

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN SISWA PADA LEMBAGA
BIMBINGAN BELAJAR DELTA
DI JEMBER

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



Oleh:

Hugeng Dwi Cahyono

NIM : 980810201101

Asal	hadiah Pembelian	Klass 670.83 CAH a
TerimaTgl: 10 MAR 2004	No. Induk:	
Pengkatalog: 84		

konsumen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

2004

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
SISWA PADA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR DELTA
DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Hugcng Dwi Cahyono

N. I. M. : 980810201101

J u r u s a n : Manajemen

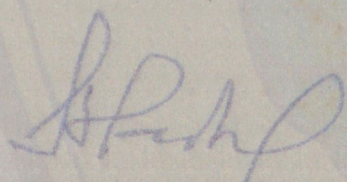
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

27 Pebruari 2004

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

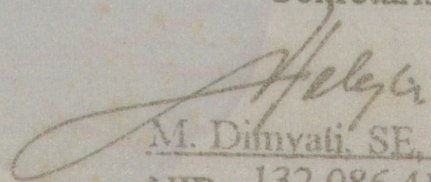
Ketua,



Drs. H. Soegiharto PII, MM

NIP. 130 145 581

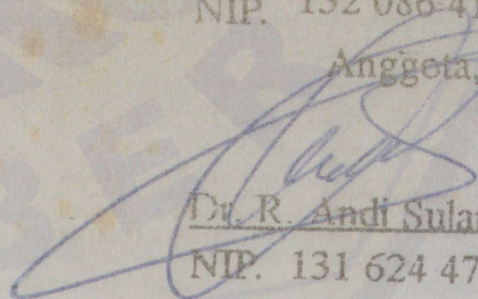
Sekretaris,



M. Dimiyati, SE, M.Si

NIP. 132 086 413

Anggota,



Dr. R. Andi Sularso, MSM

NIP. 131 624 475



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



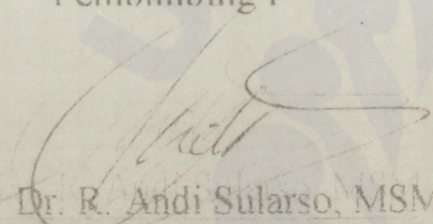
Drs. H. Liakip, SU

NIP. 130 531 976

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

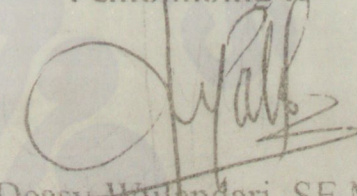
Judul : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Siswa
Pada Lembaga Bimbingan Belajar DELTA di Jember
Nama : Hugeng Dwi Cahyono
NIM : 98081020101
Jurusan : Manajemen
Kosentrasi : Pemasaran

Pembimbing I


Dr. R. Andi Sularso, MSM

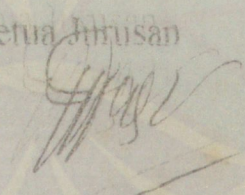
NIP. 131624475

Pembimbing II


Deasy Wulandari, SE, Msi

NIP. 132258071

Ketua Jurusan


Dra. Diah Yulisetiarni, Msi

NIP. 131624474

M O T T O

Empat hal jika terdapat pada dirimu, maka engkau tidak perlu sedih atas apa yang tidak kamu miliki, yaitu berkata yang benar, menjaga amanah, berakhlak yang baik, dan makanan yang halal

Rasulullah

Terkadang apa yang buruk bagimu adalah terbaik untukmu

Anton chekov

Kemajuan bukanlah karena memperbaiki apa yang telah kau lakukan, tapi mencapai apa yang belum kau lakukan

Kahlil Gibran

Kesempatan sering datang menyamar sebagai kesulitan, padahal makin besar kesulitan makin besar pula kesempatan

Hugeng D.C

Skripsi ini koepersembahkan boeat:

- ♥ *Bapak dan ibu yang telah memberikan seluruh kasih sayangnya kepadaku dan perjuangannya untuk memberikanku kehidupan yang layak*
- ♥ *kakakku dan adik-adikku yang telah mewarnai kehidupanku*
- ♥ *My beloved girl Siti Rofiah for your love*

ABSTRAKSI

Penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Siswa Pada Lembaga Bimbingan Belajar DELTA Di Jember” ini bertujuan untuk mengetahui faktor apakah yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan siswa selama mengikuti bimbingan belajar di LBB DELTA Cabang Jember Jl. Panjaitan 117 Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data kualitatif, untuk mempermudah dalam penentuan hasil maka untuk penentuan kesimpulan data yang ada dikuantitatifkan (skoring pada data). Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis yang didukung oleh penelitian terdahulu sebagai dasar dalam pengajuan hipotesis.

Untuk mengetahui pengaruh dari lima variabel yang telah ditentukan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap kepuasan siswa maka dilakukan penyebaran kuesioner pada para siswa. Pertanyaan tersebut hanya terdiri dari pertanyaan tertutup. Pengukurannya menggunakan skala Likert dengan 5 (lima) tingkatan, yaitu: sangat setuju/ baik sekali/ sangat sering, setuju/ baik/ sering, netral, tidak setuju/ jelek/ kadang-kadang dan sangat tidak setuju/ sangat jelek/ tidak sama sekali.

Melalui penyebaran kuesioner tersebut, jawaban responden kemudian diberikan nilai yang telah ditentukan untuk kemudian ditabulasikan. Selanjutnya data mentah tersebut dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji F dan uji t. proses analisis yang dilakukan menggunakan program *SPSS Release 10.0 For Windows*.

Hasil dari perhitungan yang dilakukan ternyata sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap jaminan dan empati memiliki pengaruh yang *significant* terhadap kepuasan siswa LBB DELTA Cabang Jember Jl. Panjaitan 117 Jember serta variabel yang paling berpengaruh adalah kehandalan.

9. Keluarga Bapak Edy Santoso yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
10. Keluarga besar Manajemen Ganjil '98, yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
11. Segenap anggota CFC (Cip Fan's Club) terima kasih atas segala bantuan dan perhatiannya terutama Pak Cip, Bu Cip, Hendro, Sony semoga laris terus.
12. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu
13. *No Thanks* yang tidak menghargai sebuah kepercayaan

Meskipun demikian skripsi ini masih banyak kekurangan dan perlu untuk selalu diperbaiki dan dikembangkan guna kesempurnaan tulisan ini. Oleh karena itu saya mengharapkan semua kritik dan saran pembaca untuk penyempurnaan dimasa yang akan datang.

Jember, Februari 2004

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	3
1.4 Hipotesis.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	5
2.2 Landasan Teori	
2.2.1 Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran.....	8
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.3 Konsep Jasa.....	10
2.2.4 Karakteristik Jasa dan Permasalahannya.....	11
2.2.5 Pengertian Kualitas Jasa.....	15

2.2.6 Harapan Pelanggan	17
2.2.7 Kepuasan Pelanggan	18
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Prosedur Pengumpulan Data	
3.2.1 Jenis dan sumber data	23
3.2.2 Metode pengumpulan data	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.5 Teknik Pengukuran.....	26
3.6 Metode Analisis Data	26
3.7 Identifikasi Variabel.....	29
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	31
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	
4.1.1 Sejarah Singkat LBB DELTA Cabang Jember	33
4.1.2 Standar Pelayanan LBB DELTA	34
4.1.3 Struktur organisasi	36
4.1.4 Jumlah karyawan	45
4.1.5 Sistem pemberian kompensasi	46
4.2 Kebijakan Perusahaan	46
4.3 Analisis Data	
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.3.2 Uji Serempak (Uji F).....	52
4.3.3 Uji Parsial (Uji t)	54
4.4 Pembahasan	57

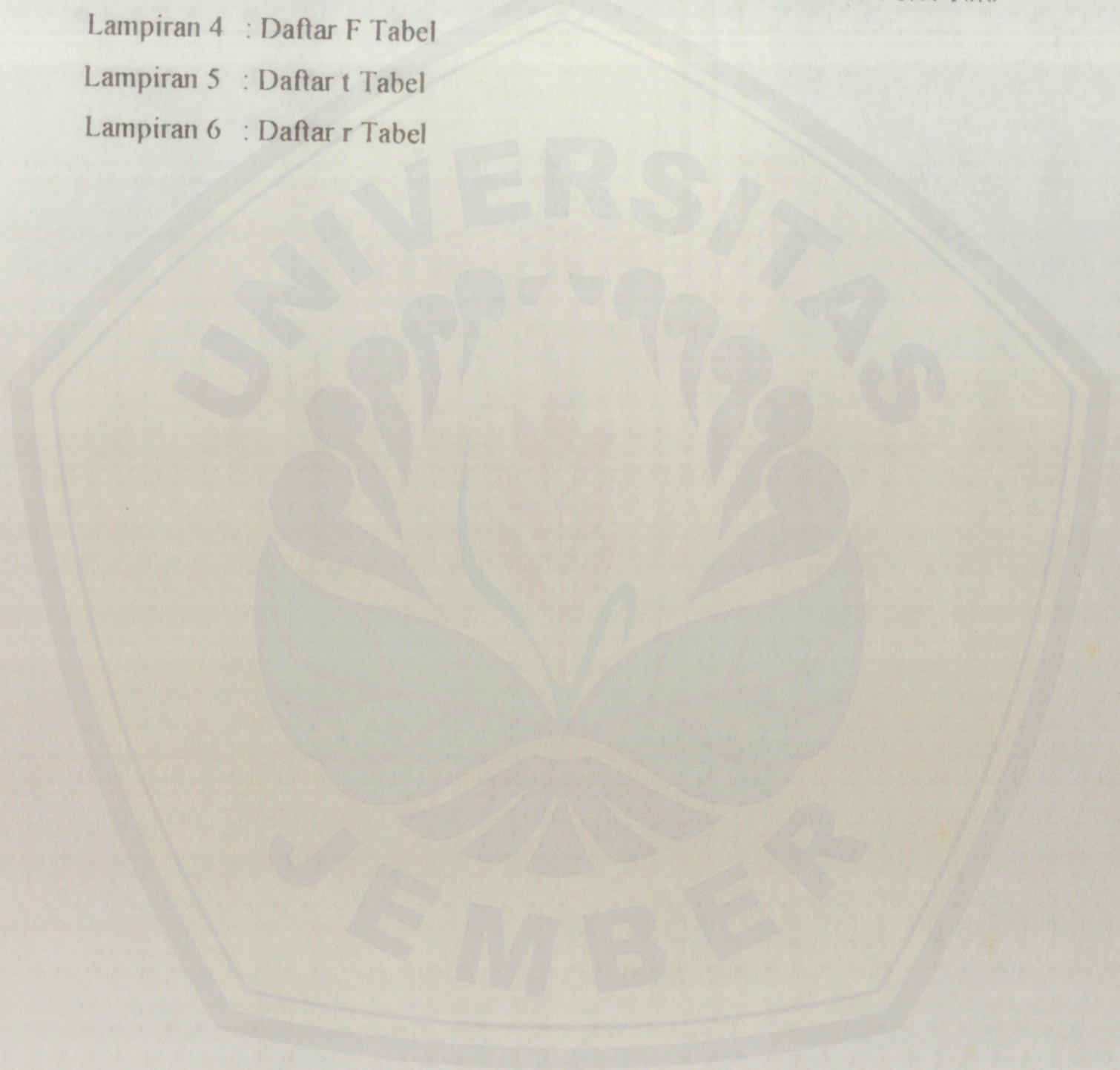
V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran-saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	65



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Data (Raw Data)
- Lampiran 3 : Hasil Perhitungan Regresi Dari SPSS *For Windows Versi 10.0*
- Lampiran 4 : Daftar F Tabel
- Lampiran 5 : Daftar t Tabel
- Lampiran 6 : Daftar r Tabel



DAFTAR GAMBAR

Halaman	
Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	8
Gambar 2.2 Model Konseptual Kualitas Layanan	17
Gambar 2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	19
Gambar 3.1 <i>Flow Chart</i> Kerangka Pemecahan Masalah	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi LBB DELTA Cabang Jember	37
Gambar 4.2 Kurve Normal Pengujian Hipotesis dengan F-test	53
Gambar 4.3 Kurve Normal t-test Untuk Bukti Fisik.....	55
Gambar 4.4 Kurve Normal t-test Untuk Keandalan	55
Gambar 4.5 Kurve Normal t-test Untuk Daya Tanggap	56
Gambar 4.6 Kurve Normal t-test Untuk Jaminan	56
Gambar 4.7 Kurve Normal t-test Untuk Empati	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jumlah Siswa SMU Pada Masing-Masing Kelas di LBB DELTA Cabang Jember Jl. Panjaitan 117	25
Tabel 3.2 Jumlah Responden Pada Tingkat SMU di LBB DELTA Cabang Jember Jl. Panjaitan 117	26
Tabel 4.1 Kebijakan Penyelenggaraan Pengajaran LBB DELTA Cabang Jember Jl. Panjaitan 117	47
Tabel 4.2 Daftar Biaya Studi LBB DELTA Cabang Jember Jl. Panjaitan 117	48
Tabel 4.3 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.4 Hasil Pengolahan Data.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji t Pada Kepuasan Siswa Selama Mengikuti Bimbingan Belajar di LBB DELTA Jember	54



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini dunia usaha mengalami tantangan cukup besar, dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa kemajuan pada banyak perusahaan dalam perekonomian global. Perubahan tersebut disamping akan menghasilkan aliran peluang yang tidak akan ada akhirnya. Juga menimbulkan persaingan ketat dalam merebut pangsa pasar. Kemampuan perusahaan menghadapi persaingan sekaligus mempertahankan hidupnya sangat dipengaruhi oleh manajemen sebagai sistem yang mengelola dan mengendalikan perusahaan secara efisien, terpadu dan berkesinambungan.

Tujuan didirikannya perusahaan bermacam-macam, antara lain untuk mendapatkan laba yang optimal sehingga kelangsungan hidup dapat terus berjalan. Untuk merealisasikan tujuan tersebut, maka pengelolaan suatu perusahaan harus dilakukan secara efisien, terpadu dan berkesinambungan. Oleh karena itu manajemen harus dapat merencanakan dan mengendalikan aspek keuangan, sumber daya manusia, produksi dan pemasaran. Suatu perusahaan akan dikatakan berhasil apabila mampu mencapai tujuan yang diharapkan pada saat pendiriannya.

Titik tolak perencanaan pemasaran selalu diambil dari konsumen. Beberapa pertanyaan yang biasanya diajukan kepada konsumen, seperti: siapakah calon pembelinya, bagaimana pesaingnya, kebutuhan dan motif apa yang masuk dalam keputusan, dan informasi apa yang dibutuhkan dalam pengambilan suatu keputusan. Jawaban tersebut akan memberikan masukan yang esensial bagi perusahaan, terutama tentang potensi pasar.

Tujuan pemasaran yaitu memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka pemasar harus mempelajari dan memahami bagaimana konsumen berperilaku. Perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini (Engel, 1994:3). Berdasarkan pengertian tersebut, perilaku konsumen mencakup

hal-hal yang sangat luas dan kompleks, yakni keseluruhan aktivitas konsumen yang tidak hanya kegiatan fisik tetapi juga proses emosi dan mental untuk mendapatkan dan mempergunakan suatu produk sehingga kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi atau tercapai kepuasan yang optimal.

