



**PENGARUH ATRIBUT JASA TERHADAP PERILAKU SISWA PASCA  
PEMBELIAN JASA PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS  
DI EDDY'S JEMBER TAHUN 2007**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**NAMA : LIYANA FEBRIYANTI**

**NIM. 030210301027**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2008**

## **RINGKASAN**

Judul : Pengaruh Atribut Jasa terhadap Perilaku Siswa Pasca Pembelian Jasa Pendidikan Bahasa Inggris di EDDY'S Jember Tahun 2007.

Pembimbing : 1. Drs. Pramono. AS.Dip. Mgt. M.Si

2. Drs Joko Widodo, MM

EDDY'S Jember adalah lembaga bimbingan belajar yang bergerak dibidang jasa pendidikan bahasa Inggris. EDDY'S merupakan lembaga pendidikan yang menawarkan atribut jasa yang berupa program, fasilitas pendidikan dan lokasi. Jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan yang bergerak dibidang yang sama yaitu dibidang pendidikan bahasa Inggris maka lembaga pendidikan EDDY'S lebih unggul. Hal ini dibuktikan dengan perbedaan antara program yang ditawarkan di EDDY'S sesuai dengan materi yang ada disekolah. Fasilitas pendidikan yaitu tiap kelas di EDDY'S terdiri atas 6 orang sedangkan di Lembaga Pendidikan lain dalam satu kelas terdiri atas 15 orang. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi kelas di EDDY'S kondusif. Jika dilihat dari lokasi keberadaan EDDY'S jelas lebih strategis karena berada di lingkungan kampus, sehingga lingkungan tersebut sangat kondusif untuk melaksanakan proses belajar mengajar dan lokasi tersebut mudah dijangkau oleh alat transportasi serta dekat dengan pertokoan, warnet dan foto copy. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel atribut jasa yang terdiri atas : program, fasilitas pendidikan dan lokasi terhadap perilaku siswa pasca pembelian jasa pendidikan bahasa Inggris di EDDY'S Jember, dan juga untuk mengetahui variabel manakah yang dominan mempengaruhi perilaku siswa tersebut.

Dalam memberikan kepuasan terhadap siswa dan memberikan pelayanan yang prima maka EDDY'S mengoptimalkan jasa yang ditawarkan pada siswa dengan cara menciptakan dan mengembangkan atribut jasa. Atribut jasa adalah komponen pelengkap jasa yang merupakan bagian pendukung dari jasa itu sendiri. Bila suatu jasa memiliki atribut yang sesuai dengan apa yang di harapkan oleh pembelinya maka jasa tersebut akan dianggap cocok oleh siswa, sehingga pada akhirnya akan melakukan keputusan untuk membeli.

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penentuan daerah penelitian ditentukan dengan metode *purposive*, sedangkan penentuan sampel menggunakan metode *proportional random sampling*. Sampel yang diambil adalah sebanyak 39 siswa dari seluruh siswa yang kursus di EDDY'S Jember. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Analisis inferensial yang digunakan meliputi : persamaan garis regresi linier berganda, analisis varian garis regresi, uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel atribut jasa meliputi : program, fasilitas pendidikan dan lokasi secara bersama-sama ( simultan ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku siswa pasca pembelian.

Hasil analisis yang telah dilakukan adalah ada pengaruh yang signifikan antara atribut jasa dengan perilaku siswa pasca pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan uji F, dimana  $F_{hitung} (7,100) > F_{tabel} ( 3,2594 )$  dengan signifikansi 0.001 dan varian garis regresi sebesar 0.618 yang berarti bahwa variabel atribut jasa yang meliputi : program, fasilitas pendidikan dan lokasi secara simultan mempengaruhi perilaku siswa pasca pembelian sebesar 61,8 %. Hasil analisis melalui uji t, diperoleh data bahwa variabel program (  $X_1$  ) mempunyai pengaruh dominan terhadap perilaku siswa pasca pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai hasil uji t, yaitu :  $X_1 = 2,626$ ;  $X_2 = 2,261$ ;  $X_3 = 2,276$ . Selain itu juga dapat dilihat melalui proporsi sumbangan dari masing-masing variabel, yaitu :  $X_1 = 28,83\%$ ;  $X_2 = 16,82\%$ ;  $X_3 = 16,17\%$ .

Hasil pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel atribut jasa terdiri atas: program, fasilitas pendidikan dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku siswa pasca pembelian jasa pendidikan bahasa Inggris di EDDY'S Jember tahun 2007. Besarnya atribut jasa yang terdiri atas : program (  $X_1$  ), fasilitas pendidikan ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) adalah sebesar 61,8 % sedangkan sisanya sebesar 32,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut diteliti pada penelitian ini. Variabel tersebut diantaranya faktor lingkungan. Variabel yang dominan berpengaruh adalah variabel atribut jasa yaitu: program (  $X_1$  ), dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,626 dan kontribusi pengaruhnya sebesar 28,83 %.

Kata kunci : Atribut Jasa ( program, fasilitas pendidikan dan lokasi ) terhadap perilaku siswa pasca pembelian.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>DENAH EDDY'S JEMBER.....</b>	<b>xi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.2.2 Tujuan Pemasaran .....	7
2.2.3 Pengertian dan Karakteristik Jasa .....	8
2.2.4 Atribut Jasa .....	9
2.2.5 Perilaku Siswa Pasca Pembelian.....	11
2.2.6 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	12
2.2.7 Pengaruh Atribut Jasa ( Program, Fasilitas Pendidikan dan Lokasi ) terhadap Perilaku Siswa Pasca Pembelian .....	14
2.2.8 Kerangka Berpikir.....	16

2.2.9 Hipotesis Penelitian .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	17
3.2 Lokasi Penelitian.....	17
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	18
3.3.1 Populasi Penelitian.....	18
3.3.2 Sampel Penelitian.....	18
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.4.1 Atribut Jasa .....	20
3.4.2 Perilaku Siswa Pasca Pembelian.....	25
3.5 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5.1 Data dan sumber data.....	26
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6 Teknik Pengolahan Data Dan Analisis Data.....	27
3.6.1 Teknik Pengolahan Data .....	27
3.6.2 Analisis Data .....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	33
4.1.1 Sejarah Berdirinya EDDY'S Jember .....	33
4.1.2 Struktur Organisasi EDDY'S Jember.....	33
4.2 Gambaran Umum Atribut Jasa EDDY'S Jember .....	36
4.3 Analisis Data.....	38
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	38
4.3.2 Analisis Inferensial .....	49
4.4 Pembahasan.....	55
4.4.1 Pengaruh Variabel Program ( $X_1$ ) terhadap Variabel Perilaku Siswa Pasca Pembelian ( $Y$ ) .....	56
4.4.2 Pengaruh Variabel Fasilitas Pendidikan ( $X_2$ ) terhadap Variabel Perilaku Siswa Pasca Pembelian ( $Y$ ) .....	57
4.4.3 Pengaruh Variabel Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Variabel Perilaku Siswa Pasca Pembelian ( $Y$ ) .....	57

4.5 Kekuatan dan Kelemahan Penelitian .....	58
4.5.1 Kekuatan Penelitian .....	58
4.5.2 Kelemahan Penelitian .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran .....	60

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**