.6883	1.3055	101	2.6254	2.2753	1.9837	1.6601	1.2900
37	2.7154	2.3363	2.0262	1.6871	1.3049	102	2.6249	2.2750	1.9835	1.6599	1.2899
38	2.7116	2.3337	2.0244	1.6860	1.3042	103	2.6244	2.2746	1.9833	1.6598	1.2898
39	2.7079	2.3313	2.0227	1.6849	1.3036	104	2.6239	2.2743	1.9830	1.6596	1.2897
40	2.7045	2.3289	2.0211	1.6839	1.3031	105	2.6235	2.2740	1.9828	1.6595	1.2897
41	2.7012	2.3267	2.0195	1.6829	1.3025	106	2.6230	2.2737	1.9826	1.6594	1.2896
42	2.6981	2.3246	2.0181	1.6820	1.3020	107	2.6226	2.2734	1.9824	1.6592	1.2895
43	2.6951	2.3226	2.0167	1.6811	1.3016	108	2.6221	2.2731	1.9822	1.6591	1.2894
44	2.6923	2.3207	2.0154	1.6802	1.3011	109	2.6217	2.2728	1.9820	1.6590	1.2894
45	2.6896	2.3189	2.0141	1.6794	1.3006	110	2.6213	2.2725	1.9818	1.6588	1.2893
46	2.6870	2.3172	2.0129	1.6787	1.3002	111	2.6209	2.2722	1.9816	1.6587	1.2892
47	2.6846	2.3155	2.0117	1.6779	1.2998	112	2.6204	2.2719	1.9814	1.6586	1.2892
48	2.6822	2.3139	2.0106	1.6772	1.2994	113	2.6200	2.2717	1.9812	1.6584	1.2891
49	2.6800	2.3124	2.0096	1.6766	1.2991	114	2.6196	2.2714	1.9810	1.6583	1.2890
50	2.6778	2.3109	2.0086	1.6759	1.2987	115	2.6193	2.2711	1.9808	1.6582	1.2890
51	2.6757	2.3095	2.0076	1.6753	1.2984	116	2.6189	2.2709	1.9806	1.6581	1.2889
52	2.6737	2.3082	2.0066	1.6747	1.2980	117	2.6185	2.2706	1.9804	1.6580	1.2888
53	2.6718	2.3069	2.0057	1.6741	1.2977	118	2.6181	2.2704	1.9803	1.6579	1.2888
54	2.6700	2.3056	2.0049	1.6736	1.2974	119	2.6178	2.2701	1.9801	1.6578	1.2887
55	2.6682	2.3044	2.0040	1.6730	1.2971	120	2.6174	2.2699	1.9799	1.6576	1.2886
56	2.6665	2.3033	2.0032	1.6725	1.2969	121	2.6171	2.2696	1.9798	1.6575	1.2886
57	2.6649	2.3022	2.0025	1.6720	1.2966	122	2.6167	2.2694	1.9796	1.6574	1.2885
58	2.6633	2.3011	2.0017	1.6716	1.2963	123	2.6164	2.2692	1.9794	1.6573	1.2885
59	2.6618	2.3000	2.0010	1.6711	1.2961	124	2.6161	2.2689	1.9793	1.6572	1.2884
60	2.6603	2.2990	2.0003	1.6706	1.2958	125	2.6157	2.2687	1.9791	1.6571	1.2884
61	2.6589	2.2981	1.9996	1.6702	1.2956	126	2.6154	2.2685	1.9790	1.6570	1.2883
62	2.6575	2.2971	1.9990	1.6698	1.2954	127	2.6151	2.2683	1.9788	1.6569	1.2883
63	2.6561	2.2962	1.9983	1.6694	1.2951	128	2.6148	2.2681	1.9787	1.6568	1.2882
64	2.6549	2.2954	1.9977	1.6690	1.2949	129	2.6145	2.2679	1.9785	1.6568	1.2881
65	2.6536	2.2945	1.9971	1.6686	1.2947	130	2.6142	2.2677	1.9784	1.6567	1.2881

Sumber : Database Microsoft Excel