Orientasi sikap konsumen menjadi sangat penting ketika perusahaan dihadapkan pada berbagai masalah dalam pemasaran. Penilaian sikap konsumen dari berbagai segmen pasar terhadap suatu produk menjadi penting dalam pengembangan strategi penempatan posisi produk perusahaan (*positioning*). Strategi pemasaran dan evaluasinya sering juga didasarkan pada data-data sikap konsumen. Sikap (*attitude*) akan menentukan perilaku (*behavior*) dari konsumen.

Pandangan tradisional seringkali hanya berfokus pada pencapaian produktivitas dan profitabilitas dengan mengabaikan aspek kualitas. Dalam perkembangannya perusahaan jasa yang menghadapi persaingan yang semakin ketat harus bersaing pada masalah kualitas. Sebab kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan pada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas kepada perusahaan.

Dengan terpuaskannya kebutuhan mereka maka para pelanggan akan memberikan manfaat yang besar bagi perusahaan. Mereka akan memiliki loyalitas yang besar pada perusahaan sehingga tidak akan beralih pada perusahaan lain. Keuntungan lainnya, mereka akan menyebarluaskan mengenai kualitas perusahaan secara gratis pada orang-orang yang mereka kenal.

Lembaga Bimbingan Belajar DELTA sebagai sebuah perusahaan jasa harus mempertahankan dan meningkatkan jumlah siswa yang mereka miliki. Untuk itu diperlukan suatu bentuk perhatian mendalam pada segala sesuatu yang dapat menciptakan kepuasan bagi para siswa. Dari kepuasan itu dapat tercipta suatu citra yang baik di mata masyarakat sehingga akan menjadi salah satu alasan bagi para orang tua atau siswa sendiri untuk memilih DELTA.

1.2. Perumusan Masalah

Dengan kondisi semakin meningkatnya kebutuhan akan bimbingan belajar dan perusahaan harus memberikan kepuasan pada siswanya maka permasalahan pada lembaga bimbingan belajar DELTA dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah faktor bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama dan parsial memiliki pengaruh yang *significant* terhadap kepuasan siswa Lembaga Bimbingan Belajar DELTA di Jember?
2. Diantara faktor bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan siswa Lembaga Bimbingan Belajar DELTA di Jember?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui apakah faktor bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama dan parsial memiliki pengaruh yang *significant* terhadap kepuasan siswa Lembaga Bimbingan Belajar DELTA di Jember,
2. Untuk mengetahui variabel apa yang paling dominan pengaruhnya dari faktor faktor bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan siswa bimbingan LBB DELTA Jember.

1.3.2 Kegunaan penelitian

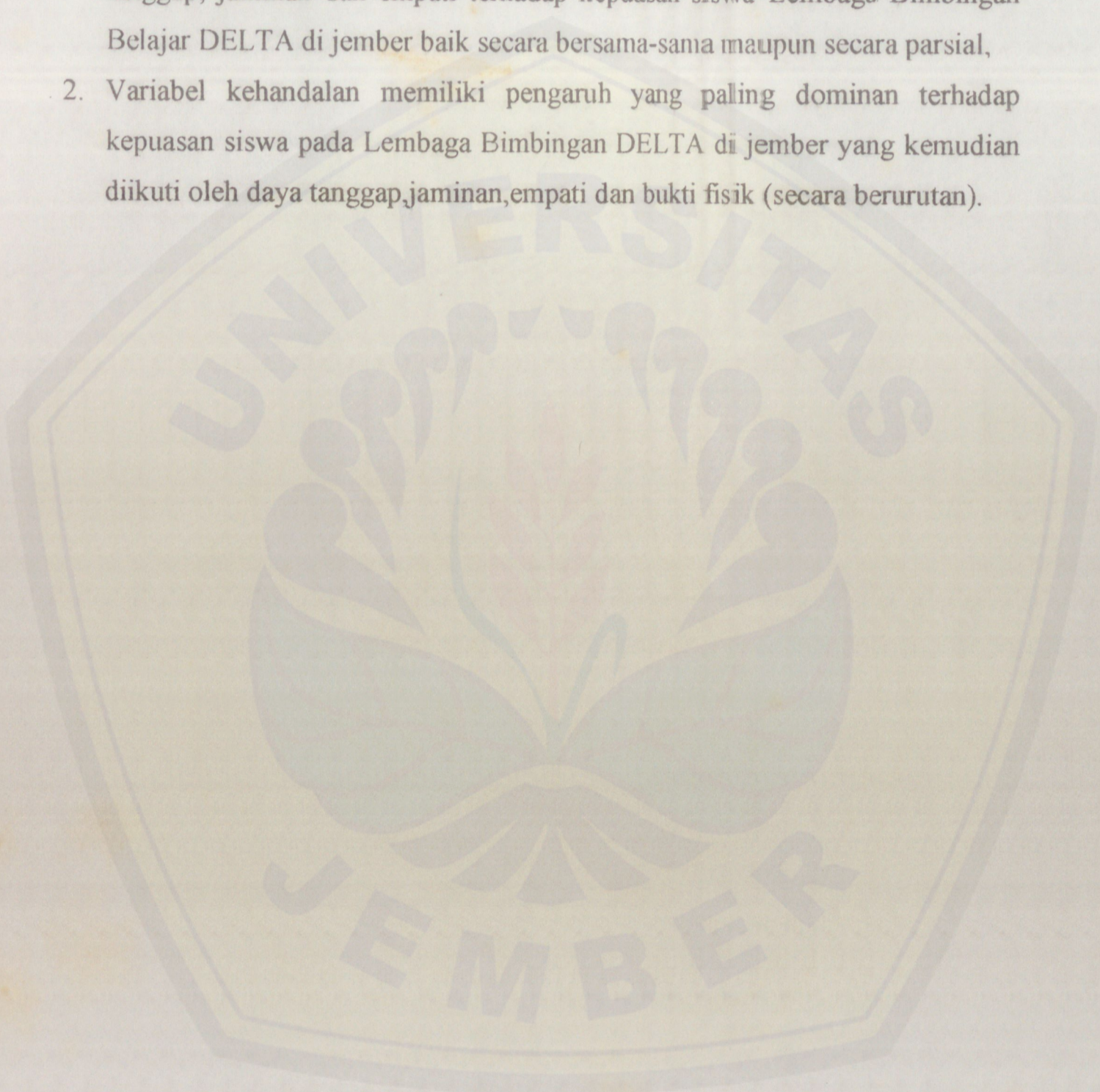
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pedoman secara menyeluruh tentang teori yang didapat di bangku kuliah dengan menggali permasalahan yang ada di lapangan, hasil yang diperoleh pada akhirnya mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai wahana penulis dalam meningkatkan kemampuan untuk menganalisis kepuasan konsumen,
2. Sebagai bahan perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan siswanya serta mengetahui tingkat kualitas layanan yang telah diberikan pada para siswa,
3. Sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.

1.4 Hipotesis

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang *significant* faktor bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan siswa Lembaga Bimbingan Belajar DELTA di jember baik secara bersama-sama maupun secara parsial,
2. Variabel kehandalan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan siswa pada Lembaga Bimbingan DELTA di jember yang kemudian diikuti oleh daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik (secara berurutan).





II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Penelitian dilakukan oleh Pongky Arie Wijaya (dengan judul “**Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Telkom Situbondo**”). Penelitian ini memiliki tujuan :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan PT. Telkom Situbondo yang membayar rekening telepon melebihi batas waktu yang telah ditentukan.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible dan recovery*) secara bersama-sama dan parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom yang membayar rekening telepon melebihi batas waktu yang telah ditentukan.

Populasi dan sampel pada penelitian tersebut adalah pelanggan yang membayar rekening telepon melebihi batas waktu yang telah ditentukan di wilayah PT. Telkom Situbondo, yaitu pada bulan Januari, Februari dan Maret 2002. jumlah populasi adalah sebesar 1.358 pelanggan. Dengan teknik *simple random sampling* ditentukan sampel sebesar 200 pelanggan yang didasarkan pada teori bahwa jumlah sampel atau responden paling sedikit sebanyak empat atau lima kali jumlah variabel (Malhotra, 1996). Teknik sampel tersebut digunakan karena sampel bersifat homogen.

Kuesioner disebar dengan cara *door to door* yang kemudian diseleksi, ditabulasi dan dianalisis. Dengan menggunakan skala likert tiap butir pertanyaan diberikan poin tertentu yang bertingkat. Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, penentuan R^2 , uji F dan uji t.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan :

1. Harapan pra pembelian pelanggan yang membayar rekening telepon melebihi batas waktu adalah 25,68 dengan rata-rata 4,28. persepsi purna beli adalah 18,64 sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa kecewa.
2. Dari koefisien regresi parsial diketahui bahwa variabel *reliability*(0,2), *responsiveness*(0,156), *assurance*(0,231), *emphaty*(0,145), *tangible*(0,194) berpengaruh pada kepuasan pelanggan, sedangkan *recovery* (-0,589) tidak

berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Secara bersama-sama keenam variabel memiliki pengaruh yang *significant* terhadap kepuasan pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah :

1. Penelitian sebelumnya dilakukan di PT. TELKOM Situbondo, penelitian yang terjadi dilakukan saat ini dilakukan pada LBB DELTA cabang Jember JL. Letjen Panjaitan no 117 Jember.
2. Populasi dan sampel penelitian sebelumnya adalah pelanggan yang membayar rekening telepon melebihi batas waktu yang telah ditentukan di wilayah PT. Telkom Situbondo. Populasi dan sampel penelitian yang tengah dilakukan saat ini adalah siswa LBB DELTA cabang Jember JL. Letjen Panjaitan no 117 Jember.
3. Penelitian sebelumnya dilakukan pada bulan Januari –Maret tahun 2002. Penelitian saat ini dilakukan pada bulan Desember 2003.
4. Dalam penentuan jumlah sampel, penelitian sebelumnya menggunakan teori dari Malhotra sedangkan penelitian yang tengah dilakukan ini menggunakan rumus Slovin.

Persamaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah:

1. Menggunakan skala Likert
2. Variabel bebas yang digunakan adalah: *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*.
3. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, penentuan R^2 , uji F dan uji t.

Penelitian lainnya dilakukan oleh N. Purnomolastu dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Serta Strategi Pelayanan Nasabah Penyimpan Dana Bank Jatim Cabang Utama Di Surabaya”. Penelitian ini memiliki tujuan:

1. Mengetahui pengaruh faktor keandalan pelayanan, bukti fisik pelayanan, daya tanggap, tingkat pemberian keyakinan dan rasa empati pelayanan terhadap kualitas pelayanan.
2. Mengetahui di antara faktor-faktor tersebut di atas mana yang lebih dominan berpengaruh pada kualitas pelayanan.

3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan bank terhadap tingkat kepuasan nasabah.
4. Memberikan usulan tentang strategi peningkatan kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan kepada nasabah.

Dalam penelitian tersebut memiliki populasi sebanyak 7.235 nasabah yang terbagi dalam nasabah penyimpan dana dan nasabah aktif (memiliki saldo minimum Rp. 500.000,00 dan minimal tiga bulan sekali berhubungan dengan Bank Jatim untuk bertransaksi. Dalam penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin sehingga tercapai sampel sebanyak 97 sampel. Sampel ditentukan dengan menggunakan *stratified sampling* dengan *restricted sample* jenis *multiplestage sample* yaitu pengambilan sampel dari populasi yang telah dikelompokkan terlebih dahulu kemudian sampel diambil dari populasi yang telah dikelompokkan.

Lokasi penelitian di bank Jatim Cabang Utama Surabaya Jl. Basuki Rachmat 98 – 104 Surabaya. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober – November tahun 2000. Untuk menganalisis data digunakan regresi linier berganda, uji-t, penentuan R^2 dan r^2 , multikolinearitas, heterokedastisitas dan autokorelasi. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan:

1. Yang mempengaruhi kualitas pelayanan hanya (setelah melalui uji r^2) adalah keandalan (38,11%), kesigapan (08,96%) dan empati (29,16%).
2. Tingkat kepuasan nasabah tercapai sebesar 70,06%; bukti fisik (58,71%), keandalan (85,12%), respon/ kesigapan (66,42%), jaminan (67,69%) dan empati (70,12%).

Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah:

1. Penelitian sebelumnya dilakukan di Bank Jatim Cabang Utama Surabaya Jl. Basuki Rachmat 98 – 104 Surabaya. Penelitian yang tengah dilakukan saat ini dilakukan pada LBB DELTA Cabang Jember Jl. Letjen Panjaitan no 117 Jember.
2. Populasi dan sampel penelitian sebelumnya adalah nasabah Bank Jatim Cabang Utama Surabaya Jl. Basuki Rachmat 98 – 104 Surabaya. Populasi dan

sampel penelitian yang tengah dilakukan saat ini adalah siswa LBB DELTA Cabang Jember Jl. Letjen Panjaitan no 117 Jember.

- 3. Penelitian sebelumnya dilakukan pada bulan Oktober – November tahun 2000. Penelitian saat ini dilakukan pada bulan Desember 2003.

Persamaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah:

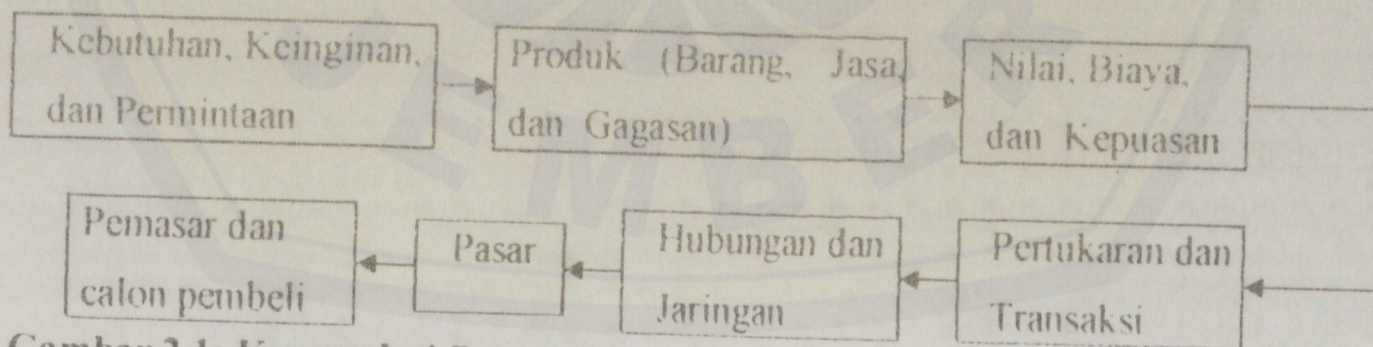
- 1. Dalam penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin
- 2. Variabel bebas yang digunakan adalah: *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible,*
- 3. Alat analisis yang digunakan regresi linier berganda, penentuan R², uji t

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian pemasaran dan konsep pemasaran

Pemasaran memiliki peranan penting bagi perkembangan perusahaan untuk memenangi persaingan memperebutkan konsumen. Kotler (1997 : 8) menjelaskan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Definisi pemasaran di atas didasarkan pada konsep kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*); produk (barang, jasa, dan gagasan), nilai, biaya, dan prospek. Untuk mempermudah akan disajikan dalam bentuk bagan:



Gambar 2.1: Konsep Inti Pemasaran

Sumber : Philip Kotler (1997 : 8)

Basu Swastha (1997 : 10) menjelaskan mengenai konsep pemasaran, yaitu sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen

merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Sekarang konsep pemasaran ini sudah mengalami perkembangan bersamaan dengan semakin majunya masyarakat dan teknologi. Kalau perusahaan ingin berhasil atau bahkan dapat hidup terus, ia harus dapat menanggapi cara-cara atau kebiasaan-kebiasaan dalam masyarakatnya. Faktor-faktor eksternal seperti ekologi, politik, hukum, ekonomi dan sebagainya dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan. Faktor ketidakpuasan konsumen juga termasuk di dalamnya. Adapun sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan konsumen tersebut karena tidak terpenuhinya harapan mereka. Jadi perusahaan tidak lagi berorientasi kepada pembeli saja, tetapi berorientasi kepada masyarakat atau manusia. Karena perusahaan berusaha memberikan kemakmuran kepada konsumen dan masyarakat untuk jangka panjang, maka konsep seperti ini disebut konsep pemasaran masyarakat (*social marketing concepts*).

2.2.2 Pengertian manajemen pemasaran

Pemasaran tidak bisa terlepas dari manajemen sehingga dikenal apa yang disebut manajemen pemasaran. Menurut Kotler (1995:16) manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi.

Definisi di atas mengakui bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisa, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian, yang mencakup barang, jasa, dan gagasan, yang tergantung pada pertukaran, dan dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlibat.

Radosunu (2001 : 3) berpendapat, manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dijadikan sasaran, dengan maksud untuk mencapai *objective* organisasi pemasaran.

Lebih jauh Radosunu menerangkan bahwa tugas manajemen pemasaran tidaklah hanya menawarkan barang yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasarnya, dan menggunakan penetapan harga yang efektif, komunikasi dan

distribusi untuk memberi informasi, mempengaruhi dan melayani pasarnya. Tetapi lebih luas dari itu, tugas manajemen pemasaran ialah mengatur tingkat, saat (timing), dan sifat permintaan dengan cara yang dapat membantu organisasi mencapai tujuannya. Jadi dengan singkat dapat dikatakan bahwa manajemen pemasaran adalah *demand management*.

Tidak jauh berbeda, Basu Swastha (1997 : 7) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar.

2.2.3 Konsep Jasa

Saat ini telah banyak perusahaan jasa berdiri tanpa kita sadari apa pengertian sebenarnya dari jasa itu sendiri. Menurut Kotler (1997:83) jasa adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Dalam rumusan yang agak mirip dengan definisi Kotler, Andrean Payne (1993: 6) merumuskan jasa sebagai aktifitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangible yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan dalam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa saja atau bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik.

Penawaran suatu perusahaan kepada pasar biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa ini dapat merupakan bagian kecil atau bagian utama/pokok dari keseluruhan penawaran tersebut. Pada kenyataannya, suatu penawaran dapat bervariasi dari dua kutub ekstrim, yaitu murni berupa barang pada satu sisi dan jasa murni pada sisi lainnya. Berdasarkan kriteria ini,

penawaran suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi lima kategori, yaitu (Tjiptono, 2000 : 6):

1. Produk fisik murni

Penawaran semata-mata hanya terdiri dari produk fisik, misalnya sabun mandi, pasta gigi, atau sabun cuci, tanpa ada jasa atau pelayanan yang menyertai produk tersebut.

2. Produk fisik dengan jasa pendukung

Pada kategori ini penawaran terdiri atas suatu produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik pada konsumennya. Misalnya produsen mobil harus memberikan penawaran yang jauh lebih banyak daripada hanya sekedar mobil saja, yaitu bisa meliputi jasa pengantaran, reparasi, pemasangan suku cadang, dan sebagainya.

3. Hybrid

Penawaran terdiri dari barang dan jasa yang sama besar persinya.

4. Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor

Penawaran terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan (pelengkap) dan atau barang-barang pendukung. Contohnya penumpang pesawat yang membeli jasa transportasi. Selama menempuh perjalanan menuju tempat tujuannya, ada beberapa unsur produk fisik yang terlibat, seperti makanan dan minuman, majalah atau surat kabar yang disediakan, dan lain-lain. Jasa seperti ini memerlukan barang yang bersifat kapital intensif (dalam hal ini pesawat) untuk realisasinya, tetapi penawaran utamanya adalah jasa.

5. Jasa murni

Penawaran hampir seluruhnya berupa jasa. Misalnya fisioterapi, konsultasi psikologi, pijatan, dan lain-lain.

2.2.4 Karakteristik Jasa dan permasalahannya

Untuk mempermudah pemahaman mengenai jasa maka harus diketahui mengenai karakteristik atau sifat-sifat jasa, Kotler dan AB Susanto (2001 : 605 –

609) menyebutkan mengenai empat karakteristik jasa yaitu:

a. *Intangible* (tidak berwujud)

Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Umumnya jasa diproduksi (dihasilkkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

c. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa, dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor. Sifat jasa yang tidak tahan lama tidak menjadi masalah jika permintaan tetap karena mudah mengatur staf untuk melakukan jasa itu lebih dulu.

Keempat karakteristik jasa di atas membawa dampak berupa munculnya beberapa permasalahan sebagai berikut (Zeithaml, Parasuraman dan Berry dalam Tjiptono, 2000 : 20):

1. Masalah yang berkaitan dengan karakteristik *intangibility*:
 - Jasa tidak dapat disimpan
 - Jasa tidak dapat dilindungi dengan hak paten
 - Perusahaan tidak dapat dengan mudah dan cepat mempertunjukkan atau mengkomunikasikan suatu jasa
 - Harga sukar ditetapkan
2. Masalah yang berkaitan dengan karakteristik *inseparability*:
 - Konsumen terlibat dalam aktivitas produksi jasa
 - Kegiatan pemasaran dan produksi sangat interaktif
 - Produksi massa yang terpusat sangat sukar dilakukan dalam jasa
3. Masalah yang berkaitan dengan karakteristik *variability*:
 - Sangat sulit melakukan standarisasi dan pengendalian kualitas jasa

4. Masalah yang berkaitan dengan karakteristik *perishability*:

- Jasa tidak dapat disimpan

Dengan mempertimbangkan berbagai karakteristik khusus dan unik pada jasa, serta permasalahan-permasalahan yang muncul, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan perusahaan jasa (Tjiptono, 2000 :20 – 24):

1. Strategi mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh karakteristik *intangibility*:
 - a. Menekankan petunjuk-petunjuk yang tampak (*tangible cues*), yaitu tempat (desain, interior, dan eksterior), sumber daya manusia (ramah, responsive, murah senyum, berpakaian rapi), peralatan (computer, meja, kursi, dan lain-lain), bahan-bahan komunikasi (brosur, pamphlet, leaflet, papan pengumuman, dan sebagainya), symbol perusahaan, dan harga.
 - b. Menggunakan sumber daya personal lebih banyak daripada sumber daya lainnya.
 - c. Mensimulasikan atau mendorong komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*). Atau cara lain yaitu memberikan insentif tertentu kepada setiap pelanggan yang dapat menarik pelanggan baru bagi perusahaan.
 - d. Memanfaatkan akuntansi biaya (termasuk pula manajemen biaya dan akuntansi manajemen) dalam penetapan harga, sehingga harga dapat ditetapkan sebaik mungkin.
 - e. Melakukan komunikasi purna beli (*post-purchase communication*) sehingga dapat terjalin hubungan yang harmonis dan langgeng dengan pelanggan.
2. Strategi mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh karakteristik *inseparability*:
 - a. Melakukan seleksi dan pelatihan secara cermat terhadap *public contact personnel*, yaitu setiap karyawan yang berhubungan langsung dengan orang banyak. Kriteria yang perlu ditekankan adalah kemampuan berkomunikasi yang baik, responsive, sanggup melayani pelanggan, pengetahuan yang luas, dan dapat dipercaya.
 - b. Mengelola konsumen (*manage customers*).
 - c. Menggunakan berbagai macam lokasi jasa (*multisite locations*), artinya

jasa tidak terpusat pada satu tempat saja dan karenanya mudah diakses dan relative murah didatangi pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat memberikan pelayanan yang optimal pada para pelanggan.

3. Strategi mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh karakteristik *variability*:
 - a. Mengindustrialisasikan jasa (*industrialize service*), dengan cara menambah dan memanfaatkan peralatan canggih, serta melakukan standarisasi produk.
 - b. Melakukan *service costumization*, artinya meningkatkan intensitas interaksi antara perusahaan dan pelanggan, sehingga produk dan program pemasaran dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan setiap pelanggan.
4. Strategi mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh karakteristik *perishability*:
 - a. Menggunakan berbagai pendekatan untuk mengatasi permintaan yang berfluktuasi (manajemen permintaan), misalnya:
 - Tidak melakukan apapun, artinya membiarkan frekuensi dan volume permintaan apa adanya.
 - Mengurangi permintaan pada periode permintaan puncak.
 - Meningkatkan permintaan pada saat sepi (atau saat kapasitas berlebihan). Sebagai contoh, hotel resort dapat pula dipergunakan sebagai tempat retreat.
 - Menyimpan permintaan dengan system reservasi dan janji.
 - Menerapkan system antrian, sehingga pelanggan menunggu giliran untuk dilayani.
 - Mengembangkan jasa atau pelayanan komplementer.
 - b. Melakukan penyesuaian terhadap permintaan dan kapasitas secara simultan sehingga tercapai kesesuaian antara keduanya (manajemen penawaran). Cara yang dapat ditempuh di antaranya:
 - Menggunakan karyawan paruh-waktu pada periode sibuk sehingga perusahaan dapat melayani permintaan pelanggan.
 - Menyewa atau berbagi fasilitas dan peralatan tambahan dengan perusahaan lain.

- Menjadwalkan aktivitas *downtime* selama periode permintaan rendah.
- Melakukan pelatihan silang (*cross training*) kepada para karyawan.
- Meningkatkan partisipasi pelanggan.

2.2.5 Pengertian Kualitas Jasa

Beberapa pakar pemasaran, seperti Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Dalam perkembangan selanjutnya, Parasuraman dan kawan-kawan menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok (Umar, 2001:38), yaitu:

a. *Reliability*,

yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

b. *Responsiveness*

yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi : kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan atau pasien

c. *Assurance*

meliputi kemampuan karyawan atas: pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan dari dimensi :

- 1) Kompetensi (*Kompetence*), artinya ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan.
- 2) Kesopanan (*Courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan.

3) Kredibilitas (*Credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.

d. *Emphaty*

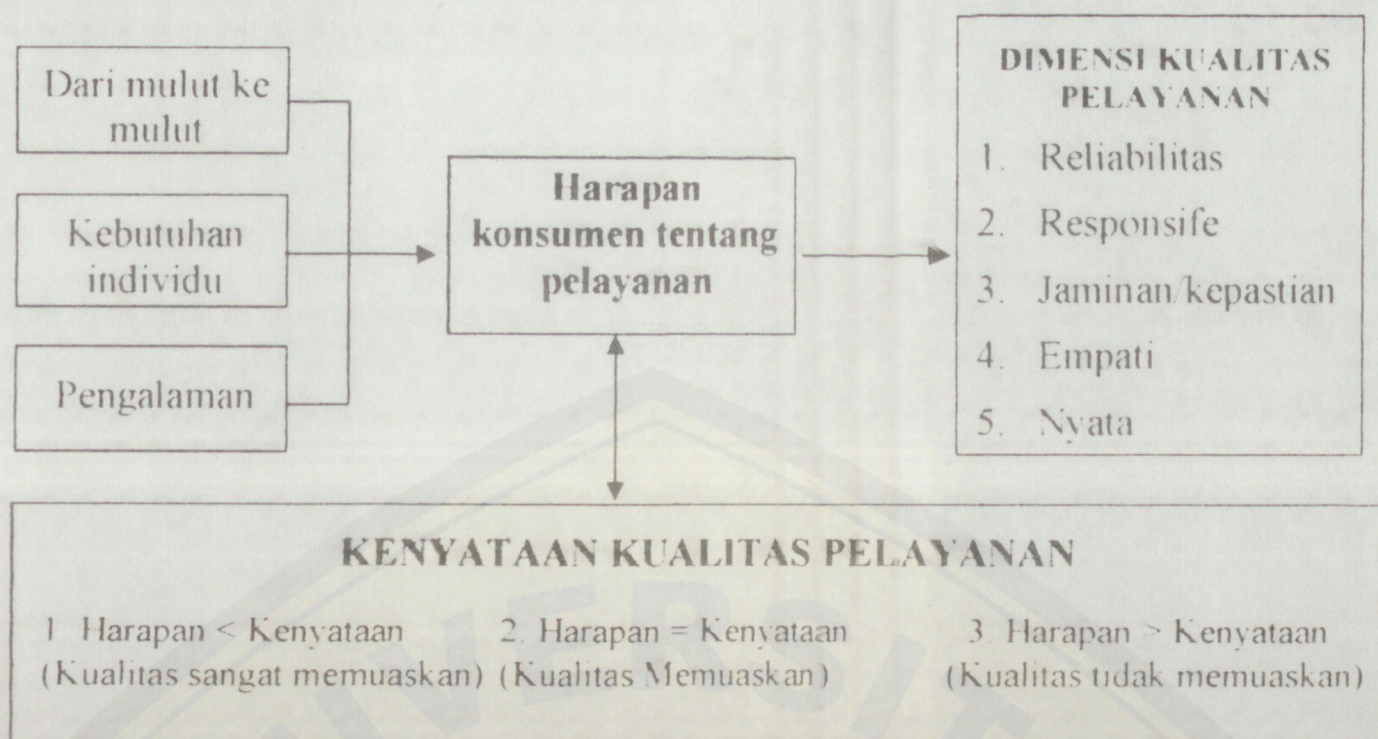
yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

Dimensi *emphaty* ini merupakan penggabungan dari dimensi :

- 1). Akses (*access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- 2). Komunikasi (*communication*), merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
- 3). Pemahaman kepada pelanggan (*understending the customer*), meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

e. *Tangibles*

meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan, kelengkapan perlengkapan komunikasi dan penampilan karyawan



Gambar 2.2 : Model Konseptual Kualitas pelayanan

Sumber : Diadopsi dari Sulastiyono (2001 :35).

2.2.6 Harapan pelanggan

Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, di antaranya pengalaman berbelanja di masa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing (Kotler dan Armstrong, 1994). Faktor-faktor tersebutlah yang menyebabkan harapan seseorang biasa-biasa saja atau sangat kompleks.

Ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan. Di antara beberapa faktor penyebab tersebut ada yang bisa dikendalikan oleh penyedia jasa. Dengan demikian penyedia jasa bertanggung jawab untuk meminimumkan miskomunikasi dan misinterpretasi yang mungkin terjadi dan menghindarinya dengan cara merancang jasa yang mudah dipahami dengan jelas. Dalam hal ini penyedia jasa harus mengambil inisiatif agar dia dapat memahami dengan jelas instruksi dari klien dan klien mengerti benar apa yang akan diberikan.

Harapan adalah kunci pokok bagi setiap pelaku bisnis yang terlihat dalam kepuasan pelanggan. Tanpa mengenal harapan pelanggan sebaik-baiknya, sangatlah sulit bagi perusahaan untuk mampu memberikan kepuasan yang optimal

kepada para pelanggannya. Pelanggan dengan harapan yang tinggi, akan jauh lebih sulit untuk dipuaskan begitu juga sebaliknya, pelanggan dengan harapan yang rendah, akan mudah dipuaskan.

Pada dasarnya, ada dua tingkat harapan pelanggan (Irawan, 2002 : 24), yaitu:

1. *Desired expectation*

Harapan ini mencerminkan, apa yang harus dilakukan perusahaan atau produk kepada pelanggannya. Ini merupakan kombinasi dari apa yang perusahaan dapat lakukan dan harus dilakukan kepada pelanggan. Paling dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu terhadap produk atau jasa yang pernah digunakan. Kalau pada pengalaman yang lalu, pelanggan hanya membutuhkan waktu 2 hari untuk menunggu instalasi telepon, maka terbentuklah harapan bahwa proses instalasi haruslah 2 hari. Faktor lain yang berpengaruh adalah komunikasi dan *personal needs*. *Personal needs* merupakan harapan yang terbentuk karena faktor internal seperti *self-personality* dari pelanggan.

2. *Adequate expectation*

kondisi di mana pelanggan sadar mengenai kesulitan perusahaan untuk segera memenuhi harapan pelanggan. Sehingga pelanggan memberikan toleransi (harapan yang lebih rendah)

2.2.7 Kepuasan pelanggan

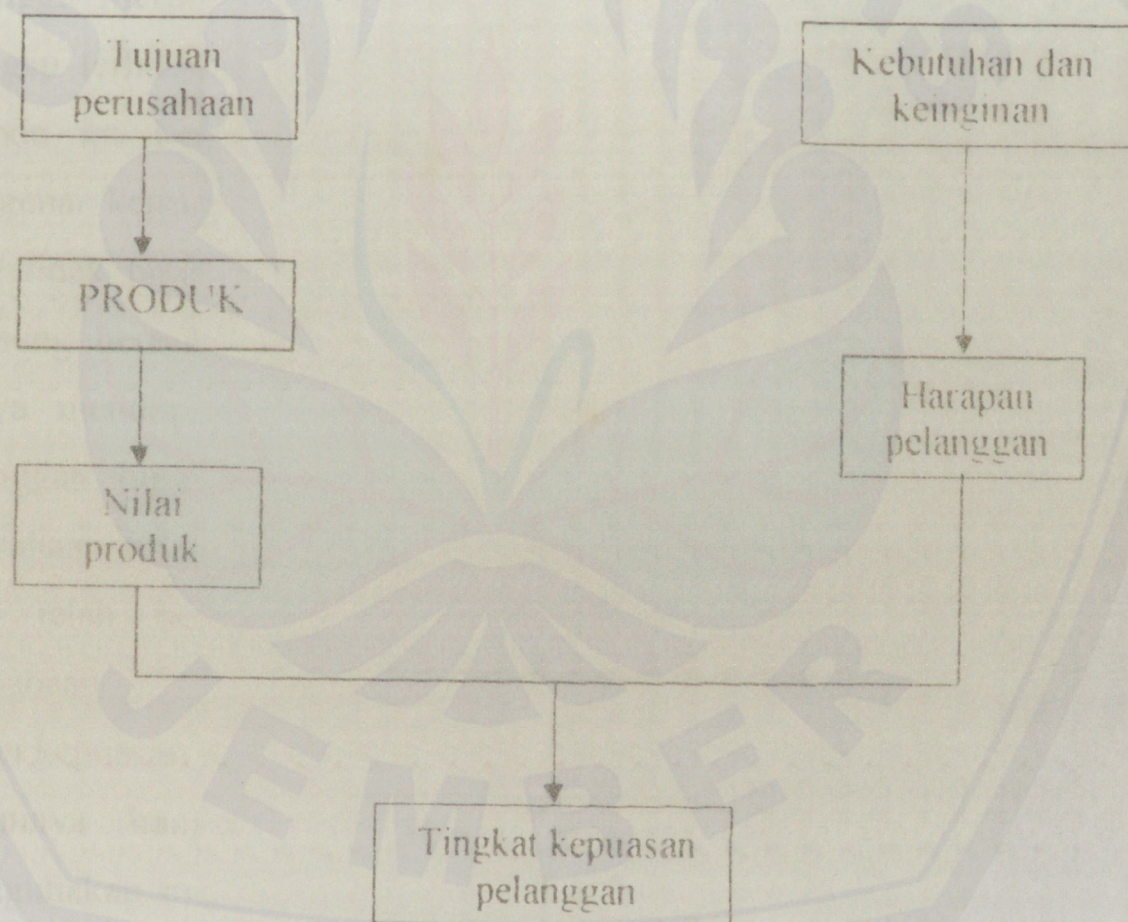
Sebenarnya konsep kepuasan pelanggan masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan tingkat pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan.

Kotler dan Armstrong (1997 : 10) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah merupakan suatu proses yang tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Pembelinya merasa puas, bila prestasi sesuai dengan harapan. Bila prestasi melebihi harapan, pembelinya merasa amat gembira. Sedang Kotler (1997: 36) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari

perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Irawan (2002 : 2) *satisfaction* adalah kata dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi, produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk dan jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup. Dalam konteks *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan dalam gambar berikut ini:



Gambar 2.3 : Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Tjiptono, Fandy (2000 : 147)

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya (juga pelanggan perusahaan

pesaing). Kotler (1994) mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran.

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang ditempatkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirimkan via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lain-lain. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Meskipun demikian karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli lagi jasa perusahaan. Upaya mendapatkan saran (terutama saran yang berkualitas/bagus) dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan timbal balik yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah 'berpikir' (menyumbangkan ide) kepada perusahaan.

2. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi (McNeal dan Lamb dalam Peterson dan Wilson, 1992). Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran

kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya:

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti "Ungkapan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan PT. Phirus Jaya pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas".

b. *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk perbaikan.

d. *Importance-performance analysis*

Cara ini diungkapkan oleh Martilla dan James dalam artikel mereka yang dimuat di *Journal of Marketing* bulan Januari 1977 yang berjudul "Importance-Performance Analysis". Dalam teknik ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.

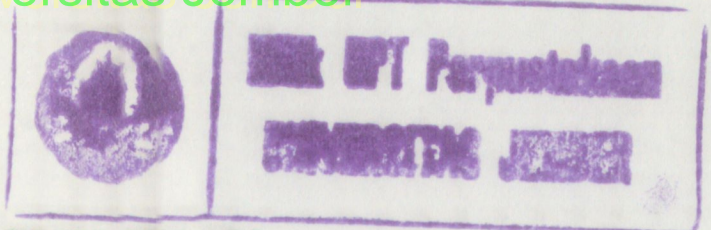
3. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara

perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian (misalnya dengan cara menelpon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan). karena bila hal ini terjadi, perilaku mereka akan sangat 'manis' dan penilaian akan menjadi bias.

4. *Lost customer analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.



III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey yang didasarkan pada data primer, melalui wawancara dengan karyawan/tentor Lembaga Bimbingan Belajar DELTA di jalan Letjen Panjaitan no 117 dan dengan menyebarkan kuesioner kepada para siswa bimbingan. Survey tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data secara langsung yang berguna sebagai bahan untuk memecahkan masalah yang telah dirumuskan.

3.2 Prosedur Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis dan sumber data

a. Data Primer

Data yang diperoleh dari lapangan dengan menggunakan metode tertentu yaitu dengan menyebarkan kuesioner, mengadakan wawancara dan observasi. Sumber data dari obyek penelitian yaitu responden.

b. Data sekunder

Data yang diperoleh dari pihak perusahaan yang dapat menunjang dalam pemecahan masalah, Sumber data sekunder dari LBB DELTA dan dari sumber-sumber lain yang mendukung baik media cetak maupun elektronik yaitu artikel dan hasil-hasil penelitian sebelumnya untuk memperoleh landasan teori dan formulasi pemecahan masalah.

3.2.2 Metode pengumpulan data

a. Metode wawancara

Adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak karyawan/tentor LBB DELTA Jember untuk mendapatkan data yang ada hubungannya dengan obyek yang diteliti.

b. Metode angket

Adalah merupakan pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada siswa LBB DELTA Jember dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, pada penelitian ini sebesar 10%.

Tabel 3.1 Jumlah Siswa SMU Pada Masing-Masing Kelas

Kelas	Jurusan	Populasi
Kelas 1 SMU	-	53 siswa
Kelas 2 SMU	-	168 siswa
Kelas 3 SMU	IPA	293 siswa
	IPS	46 siswa
Jumlah	-	560 siswa

Sumber : LBB DELTA, 2003

$$n = \frac{560}{1 + 560(0,1)^2}$$

$n = 85$ sampel

Dari perhitungan tersebut diperoleh sampel sebesar 85 siswa. Dalam penentuan sampel digunakan *non probability sampling* karena peluang anggota yang dipilih tidak diketahui, dan memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota untuk dipilih. Tipe dari *non probability sampling* yang digunakan berdasarkan pertimbangan perorangan atau pertimbangan peneliti (Soeratno, 1993:119).

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2003. menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Setelah melalui pertimbangan dan pengamatan peneliti, maka ditentukan sampel yang dapat memahami dan menjawab kuesioner dengan baik adalah siswa SMU kelas satu(1) ,dua (2) dan tiga (3). Untuk lebih jelasnya, penentuan jumlah sampel dijelaskan melalui tabel 3.2 dibawah ini.

$H_0 : b_i \neq 0$, berarti seluruh variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y).

- 2) Dipilih level of significant 0,05
- 3) Kriteria pengujian untuk pengujian satu sisi

H_0 diterima bila : $F_{hitung} \leq F_{(\alpha/2 (k-1)(n-k))}$

H_0 ditolak bila : $F_{hitung} > F_{(\alpha/2 (k-1)(n-k))}$

- 4) Perhitungan (Sudjana, 1992:75)

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana :

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data

k = jumlah variabel independent

- d. Uji t (t test)

Untuk menguji apakah variabel bebas secara individu berhubungan dengan variabel terikat digunakan uji t. Langkah-langkah dalam pengujian ini adalah (Dajan, 1996:336) :

- 1) Menentukan kriteria pengujian

$H_0 : b_i = 0$

$H_a : b_i \neq 0$

Pengujian dimulai dengan merumuskan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) bagi setiap koefisien regresi secara bergantian.

$H_0 : b_i = 0$, berarti tidak ada pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_i \neq 0$, berarti ada pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

- 2) Dipilih level of significant 0,05
- 3) Kriteria pengujian untuk pengujian dua sisi

H_0 diterima bila : $-t_{(\alpha/2 (n-k-1))} \leq t_0 \leq t_{(\alpha/2 (n-k-1))}$

H_0 ditolak bila : $-t_{(\alpha/2 (n-k-1))} > t_0$ atau $t_{(\alpha/2 (n-k-1))} < t_0$

4) Perhitungan nilai t

$$t = \frac{b_i}{S_b}$$

Dimana :

t = nilai yang menunjukkan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat

b_i = koefisien regresi parsial

S_b = *standart error of astimate*

3.7 Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel dalam penelitian ini sesuai dengan buku karangan Fandy Tjiptono (1996 : 108), diantaranya adalah :

1. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Y = kepuasan siswa selama mengikuti bimbingan belajar di DELTA

2. Variabel bebas (*dependent variabel*)

X_1 = Bukti fisik, meliputi:

1. Kelengkapan fasilitas fisik
2. Kerapian pakaian karyawan/ tentor
3. Modul yang lengkap

X_2 = Kehandalan, meliputi :

1. Ketepatan waktu dalam pemberian bimbingan belajar.
2. Sikap LBB DELTA pada siswanya yang memiliki masalah.
3. Kepercayaan siswa pada LBB DELTA.

X_3 = Daya tanggap, meliputi:

1. Pemberitahuan jadwal pendidikan.
2. Kesiediaan karyawan/ tentor membantu siswa.
3. Metode pengajaran yang digunakan.

X_4 = Jaminan, meliputi:

1. Kepercayaan pada karyawan/ tentor DELTA.
2. Rasa nyaman selama mengikuti bimbingan belajar.
3. Penguasaan materi oleh tentor.

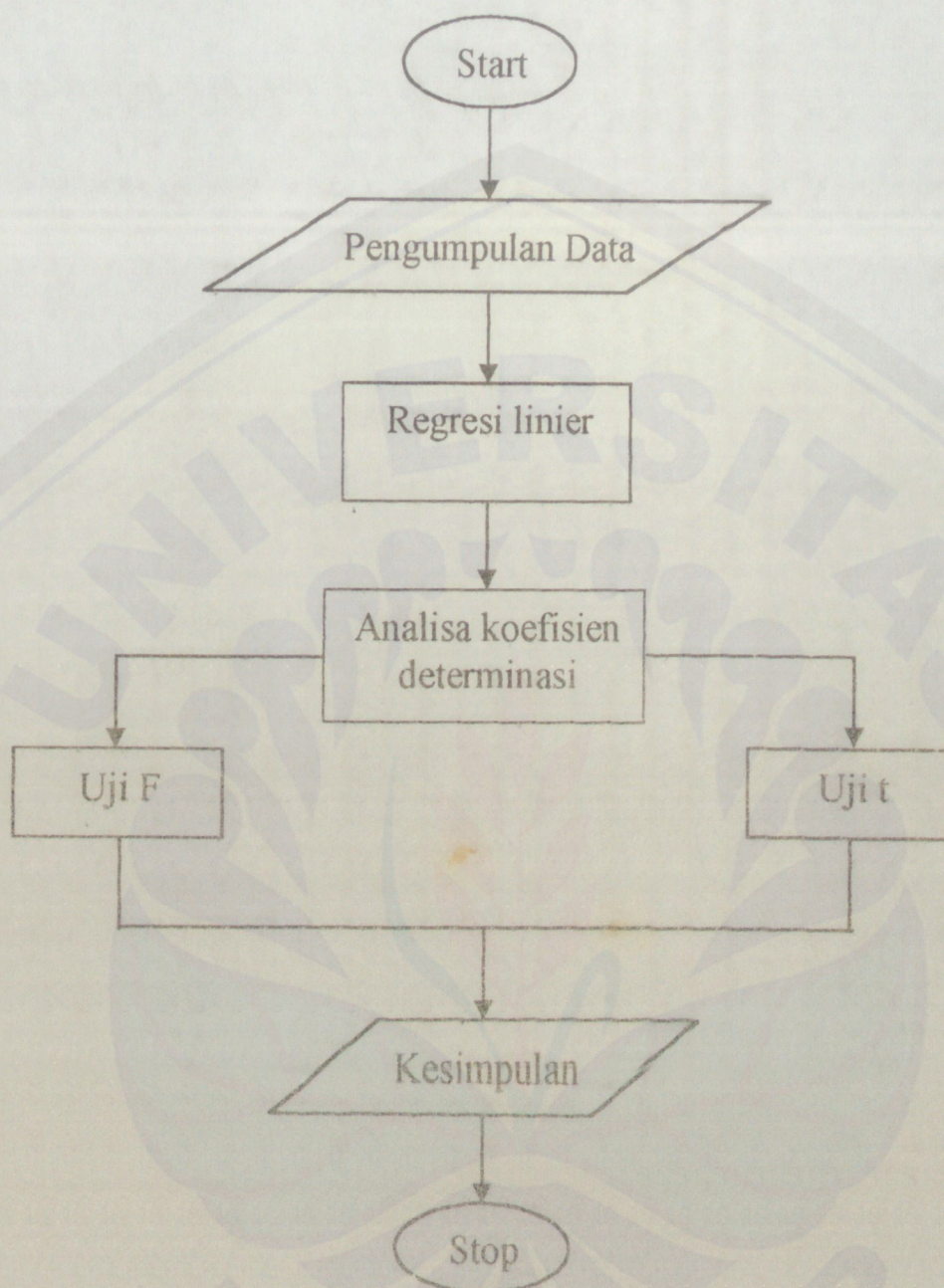
X₅ = Empati, meliputi:

1. Perhatian individual dari DELTA
2. Pemahaman kebutuhan para siswa
3. Kesesuaian jadwal pendidikan pada siswa

3.8. Definisi Operasional Variabel

- a. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan LBB DELTA Jember untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
- b. Ketanggapan (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan LBB DELTA Jember untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) kepada konsumen.
- c. Jaminan/kepastian (*assurance*) adalah pengetahuan dan keramahan karyawan LBB DELTA serta kemampuan melaksanakan secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan konsumen.
- d. Empati (*empathy*) adalah memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada siswa LBB DELTA dan berupaya untuk memahami keinginan siswa.
- e. Berwujud (*tangibles*) adalah penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik pada LBB DELTA harus dapat diandalkan.

3.9. Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan Kerangka Pemecahan Masalah:

1. Start, yaitu permulaan dan persisapan penelitian terhadap masalah yang dihadapi.
2. Pengumpulan data, yaitu mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk penelitian, yaitu dengan menyebarkan kuesioner, melakukan wawancara dan observasi.
3. Menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan siswa.
4. Menguji pengaruh secara serentak dan secara individu koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat.
5. Menyimpulkan hasil penelitian.



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah singkat LBB DELTA

Lembaga Bimbingan Belajar DELTA pertama kali didirikan di Jember pada tanggal 24 Juli 1999. Berawal dari keinginan Eka Saputra untuk membimbing murid kelas 3 SMU agar dapat melanjutkan ke Perguruan Tinggi. Guna memberikan dasar hukum yang kuat bagi DELTA dalam berkiprah didunia pendidikan luar sekolah, maka pada tahun 1999 aspek hukum keberadaan LBB DELTA kian berakar kuat setelah mendapat ijin dari Depdikbud dengan SK no: 503 /3584 /436.318 / 1999.

Pada bulan Agustus tahun 1999 LBB DELTA mengadakan studi pasar ke daerah Jember dengan mengadakan *promo* ke seluruh SLTP dan SMU yang berada di Jember serta menyebarkan pamflet tentang LBB DELTA selain itu juga mengadakan *try out* untuk kelas 3 SMU se-Jember bertempat di Gedung Soetardjo Jember. Melihat begitu besarnya animo pelajar yang mengikuti *try out*, maka setelah dilakukan studi pasar lebih mendalam lagi, maka LBB DELTA memutuskan untuk membuka LBB DELTA bertempat di Jl. Panjaitan no 117 Jember. Lokasi ini dipilih karena sangat strategis dengan letak di depan jalan raya yang bisa dijangkau semua kendaraan dengan mudah. LBB DELTA Jember membuka untuk kelas 6 SD, 1,2,3 SLTP dan 1,2,3 SMU.

Keinginan LBB DELTA untuk memperluas pasar semakin nyata dengan membuka kantor cabang pembantu lainnya yaitu Banyuwangi di Jl. KH. Wachid Hasyim 5 pada tahun 2000, Surabaya di Jl. Bratang Gede no 118 pada tahun 2001, Bondowoso di Jl. MT. Haryono 23-A pada tahun 2003. Adanya cabang pembantu diberbagai daerah ini akan memudahkan siswa untuk belajar di LBB DELTA didaerah masing-masing. Seiring dengan waktu maka pada tahun 2001 LBB DELTA Pusat yang semula berada di Jember berpindah ke daerah Surabaya sekaligus menjadikan LBB DELTA Jember sebagai cabang pembantu.

5. *Passion*

4E yang dilakukan harus didasari pada kecintaan terhadap sesuatu yang dikerjakan, dengan kata lain kesadaran profesi harus diutamakan.

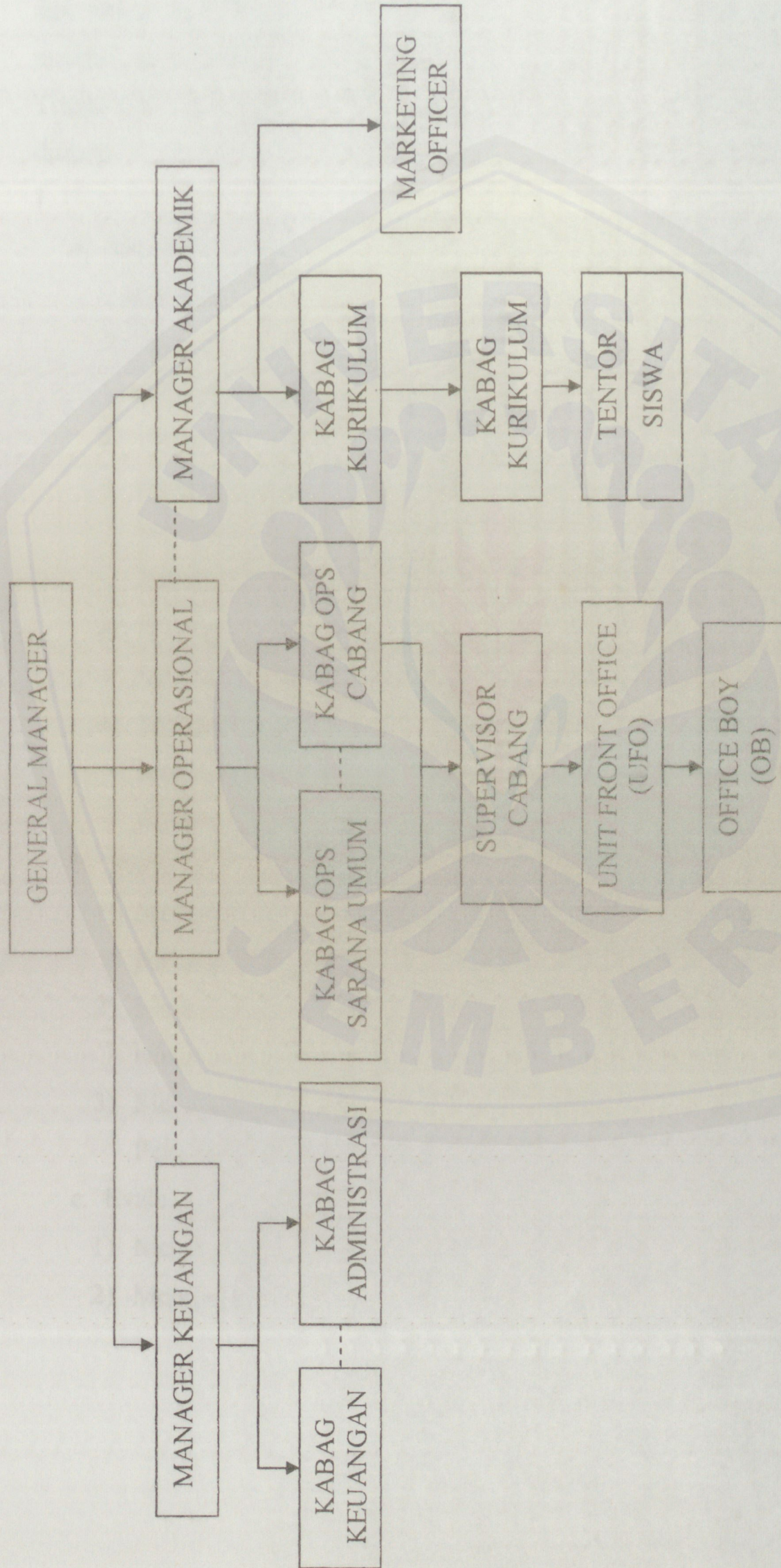
Selain itu ada beberapa ciri khusus tentor yang hendaknya akan menjadi ciri khusus tentor di DELTA dan akan menjadi *unique value*, sekaligus akan menjadi identitas DELTA yang bermotto “ Memacu Potensi Meraih Puncak Prestasi ”. Berikut ciri-ciri khusus tentor DELTA:

1. Mengetahui dengan baik para siswanya secara umum tanpa membedakan.
2. Menyadari kenyataan dilapangan, bahwa kita berhadapan dengan para siswa dari berbagai budaya di sekolahnya dan berbagai tingkatan prestasi.
3. Target yang pasti setiap menjalankan tugas di dalam atau di luar kelas tanpa mengesampingkan tingkat keragaman daya serap siswa.
4. Mengikuti perkembangan, tentor bukan harus sempurna, dengan demikian tentor dituntut selalu mengembangkan diri dari berbagai sisi.
5. Mampu mengembangkan potensi para siswa untuk memperoleh prestasi yang optimal.
6. Menghargai terutama pendapat para siswa demi terdukungnya proses KBM yang dinamis.
7. Tahu diri akan segala hal kelebihan dan kekurangannya, senantiasa melakukan *Silentium Magnum* (diam merenung) sesaat untuk koreksi.

4.1.3 Struktur organisasi

Tidak berbeda dengan lembaga lainnya, LBB DELTA pun harus menentukan *job description* yang jelas. Melalui pembagian tugas yang jelas maka setiap orang dalam lembaga dapat melaksanakan tugasnya secara lebih efektif dan efisien. Pembagian tugas tersebut dijelaskan dalam sebuah struktur organisasi lembaga.

STRUKTUR ORGANISASI LBB DELTA



Gambar 4.1 : Struktur organisasi LBB DELTA
 Sumber : LBB DELTA Cabang Jember, 2003

Bentuk organisasi LBB DELTA adalah bentuk organisasi garis yaitu tugas dan tanggung jawab langsung dari General Manajer ke masing-masing manajer dan setiap manajer membawahi kepala bagian sesuai dengan garis tugas dan masing-masing karyawan bertanggung jawab kepada kepala bagian.

Tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan dalam struktur organisasi di atas :

1. General Manajer

a. Mengakomodasi operasional lembaga di bidang akademik dan non akademik:

- 1) Membagi tugas operasional kepada jajaran manajer sekaligus mengawasi atau mengontrol pada tingkat pengambilan keputusan.
- 2) Mengatur perkembangan lembaga dan pengambilan keputusan mengenai pengembangan lembaga atas saran para manajer dengan mempertimbangan kelayakan staf di setiap divisi dan kelayakan keuangan lembaga setelah dilakukan analisis.
- 3) Membuat kebijaksanaan secara global (menyeluruh) menyangkut kesejahteraan karyawan.
- 4) Mengevaluasi tugas yang didistribusi kepada para manajer beserta staf secara menyeluruh dan berjenjang atas laporan staf struktural di setiap divisi.

b. Pertanggungjawaban kepada Dewan Penyangga

- 1) Melaporkan perkembangan lembaga secara umum dan dilakukan secara periodik. Membuat laporan bulanan ke kantor pusat
- 2) Membuat laporan keuangan lembaga sebagai unit usaha setiap akhir tahun pelajaran atau pada saat Rapat Anggota Tahunan.
- 3) Membuat program tahunan lembaga yang diajukan kepada Dewan Penyangga sebagai acuan kerja tahunan lembaga.

c. Evaluasi Lembaga

- 1) Membuat evaluasi efisiensi keuangan lembaga.
- 2) Membuat evaluasi kinerja staf lembaga sebagaimana point 1d.

2. Manajer Akademik

- a. Melaporkan secara rutin kepada GM setiap kegiatan Manajer Akademik baik secara internal maupun eksternal mengenai hambatan dan kelancaran kegiatan yang sedang berlangsung atau yang sudah terlaksana.
- b. Membuat laporan prestasi akademik para siswa untuk kepentingan data lembaga dan dikirimkan kepada orang tua siswa.
- c. Membuat laporan prestasi staf akademik dan mengatur promosi jabatan staf dan sekaligus mengangkat dan memberhentikan staf atas persetujuan GM.
- d. Mengatur pola pengajaran yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi kurikulum dan tujuan pembelajaran di lembaga.
- e. Membuat perencanaan akademik selama satu tahun pelajaran dan diajukan kepada GM untuk satu tahun anggaran lembaga.
- f. Mendistribusikan tugas kepada staf struktural Manajer Akademik berkenaan dengan program tahunan sebagai tugas rutin maupun tugas insidental guna memperlancar kegiatan KBM yang layak dan penuh bijaksana.
- g. Mengontrol dan mengevaluasi setiap tugas yang berkaitan dengan proses kegiatan belajar mengajar (KBM) yang ditugaskan ke seluruh staf baik struktural maupun non struktural baik langsung maupun tidak langsung.

3. Manajer Operasional

- a. Melaporkan secara rutin kepada GM setiap kegiatan Manajer Operasional baik kegiatan internal maupun eksternal mengenai hambatan dan kelancaran kegiatan baik yang sedang berlangsung maupun yang sudah terlaksana.
- b. Membuat laporan prestasi staf operasional dan mengatur promosi jabatan staf dan sekaligus mengangkat dan memberhentikan atas dasar persetujuan GM.

- c. Menyusun anggaran operasional lembaga di setiap akhir tahun pelajaran dan diajukan kepada GM untuk satu tahun anggaran lembaga dengan memperhatikan saran para stafnya.
- d. Mendistribusikan tugas kepada staf operasional berkenaan dengan tugas rutin atau tugas insidental untuk menunjang kelancaran KBM.
- e. Menyelesaikan perselisihan di tingkat pejabat struktural operasional dengan batas-batas kewajaran dan penuh bijaksana.
- f. Mengontrol dan mengevaluasi setiap tugas yang berkaitan dengan operasional lembaga sebagai penyangga proses KBM yang ditugaskan ke seluruh staf baik struktural maupun non struktural baik langsung maupun tidak langsung.

4. Manajer Keuangan

- a. Memberi pertimbangan kepada GM untuk kelancaran operasional lembaga di bidang administrasi dan keuangan.
- b. Membuat alur keuangan (cash flow) lembaga setiap bulan dan tahun dan diajukan kepada GM sebagai pertimbangan penyusunan kegiatan operasional lembaga baik secara rutin maupun insidental.
- c. Mengevaluasi dan mengusulkan setiap usulan pengajuan anggaran operasional dari setiap divisi kepada GM untuk mendapatkan persetujuan.
- d. Mengusulkan kepada GM untuk melakukan audit keuangan di setiap cabang.
- e. Menjalankan fungsi administratur lembaga dan mengontrol tingkat efisiensi keuangan lembaga secara berkala.
- f. Mengakomodasi setiap usulan dari setiap divisi dalam rangka menyusun program keuangan lembaga selama satu tahun anggaran lembaga.
- g. Mengevaluasi kelancaran pembayaran siswa berdasarkan laporan dari Supervisor cabang dan mengambil langkah-langkah penyelesaian apabila ada permasalahan yang dipandang perlu dan sangat penting.

5. Kepala Bagian Operasional Sarana

- a. Membuat perencanaan anggaran pengadaan sarana operasional yang berkaitan dengan kelancaran operasional cabang.
- b. Mempersiapkan pengadaan yang bersifat rutin maupun insidental untuk operasional cabang.
- c. Bertanggungjawab atas kelancaran sarana sebagai penunjang kegiatan cabang, sekaligus mengakomodasi kebutuhan cabang berdasar usulan Supervisor Cabang memungkinkan atau tidak untuk direalisasikan.
- d. Bersama Kepala Bagian Operasional Cabang mengawasi distribusi sarana KBM kepada siswa.
- e. Memberikan pertimbangan kepada Manajer Operasional untuk kelancaran operasional di bidang sarana fisik dan SDM lembaga.
- f. Melakukan audit sarana cabang secara periodik atas penugasan Manajer Operasional dan sekaligus membuat laporan berkala mengenai hal-hal yang berhubungan dengan sarana secara umum.

6. Kepala Bagian Operasional Cabang

- a. Memberi pertimbangan kepada Manajer Operasional kelancaran kegiatan cabang.
- b. Melakukan pembinaan staf cabang secara rutin yang berkaitan dengan pelayanan siswa dengan yang sudah ditentukan lembaga.
- c. Melakukan pembinaan staf cabang yang berkaitan dengan stabilitas kinerja antar staf cabang guna menciptakan kondisi kerja cabang yang kondusif.
- d. Mengusulkan kepada Manajer Operasional mengenai perekrutan dan pemberhentian staf cabang.
- e. Ikut membantu menyelesaikan setiap persoalan yang ada di cabang apabila dipandang perlu.

7. Kepala Bagian Kurikulum

- a. Memberi pertimbangan kepada Manajer Akademik berkaitan dengan kurikulum lembaga berdasar kebutuhan siswa yang disesuaikan dengan

kondisi kurikulum yang berlaku, sebagai bentuk eksistensi pelayanan dan kekuatan mutu pengajaran lembaga.

- b. Melakukan pembinaan secara langsung kepada staf akademik.
- c. Melakukan pengawasan langsung setiap tugas Supervisor Bagian Studi.
- d. Mengakomodasi usulan Supervisor Bidang Studi yang berkaitan dengan rekrutmen dan pemberhentian staf Akademik atas persetujuan Manajer Akademik.
- e. Mengakomodasi kinerja staf marketing untuk keperluan promosi lembaga.
- f. Membuat laporan kegiatan akademik secara rutin yang berkaitan dengan kinerja staf akademik dan marketing kepada Manajer Akademik.

8. Kepala Bagian Keuangan

- a. Membuat laporan keuangan hasil laporan keuangan cabang dari Supervisor Cabang, dan staf-staf yang lain kepada Manajer Keuangan untuk diteruskan kepada General Manajer.
- b. Membuat laporan penggajian karyawan kepada Manajer Keuangan untuk direalisasikan setiap tanggal yang sudah ditetapkan oleh lembaga.
- c. Mengakomodasi setiap usulan keuangan pihak-pihak yang berkepentingan kepada Manajer Keuangan untuk dikaji memungkinkan atau tidak direalisasikan atas persetujuan General Manajer.
- d. Melakukan audit cabang secara berkala atas penugasan dari Manajer Keuangan.

9. Kepala Bagian Administrasi

- a. Mendistribusikan surat keluar dan masuk sesuai peruntukannya.
- b. Mengawasi sekaligus melakukan pembinaan sistem administrasi cabang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan lembaga.
- c. Mengakomodasi setiap usulan keuangan dari pihak-pihak yang berkepentingan kepada Manajer Keuangan untuk dikaji memungkinkan atau tidak direalisasikan atas persetujuan General Manajer.
- d. Melakukan audit cabang secara berkala atas penugasan dari Manajer Keuangan.

- d. Mengevaluasi kualitas staf pengajar dan melakukan standarisasi pengajaran secara rutin dan berkala sebagai bentuk pembinaan secara langsung.
- e. Memberi masukan kepada Kabag Kurikulum tentang kelayakan materi pembelajaran berkaitan dengan situasi dan kondisi perubahan kurikulum secara menyeluruh saat ini.
- f. Melakukan pengusulan kepada Kabag Kurikulum untuk perekrutan tenaga pengajar dengan memperhatikan tingkat kebutuhan dan kelayakan.
- g. Bertanggungjawab atas keberadaan tentor apabila terjadi persoalan dengan pengajarannya.
- h. Bertugas menjadi anggota pertimbangan prestasi staf akademis.

12. Marketing (HUMAS)

- a. Menindaklanjuti tugas dari Kabag Kurikulum untuk mengevaluasi pasar dan perencanaan pola promosi.
- b. Mengakomodasikan kegiatan lembaga di bidang akademis dan marketing baik internal maupun eksternal.
- c. Mengakomodasikan pelayanan customer baik di luar maupun di dalam lembaga dengan standar: *Smile, Smart, and Care*.
- d. Meneruskan berbagai kebijaksanaan lembaga berkaitan dengan tugas marketing pada sasaran yang dituju secara efektif dan efisien.
- e. Membuat laporan rutin yang berkaitan dengan tugas marketing kepada Manajer Akademik dengan diketahui Kabag Kurikulum.
- f. Membuat laporan per semester hasil kerja marketing secara rinci dan teroganisir.

13. Unit Front Office (UFO)

- a. Berperan sebagai administratur rutin cabang.
- b. Menyiapkan dan mengontrol absensi siswa.
- c. Mencatat absensi mengajar tentor dan mencatat keterlambatan jam hadir tentor.

- d. Menampung keluhan siswa untuk dilaporkan kepada Supervisor Cabang bila tidak dapat diselesaikan saat itu juga.
- e. Mendokumentasikan soal masuk cabang dan yang akan didistribusi.
- f. Membenahi kondisi kantor setiap saat.
- g. Menginformasikan segala hal informasi keluar masuk cabang.
- h. Ikut mensosialisasikan kebijaksanaan lembaga atas rekomendasi dari Supervisor Cabang.
- i. Melakukan penagihan kepada siswa atas rekomendasi Supervisor Cabang.
- j. Membuat laporan tentang segala perkembangan cabang setiap hari kepada Supervisor Cabang.

14. Office Boy (OB)

- a. Menjaga kebersihan sarana cabang, antara lain kantor, ruang tentor, ruang tidur tentor, ruang belajar, halaman, dan lain sebagainya, yang dipandang tidak sesuai dengan keadaan yang semestinya.
- b. Menjalankan tugas pelayanan kebutuhan cabang dan tentor
- c. Setiap saat melakukan pembenahan dan menjaga kebersihan keadaan sarana cabang.
- d. Menjaga keamanan lembaga secara keseluruhan dari ancaman pihak luar yang akan mengganggu kenyamanan (kondisi) lembaga.

4.1.4 Jumlah karyawan

Saat ini LBB DELTA Cabang jember mempunyai 31 orang karyawan dengan rincian Tendor (26), UFO (3), dan OB (2). Tendor minimal lulusan sarjana perguruan Tinggi Negeri. Mereka yang lolos dan diterima sebagai pengajar, pada masa percobaannya wajib ikut pelatihan yang ada di DELTA seperti Training For Trainer (TFT), observasi dikelas, Micro Teaching dan sejenisnya, yang berguna untuk menyeragamkan kualifikasi tenaga pengajar DELTA sebelum diterjunkan untuk mengajar di kelas. Peningkatan kualitas tendor dan karyawan administrasi secara berkesinambungan terus dilakukan dengan mengadakan pelatihan lanjutan.

4.1.5 Sistem pemberian kompensasi

Sistem pemberian kompensasi yang dianut adalah berdasarkan sistem pemberian gaji. Tiap akhir bulan ada pemberian bonus / intensif kepada karyawan sebesar 1% dari pendapatan cabang perbulan. Sedangkan karyawan honorer diberikan kompensasi sesuai dengan jadwal dia mengajar di LBB. Sistem kerja di perusahaan ini adalah shift yaitu mulai pukul 09.00 WIB – 16.00 WIB dan pukul 14.00 WIB – 21.00 WIB dan bila ada lembur maka karyawan akan mendapatkan uang lembur.

4.2 Kebijakan perusahaan

a. Perkembangan jumlah siswa

Sejak didirikan LBB DELTA Cabang Jember sampai sekarang ini perkembangan jumlah siswa cukup pesat. Berdasarkan data, dari tahun ke tahun jumlah siswa DELTA Cabang Jember terus menerus mengalami peningkatan dan sampai saat penelitian ini ditulis, masih terdaftar sebanyak 680 siswa (periode September - Desember 2003).

b. Kebijakan dalam menyelenggarakan pengajaran

LBB DELTA merupakan kumpulan orang-orang yang memiliki dedikasi tinggi dibidang pendidikan, setinggi komitmen untuk senantiasa meningkatkan prestasi belajar anak didik. Untuk meningkatkan kualitas pengetahuan anak didik maka LBB DELTA mengadakan kebijakan penyelenggaraan pengajaran yang berupa program reguler yang dijelaskan pada tabel 4.1. Selain mengadakan program reguler, ada program lain yang dilaksanakan LBB DELTA Cabang Jember yaitu :

- a. Program Intensif Khusus.
- b. Program Non Reguler.

semua kelas. Sedangkan paket suplemen diberikan bila materi pada periode itu kurang lengkap.

d. Kebijakan harga

LBB DELTA Jember beranggapan bahwa prestasi unggulan berasal dari Lembaga Bimbingan Belajar yang berani menghargai proses pendidikan dengan biaya pantas. Namun pihak perusahaan juga menghargai prestasi dengan memberikan potongan harga. Berikut ini daftar biaya studi LBB DELTA Cabang Jember. Tabel 4.2 Daftar Biaya Studi LBB DELTA Cabang Jember.

Kelas	Uang Pangkal	Iuran/Bulan	Keterangan
6 SD	200.000	50.000	3x Seminggu @ 2 jam
1 – 2 SLTP	150.000	45.000	2x Seminggu @ 2 jam
3 SLTP	150.000	55.000	2x Seminggu @ 2 jam
1 – 2 SMU	200.000	55.000	2x Seminggu @ 2 jam
3 SMU IPA (A)	300.000	70.000	4x Seminggu @ 2 jam
3 SMU IPA (B)	275.000	65.000	2x Seminggu @ 2 jam
3 SMU IPS	275.000	65.000	2x Seminggu @ 2 jam
ALUMNI (A)	250.000	60.000	1x Seminggu @ 2 jam
ALUMNI (B)	300.000	75.000	5x Seminggu @ 2 jam

Sumber : LBB DELTA, 2003

Ket : Discount 40% bagi peraih ranking 1 di kelas

Discount 35% bagi peraih ranking 2 – 3 di kelas

Discount 30% bagi peraih ranking 4 – 6 di kelas

Discount 25% bagi peraih ranking 7 -10 di kelas

Discount 20% bagi Putra/Putri Guru, pensiunan PNS, TNI, yatim piatu

e. Evaluasi pendidikan dan pengajaran

Hasil evaluasi dipasang di papan pengumuman dan dikirim kepada orang tua siswa secara periodik. Presensi siswa untuk evaluasi tingkat hunian kelas per bulan per tentor diolah di cabang sebagai bahan penilaian kerja tentor. Evaluasi nilai rapor siswa untuk bahan penilaian kerja tentor juga diolah di cabang. Evaluasi pendidikan dan pengajaran juga dilakukan oleh LBB DELTA Cabang Jember terdiri dari :

- Absensi dan kedisiplinan siswa yang dilakukan setiap kali jadwal masuk
- Uji prestasi siswa dengan tes pendalaman materi sebanyak 1 – 4 kali kemudian ditambah dengan tes persiapan UAS (untuk 6 SD sebanyak 2 x), tes persiapan UAN (untuk 3 SLTP sebanyak 2 x) dan tes persiapan Ebtanas dan SPMB (untuk 3 SMU masing- masing sebanyak 2 x).

f. Kebijakan promosi

LBB DELTA Cabang Jember menjalankan promosi dilakukan dalam berbagai bentuk antara lain :

a. Seminar siswa SMU dan SLTP

Seminar ini di lakukan dengan tujuan memberikan pengarahan kepada siswa tentang betapa pentingnya ilmu dan kepandaian agar kita bisa meraih apa yang kita cita-citakan. Adanya seminar ini menunjukkan bahwa betapa LBB DELTA sangat peduli terhadap masa depan siswa sekolah, dan diharapkan siswa SMU dan SLTP tertarik untuk belajar dengan menggunakan jasa LBB DELTA.

b. Seminar untuk orang tua siswa SD

Seminar ini juga di lakukan dengan tujuan memberikan pengarahan kepada orang tua tentang betapa pentingnya ilmu dan kepandaian agar putra putri mereka bisa meraih apa yang di cita-citakannya. Adanya seminar ini diharapkan orang tua siswa SD tertarik untuk memasukkan anak- anak mereka ke LBB DELTA.

c. Mengadakan try out

Try out merupakan latihan untuk para siswa SMU guna persiapan menghadapi ujian UMPTN. Soal- soal yang diberikan merupakan soal-soal

UMPTN tahun lalu. Adanya try out ini menunjukkan bahwa soal-soal yang diberikan LBB DELTA sama dengan soal-soal UMPTN, sehingga diharapkan siswa akan tertarik untuk menggunakan jasa LBB DELTA.

d. Info Pelajar

Info pelajar diterbitkan LBB DELTA untuk konsumsi anak didik dalam bentuk tabloid. Tabloid ini dibuat sebagai wadah penyaluran kreativitas untuk meningkatkan prestasi anak didik. Selain itu LBB DELTA juga mencantumkan nama-nama siswanya yang telah lolos mengikuti UMPTN dan diterima di PTN-PTN favorit sehingga bisa memberikan kesan bahwa DELTA telah berhasil dalam menciptakan anak didik yang berkualitas.

e. Sponsorship dalam lomba kependidikan dan festival band pelajar

Keikutsertaan LBB DELTA Cabang Jember dalam menyponsori berbagai lomba baik kependidikan maupun non kependidikan akan membuat banyak pihak tahu tentang keberadaan LBB DELTA Cabang Jember. Hal ini juga membuktikan bahwa LBB DELTA juga peduli terhadap suatu prestasi, sehingga citranya akan bagus.

g. Sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana (Fasilitas) yang diberikan LBB DELTA Cabang Jember kepada para siswanya adalah :

1. Adanya konsultasi belajar siswa untuk membantu setiap kesulitan belajarnya siswa dan konsultasi pemilihan / penetapan sekolah lanjutan (SLTP/SMU) serta pemilihan jurusan di PTN, didukung data-data yang akurat siswa sangat terbantu dalam memilih pendidikan yang lebih lanjut sesuai dengan kemampuan dan sekolah lanjutan / perguruan tinggi yang diharapkan.
2. Setiap tes / evaluasi belajar, lembar jawaban dikoreksi dengan menggunakan komputer sehingga siswa terlatih dan terjamin akurasi hasilnya.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut ini adalah hasil pengolahan data regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS Release 10.0 For Windows*.

sikap LBB DELTA pada siswanya yang memiliki masalah dan kepercayaan siswa pada LBB DELTA yang besar akan menaikkan kualitas layanan dari LBB DELTA sehingga dapat meningkatkan kepuasan siswa.

4. Koefisien regresi $X_3 = 0,276$, bernilai positif berarti setiap peningkatan daya tanggap yang terdiri dari pemberitahuan (sosialisasi) jadwal pendidikan, kesediaan karyawan/tentor membantu siswa dan ketepatan metode pengajaran yang digunakan akan menaikkan kualitas layanan dari LBB DELTA sehingga dapat meningkatkan kepuasan siswa.
5. Koefisien regresi $X_4 = 0,137$, bernilai positif berarti setiap peningkatan jaminan yang terdiri dari besarnya tingkat kepercayaan pada karyawan/tentor, rasa nyaman selama mengikuti bimbingan dan penguasaan materi dari para tentor akan menaikkan kualitas layanan dari LBB DELTA sehingga dapat meningkatkan kepuasan siswa.
6. Koefisien regresi $X_5 = 0,139$, bernilai positif berarti setiap peningkatan empati yang terdiri dari beberapa butir, yaitu perhatian yang bersifat individual dari DELTA, pemahaman pada kebutuhan para siswa dan kesesuaian jadwal pendidikan bagi para siswa akan menaikkan kualitas layanan dari LBB DELTA sehingga dapat meningkatkan kepuasan siswa.

4.3.2 Uji Serempak (Uji F)

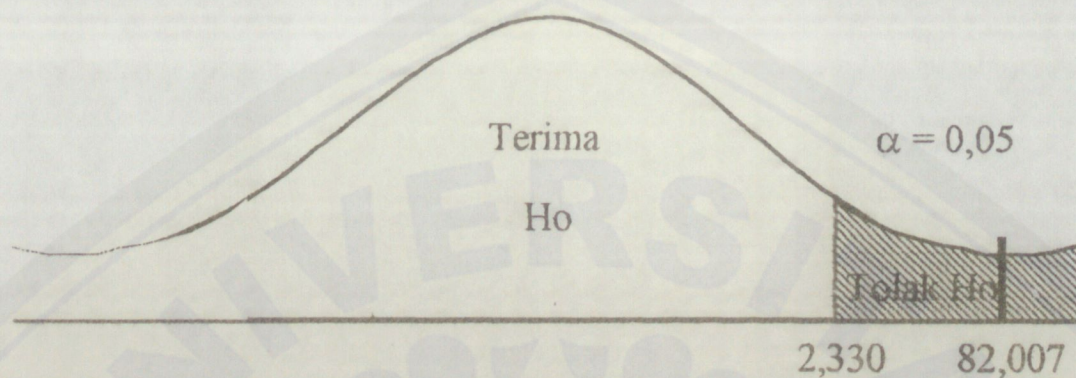
Uji serempak/uji F adalah pengujian secara menyeluruh untuk mengetahui apakah secara serentak koefisien regresi variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sebagai bagian dari kualitas layanan mempunyai pengaruh pada kepuasan siswa LBB DELTA di Jember.

Tabel 4.4 Hasil Pengolahan Data

Dependent Variabel	Independent Variabel	Adjusted R Square	F Hitung	F Tabel	Keputusan Terhadap H_0
Y	X_1, X_2, X_3, X_4, X_5	0,828	82,007	2,330	Diterima

Sumber : Lampiran 3, hasil analisis komputer dengan menggunakan *SPSS For Windows Release 10.0*

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. F tabel dapat dicari dengan df_1 yaitu jumlah variabel bebas dalam penelitian (k) sehingga $df_1 = 5$, sedangkan df_2 diperoleh dari perhitungan $n - k - 1 = 85 - 5 - 1 = 79$. maka dari F tabel dengan $df_{(5; 79)}$ dengan taraf signifikansi 5% diperoleh angka F tabel sebesar 2,330. H_0 akan ditolak jika nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 : Kurve Normal Pengujian Hipotesis Dengan F-test

Karena nilai F hitung sebesar 82,007 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti menunjukkan bahwa secara serentak faktor bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap kepuasan siswa selama mengikuti bimbingan belajar di LBB DELTA Cabang Jember Jl. Panjaitan 117.

Kemudian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan siswa dalam menerima layanan di LBB DELTA Jember dapat dilihat dari koefisien determinasi berganda (R^2). Koefisien determinasi berganda dimaksudkan untuk mengetahui besarnya proporsi yang diberikan variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Nilai koefisien antara 0 dan 1. Apabila $R^2 = 1$ maka garis regresi dari model tersebut memberikan sumbangan sebesar 100% terhadap perubahan variabel terikat. Apabila $R^2 = 0$, maka model tersebut tidak bisa mempengaruhi atau tidak memberikan sumbangan perubahan variabel terikat. R^2 sebesar 0,828 (dalam *print out SPSS* ditunjukkan oleh nilai *adjusted R square*) menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah sebesar 82,8% sedangkan sisanya ($100\% - 82,8\% = 17,2\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar faktor yang diteliti.

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa secara simultan faktor independen mempunyai pengaruh yang nyata dengan nilai sebesar 0,828 atau 82,8%. Pengaruh yang cukup besar ini menunjukkan bahwa faktor bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai peranan yang penting bagi kepuasan siswa selama mengikuti bimbingan belajar.

4.3.3 Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dimana pengujian ini membandingkan antara nilai t-hitung dengan nilai t-tabel maka digunakan uji t.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Untuk mencari t tabel adalah dengan memperhatikan nilai *df* yang diperoleh dari perhitungan $n - k - 1$, maka $df = 85 - 5 - 1 = 79$. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% dan pada $df_{(79, 0,05)}$ diperoleh nilai t tabel sebesar 1,990. H_0 ditolak jika t hitung lebih besar dari t tabel. Dari hasil perhitungan pada lampiran 4 maka dapat disajikan pada tabel 4.5

Tabel 4.5 Hasil Uji t Pada Kepuasan Siswa Selama Mengikuti Bimbingan Belajar di LBB DELTA di Jember

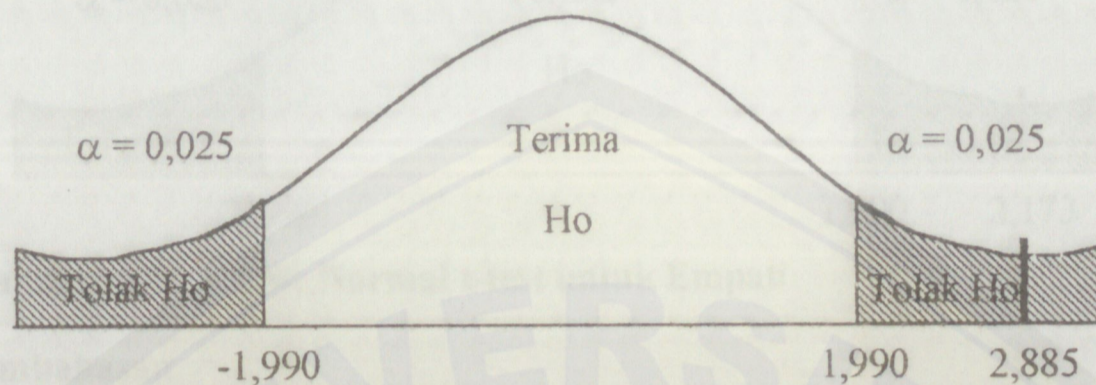
Faktor Independen	t_{hitung}	t_{tabel}	r^2	Perlakuan Terhadap Hipotesis
Bukti fisik	2,099	1,990	0,230	H_0 ditolak, H_a diterima
Kehandalan	13,805	1,990	0,841	H_0 ditolak, H_a diterima
Daya tanggap	2,885	1,990	0,309	H_0 ditolak, H_a diterima
Jaminan	2,414	1,990	0,262	H_0 ditolak, H_a diterima
Empati	2,173	1,990	0,237	H_0 ditolak, H_a diterima

Sumber : Lampiran 4, hasil analisis komputer dengan menggunakan *SPSS For Windows Release 10.0*.

Berdasarkan Tabel 4.5 mengenai hasil uji t diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan siswa (Y) pada Lembaga Bimbingan Belajar DELTA di Jember. Dapat dijelaskan masing-masing variabel sebagai berikut :

- a. Besarnya pengaruh dari variabel bukti fisik (X_1) terhadap kepuasan siswa (Y) pada LBB DELTA Cabang Jember.

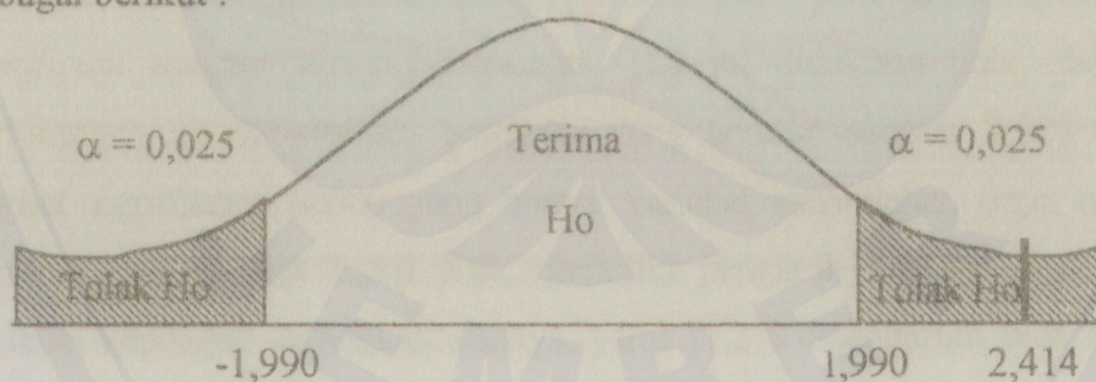
ini berarti bahwa variabel daya tanggap (X_3) berpengaruh nyata atau signifikan terhadap kepuasan siswa (Y) pada LBB DELTA Cabang Jember. Hal ini berarti ditolaknya H_0 yang dan diterimanya H_a . Apabila digambarkan dalam kurve normal dapat dilihat pada Gambar 4.5 berikut :



Gambar 4.5 : Kurve Normal t-test untuk daya tanggap

- d. Besarnya pengaruh dari variabel jaminan (X_4) terhadap kepuasan siswa (Y) pada LBB DELTA Cabang Jember.

Pada Tabel 4.5 diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ adalah $2,414 > 1,990$ dengan probabilitas signifikan sebesar $0,018 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel jaminan (X_4) berpengaruh nyata atau signifikan terhadap kepuasan siswa (Y) pada LBB DELTA Cabang Jember. Hal ini berarti ditolaknya H_0 yang dan diterimanya H_a . Apabila digambarkan dalam kurve normal dapat dilihat pada Gambar 4.6 sebagai berikut :



Gambar 4.6 : Kurve Normal t-test untuk Jaminan

- e. Besarnya pengaruh dari variabel empati (X_5) terhadap kepuasan siswa (Y) pada LBB DELTA Cabang Jember. Pada Tabel 4.5 diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ adalah $2,173 > 1,990$ dengan probabilitas signifikan sebesar $0,033 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel empati (X_5) berpengaruh nyata atau signifikan terhadap kepuasan siswa (Y) pada LBB DELTA Cabang Jember. Hal ini

- a. Kesesuaian antara jumlah tentor dengan jumlah siswa bimbingan.
- b. Fasilitas yang diberikan oleh LBB DELTA pada para siswanya.
- c. Kondisi daerah pemasaran dan ketatnya persaingan

2) Promosi yang dilakukan

Dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan jumlah siswa maka LBB DELTA melakukan beberapa strategi promosi, yaitu:

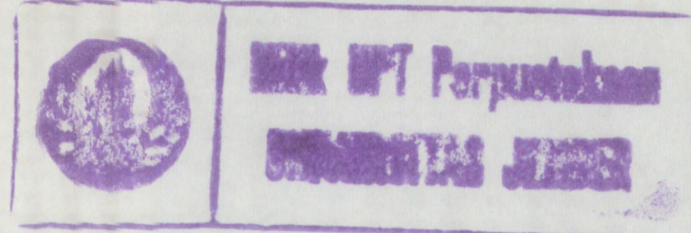
- a. Dengan mengadakan seminar-seminar dan berbagai info bagi pelajar dimana LBB DELTA menerbitkan tabloid bagi anak didik.
- b. Mengadakan *try out* bagi siswa.
- c. Melalui pengadaan iklan, LBB DELTA menyebarkan brosur dan informasi melalui surat kabar dan radio.

3) Lokasi LBB DELTA

Dalam menentukan lokasi usaha LBB DELTA selalu mendasarkan pada beberapa faktor, diantaranya:

- a. Berada pada jantung daerah tersebut.
 - b. Dilalui transportasi umum, sehingga memudahkan siswa mencapainya
- c. Dari uji determinasi parsial (r^2) diketahui bahwa variabel bukti fisik (X_1) memiliki pengaruh secara parsial sebesar 0,230 pada kepuasan siswa LBB DELTA Cabang Jember. Hal ini sesuai dengan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dimana telah disesuaikan antara luas bangunan, jumlah kelas, jumlah tentor, jumlah kursi yang memadai dan bagus, papan tulis sebagai salah satu komponen penting dalam pengajaran yang ada pada setiap kelas, jumlah tentor yang memadai serta beberapa fasilitas lainnya seperti WC dengan jumlah siswa yang dimiliki LBB DELTA Cabang Jember.
- d. Dari uji determinasi parsial (r^2) diketahui bahwa variabel kehandalan (X_2) memiliki pengaruh secara parsial pada kepuasan siswa LBB DELTA Cabang Jember sebesar 0,841. Hal ini sesuai dengan keadaan di lapangan yang telah diamati oleh peneliti yaitu:
- 1) Jadwal bimbingan selalu tepat waktu.
 - 2) Jika ada siswa yang kesulitan dalam pelajaran maka para tentor selalu membantu mereka memahaminya.

- 2) LBB DELTA dalam proses pendidikan selalu berusaha memahami kebutuhan para siswanya sehingga metode pengajaran yang digunakan selalu *up to date* dan dalam mengajar juga diusahakan terjadi diskusi dua arah.
 - 3) Dalam penentuan jadwal pendidikan, LBB DELTA telah disesuaikan dengan jadwal sekolah di Jember sehingga tidak terjadi bentrokan jadwal.
- h. Diantara variabel-variabel bukti fisik (X_1), Kehandalan (X_2), Daya tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan empati (X_5) yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan siswa pada LBB DELTA Jember adalah variabel kehandalan (X_2) hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi parsial (r) sebesar 0,841 dengan nilai pada $t_{hitung} : 13,805 > t_{tabel} : 1,990$ pada tingkat signifikansi 0,000 yang signifikan pada level 5%. Selanjutnya diikuti oleh variabel daya tanggap (X_3) sebesar 0,309 oleh jaminan (X_4) sebesar 0,262, empati (X_5) sebesar 0,237 dan terakhir oleh bukti fisik (X_1) sebesar 0,230.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) secara simultan berpengaruh secara *significant* terhadap kepuasan siswa LBB DELTA Jember. Hal ini ditandai dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar 82,007 untuk F_{hitung} dan 2,330 untuk F_{tabel} dengan signifikansi 0,000 pada level 5%. Sedangkan nilai adjusted R^2 sebesar 0,828 berarti kelima Variabel bebas mempunyai pengaruh sebesar 82,8% terhadap kepuasan siswa LBB DELTA Jember, sehingga sisanya sebesar 17,2% kepuasan siswa dipengaruhi variabel-variabel lain di luar variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan ini berarti menerima H_a yang menyatakan bahwa kesemua variabel independen memiliki pengaruh yang *significant* pada kepuasan siswa dan menolak H_0 yang menyatakan sebaliknya.
2. Hasil analisis secara parsial dengan menggunakan uji t menghasilkan untuk masing-masing variabel bebas berpengaruh secara nyata karena t hitung lebih besar dari t tabelnya ($t_{hitung} > t_{tabel}$), yaitu t_{hitung} untuk bukti fisik (X_1) = 2,099, Kehandalan (X_2) = 13,805, Daya tanggap (X_3) = 2,885, Jaminan (X_4) = 2,414, empati (X_5) = 2,173, dan t_{tabel} = 1,990. Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh hasil koefisien regresi, yaitu: variabel kehandalan (X_2) mempunyai pengaruh sebesar 0,812 terhadap kepuasan siswa (Y) pada LBB DELTA Jember, kemudian diikuti oleh daya tanggap (X_3) sebesar 0,276 variabel jaminan (X_4) sebesar 0,149, empati (X_5) sebesar 0,139 dan bukti fisik (X_1) sebesar 0,137. Hal ini berarti bahwa nilai koefisien regresi untuk masing-masing variabel apabila ada kenaikan setiap 1 persen maka akan naik sebesar nilai koefisien dari masing-masing

variabel. Diantara variabel-variabel bukti fisik (X_1),Kehandalan (X_2),Daya tanggap (X_3),Jaminan (X_4) dan empati (X_5) yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan siswa pada LBB DELTA Jember adalah variabel kehandalan (X_2) hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi parsial (r) sebesar 0,841 dengan nilai pada $t_{hitung} : 13,805 > t_{tabel} : 1,990$ pada tingkat signifikansi 0,000 yang signifikan pada level 5%. Selanjutnya diikuti oleh variabel daya tanggap (X_3) sebesar 0,309 oleh jaminan (X_4) sebesar 0,262, empati (X_5) sebesar 0,237 dan terakhir oleh bukti fisik (X_1) sebesar 0,230. Kesimpulan ini berarti menolak H_0 dan menerima H_a yang menyatakan bahwa kesemua variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang *significant* pada kepuasan siswa serta variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kehandalan yang kemudian diikuti oleh variabel daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan empati.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diberikan saran kepada LBB DELTA Jember, yaitu :

1. Dalam pelaksanaan operasional perusahaan hendaknya lebih memprioritaskan pada variabel kehandalan (X_2) karena mempunyai hubungan yang paling dominan terhadap kepuasan siswa selama mengikuti bimbingan, misalnya dengan memberikan pemecahan soal yang cepat, tepat dan selalu benar. Selanjutnya prioritas kedua adalah variabel daya tanggap (X_3), misalnya dalam kecepatan menanggapi pertanyaan / permasalahan siswa, prioritas ketiga adalah jaminan (X_4), misalnya dengan memberikan rasa nyaman bagi para siswa selama mengikuti bimbingan belajar, prioritas keempat adalah empati (X_5) misalnya dengan menjaga keakraban antara pegawai / tentor dengan semua siswa, prioritas terakhir adalah bukti fisik (X_1), misalnya dengan menyediakan kursi bagi siswa yang nyaman dan tidak rusak dan memberi ruangan yang ber AC untuk menambah kenyamanan.

2. LBB DELTA Jember hendaknya menjaga dan meningkatkan kualitas variabel-variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan empati dengan adanya pengawasan yang berkala dan pembenahan-pembenahan yang bersifat konstruktif sehingga mampu bersaing dengan lembaga lain yang sejenis, diantaranya dengan membina hubungan baik dengan para siswa agar nama baik lembaga tetap terjaga, misalnya dengan menawarkan program lanjutan pada para siswa yang telah selesai dan juga terus mengadakan promosi / periklanan. Cara lain yang harus dilakukan adalah meningkatkan kualitas tentor sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan, hal ini dapat dilakukan dengan pelatihan SDM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentor. Pelatihan ini dapat dikoordinasi oleh LBB DELTA pusat (Surabaya) sehingga kemampuan para tentor sebagai tulang punggung perusahaan dapat selalu terstandarisasi.
3. Disarankan pada penelitian selanjutnya metode pengambilan sampel dengan menggunakan *random sampling*, karena metode *purposive sampling* memiliki kelemahan dalam kemampuan mewakili populasi secara keseluruhan, dan diharapkan penggunaan sampel yang lebih besar dan lebih luas agar mempunyai peluang lebih besar dalam menggambarkan populasi sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P, 1997, **Manajemen Pemasaran; Analisa Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**, Jilid 1, Edisi Indonesia, Jakarta: PT. Prenhallindo
- Swastha, Basu dan Irawan, 1997, **Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi kelima, Yogyakarta: Liberty
- Irawan, Handi, 2002, **10 Prinsip Kepuasan Pelanggan**, Jakarta: PT. Gramedia
- Radiosunu, 2001, **Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis**, Edisi kedua, Yogyakarta: BPFE
- Supranto, J, 1997, **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar**, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy, 1996, **Manajemen Jasa**, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Djarwanto, Ps dan Subagyo, Pangestu, 1993, **Statistik Induktif**, Yogyakarta: BPFE
- Engel, James F, 1994, **Perilaku Konsumen**, Jilid 1, Edisi Keenam, Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Purnomolastu, N, 2000 (Tesis), **Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Serta Strategi Pelayanan Nasabah Penyimpan Dana Bank Jatim Cabang Utama di Surabaya**, UNEJ
- Wijaya, Ponky Arie, 2002 (Tesis) **Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Telkom Situbondo**, UNEJ
- Soeratno dan Arsyad, Lincoln, 1994 **Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis**, Edisi Revisi UPP AMP YKPN

DAFTAR PERTANYAAN

Nomor responden :(dikosongkan)

Berilah tanda silang (X) pada jawaban anda

A. TANGIBLE (BUKTI FISIK)

1. LBB DELTA memiliki fasilitas fisik yang memadai :
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
2. Karyawan / tentor LBB DELTA berpakaian dan berpenampilan rapi :
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
3. Buku panduan LBB DELTA sering anda gunakan sebagai literatur belajar :
 - a. Sangat sering
 - b. Sering
 - c. Netral
 - d. kadang-kadang
 - e. tidak sama sekali

B. KEHANDALAN (RELIABILITAS)

1. Bimbingan belajar dilaksanakan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan :
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
2. Sewaktu anda memiliki masalah dalam pelajaran atau penentuan jurusan, LBB DELTA bersikap simpatik dan membantu menyelesaikannya :
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
3. LBB DELTA dapat diandalkan/dipercaya :
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

C. RESPONSIVENESS (DAYA TANGGAP)

1. Jadwal bimbingan selalu diberitahukan pada siswa:
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
2. Karyawan / tentor selalu bersedia membantu para siswa :
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

3. materi bimbingan yang diberikan oleh LBB DELTA dapat membantu anda dalam kesulitan belajar:

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

D. ASSURANCE (JAMINAN)

1. Anda memiliki kepercayaan pada para karyawan / tentor LBB DELTA :

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

2. Anda merasa nyaman selama mengikuti bimbingan belajar :

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

3. setiap anda bertanya mengenai soal yang anda tidak bisa anda mengerjakan di jawab oleh tentor dengan tingkat ketepatan jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan:

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

E. EMPATI

1. LBB DELTA tidak memberikan perhatian individual pada para siswanya :

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

2. Karyawan dan tenaga pengajar memahami kebutuhan para siswa:

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

3. Jadwal bimbingan belajar sesuai dengan keinginan anda :

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**PERTANYAAN MENGENAI TINGKAT KEPUASAN
(VARIABEL TERIKAT)**

1. Kualitas bimbingan pada LBB DELTA adalah :
 - a. Baik sekali
 - b. Baik
 - c. Netral
 - d. Jelek
 - e. Sangat jelek
2. Kemungkinan anda merekomendasikan LBB DELTA pada saudara, kenalan atau teman anda adalah :
 - a. Sangat sering
 - b. Sering
 - c. Netral
 - d. Kadang-kadang
 - e. Tidak sama sekali
3. Jika anda ingin melanjutkan bimbingan belajar maka anda akan memilih LBB DELTA :
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

No.	kepuasan			bukti fisik			kehandalan			daya tanggap			jaminan			empati		
	p1	p2	p3	p1	p2	p3	p1	p2	p3	p1	p2	p3	p1	p2	p3	p1	p2	p3
1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3
2	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3
5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	5
6	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
7	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
8	3	3	3	5	3	4	5	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4
9	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3
10	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
11	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
12	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	3
13	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	2	4	4
15	4	3	5	4	4	4	4	5	3	5	5	3	4	5	4	4	4	4
16	4	4	3	5	4	4	5	5	3	5	4	3	4	4	4	3	3	2
17	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	2	4	4
18	4	5	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	5
19	4	3	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5	5	3	4	4
20	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	3	4	5
21	4	3	3	4	5	3	5	4	3	5	3	2	4	4	4	4	4	1
22	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	3	3
23	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	2	2	2
24	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	3
25	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	2	3	5	4	3	3	5
26	4	5	3	3	4	3	5	5	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4
27	5	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3
28	4	2	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2
29	4	2	2	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	1	4	4
30	4	3	2	2	5	4	4	4	3	5	3	4	4	2	3	4	4	1
31	2	3	4	3	5	2	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	3
32	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2
33	3	3	3	5	3	4	5	4	3	4	3	4	5	5	4	3	2	4
34	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	4	2	3	4
35	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	5	3	2	4
36	4	4	4	3	5	2	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	3	3
37	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4
38	4	5	3	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	3	2	2	2
39	4	3	4	4	4	2	5	5	4	2	4	4	5	4	4	2	2	5
40	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
41	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	2	1	4	3
42	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3
43	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2	5	5

44	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	3	4
45	4	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	3	2
46	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4
47	3	2	5	3	5	2	4	5	3	3	5	3	4	3	3	4	4	5
48	3	5	3	3	3	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3
49	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	3	5
50	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3
51	4	3	3	4	3	3	5	5	3	3	2	3	3	3	5	4	4	5
52	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3
53	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
54	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	2	4	4	3	4	3	4	4
55	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4
56	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	5
57	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
58	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4
59	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4
60	4	2	4	4	4	3	5	5	5	4	2	2	5	4	4	2	4	4
61	4	1	3	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4
62	4	1	5	4	4	5	4	3	3	5	4	3	4	3	5	3	4	4
63	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3	4	3
64	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3
65	4	2	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	5
66	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	3	3
67	4	2	4	2	4	5	4	3	5	4	5	3	3	4	5	2	3	5
68	4	3	4	2	4	5	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3
69	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3	4	5	5	2	5
70	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3
71	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	3	4
72	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4
73	4	4	3	4	5	2	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3
74	4	2	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5
75	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3
76	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
77	4	4	3	3	5	4	4	5	3	3	5	4	2	4	4	5	4	4
78	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3
79	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5
80	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	2	5
81	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	2	4
82	4	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4	3	4
83	4	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5
84	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
85	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5

Dependent Variable: KEPUNJAN

TABEL F

df/prob.	1	2	3	4	5
1	161.448	199.500	215.707	224.583	230.162
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409

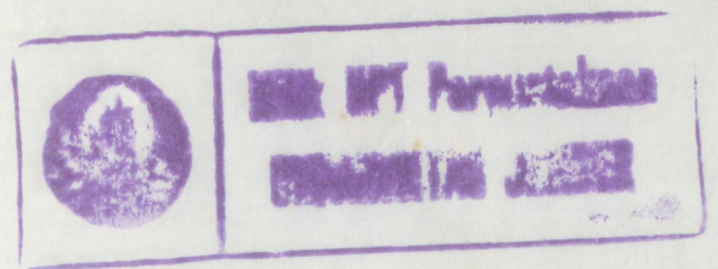
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322

TABEL t

df/prob.	2.5%	5%
1	12.706	6.314
2	4.303	2.920
3	3.182	2.353
4	2.776	2.132
5	2.571	2.015
6	2.447	1.943
7	2.365	1.895
8	2.306	1.860
9	2.262	1.833
10	2.228	1.812
11	2.201	1.796
12	2.179	1.782
13	2.160	1.771
14	2.145	1.761
15	2.131	1.753
16	2.120	1.746
17	2.110	1.740
18	2.101	1.734
19	2.093	1.729
20	2.086	1.725
21	2.080	1.721
22	2.074	1.717
23	2.069	1.714
24	2.064	1.711
25	2.060	1.708
26	2.056	1.706
27	2.052	1.703
28	2.048	1.701
29	2.045	1.699
30	2.042	1.697
31	2.040	1.696
32	2.037	1.694
33	2.035	1.692
34	2.032	1.691
35	2.030	1.690
36	2.028	1.688
37	2.026	1.687
38	2.024	1.686
39	2.023	1.685
40	2.021	1.684
41	2.020	1.683
42	2.018	1.682
43	2.017	1.681
44	2.015	1.680
45	2.014	1.679
46	2.013	1.679
47	2.012	1.678
48	2.011	1.677

TABEL r

df	t 2.5%	r 2.5%	t 5%	r 5%
1	12.706	0.997	6.314	0.988
2	4.303	0.950	2.920	0.900
3	3.182	0.878	2.353	0.805
4	2.776	0.811	2.132	0.729
5	2.571	0.754	2.015	0.669
6	2.447	0.707	1.943	0.621
7	2.365	0.666	1.895	0.582
8	2.306	0.632	1.860	0.549
9	2.262	0.602	1.833	0.521
10	2.228	0.576	1.812	0.497
11	2.201	0.553	1.796	0.476
12	2.179	0.532	1.782	0.458
13	2.160	0.514	1.771	0.441
14	2.145	0.497	1.761	0.426
15	2.131	0.482	1.753	0.412
16	2.120	0.468	1.746	0.400
17	2.110	0.456	1.740	0.389
18	2.101	0.444	1.734	0.378
19	2.093	0.433	1.729	0.369
20	2.086	0.423	1.725	0.360
21	2.080	0.413	1.721	0.352
22	2.074	0.404	1.717	0.344
23	2.069	0.396	1.714	0.337
24	2.064	0.388	1.711	0.330
25	2.060	0.381	1.708	0.323
26	2.056	0.374	1.706	0.317
27	2.052	0.367	1.703	0.311
28	2.048	0.361	1.701	0.306
29	2.045	0.355	1.699	0.301
30	2.042	0.349	1.697	0.296
31	2.040	0.344	1.696	0.291
32	2.037	0.339	1.694	0.287
33	2.035	0.334	1.692	0.283
34	2.032	0.329	1.691	0.279
35	2.030	0.325	1.690	0.275
36	2.028	0.320	1.688	0.271
37	2.026	0.316	1.687	0.267
38	2.024	0.312	1.686	0.264
39	2.023	0.308	1.685	0.260
40	2.021	0.304	1.684	0.257
41	2.020	0.301	1.683	0.254
42	2.018	0.297	1.682	0.251
43	2.017	0.294	1.681	0.248
44	2.015	0.291	1.680	0.246



45	2.014	0.288	1.679	0.243
46	2.013	0.285	1.679	0.240
47	2.012	0.282	1.678	0.238
48	2.011	0.279	1.677	0.235
49	2.010	0.276	1.677	0.233
50	2.009	0.273	1.676	0.231
51	2.008	0.271	1.675	0.228
52	2.007	0.268	1.675	0.226
53	2.006	0.266	1.674	0.224
54	2.005	0.263	1.674	0.222
55	2.004	0.261	1.673	0.220
56	2.003	0.259	1.673	0.218
57	2.002	0.256	1.672	0.216
58	2.002	0.254	1.672	0.214
59	2.001	0.252	1.671	0.213
60	2.000	0.250	1.671	0.211
61	2.000	0.248	1.670	0.209
62	1.999	0.246	1.670	0.207
63	1.998	0.244	1.669	0.206
64	1.998	0.242	1.669	0.204
65	1.997	0.240	1.669	0.203
66	1.997	0.239	1.668	0.201
67	1.996	0.237	1.668	0.200
68	1.995	0.235	1.668	0.198
69	1.995	0.234	1.667	0.197
70	1.994	0.232	1.667	0.195
71	1.994	0.230	1.667	0.194
72	1.993	0.229	1.666	0.193
73	1.993	0.227	1.666	0.191
74	1.993	0.226	1.666	0.190
75	1.992	0.224	1.665	0.189
76	1.992	0.223	1.665	0.188
77	1.991	0.221	1.665	0.186
78	1.991	0.220	1.665	0.185
79	1.990	0.219	1.664	0.184
80	1.990	0.217	1.664	0.183
81	1.990	0.216	1.664	0.182
82	1.989	0.215	1.664	0.181
83	1.989	0.213	1.663	0.180
84	1.989	0.212	1.663	0.179
85	1.988	0.211	1.663	0.178

