



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH KOMPETENSI KEAHLIAN
DAN KEPUASAN SISWA SMK NEGERI 1 PANJI SITUBONDO**

TESIS

Tesis diserahkan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar

MAGISTER MANAJEMEN

OLEH:

Drs. KHOLIQ

NIM. 080820101031

Pembimbing Tesis:

Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM, Pembimbing utama

Drs. Adi Prasadjo, M.P, Pembimbing anggota

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010

ABSTRAK

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan. Sementara dengan bauran pemasaran yang merupakan seperangkat alat pemasaran perusahaan untuk terus menerus mempengaruhi permintaan produknya di pasar sasaran, dan memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehingga terpenuhi dan terpuaskan. Kualitas pendidikan antara lain ditentukan oleh input, apabila input dengan intelegensi dan penghasilan orang menengah keatas maka kualitas output akan menengah keatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan bauran pemasaran terhadap keputusan memilih kompetensi keahlian dan kepuasan siswa. Dengan menggunakan AMOS 5. Hasil studi menunjukkan bahwa bauran pemasaran mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih kompetensi keahlian, kualitas layanan mempengaruhi kepuasan siswa dan keputusan siswa dalam memilih kompetensi keahlian mempengaruhi keputusan siswa.

Kata kunci : kualitas layanan, bauran pemasaran, keputusan dan kepuasan.

RINGKASAN

Pola pikir konsumen jasa pendidikan berubah seiring perkembangan jaman, pola pikir konsumen yang dulu hanya sekedar mencari ilmu pengetahuan umum mulai ditinggalkan, konsumen membutuhkan jasa pendidikan yang bermanfaat untuk mengisi lowongan pekerjaan yang dibutuhkan perusahaan atau menjadi wirausaha, baik perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa.

Konsumen jasa pendidikan bisa mendapatkan dimana saja sesuai dengan kebutuhan, baik di dalam negeri maupun di luar negeri dimana dengan perkembangan teknologi memungkinkan dimasa yang akan datang ada penyedia jasa pendidikan dengan fisik berupa gedung dan sarananya maupun jasa pendidikan memanfaatkan teknologi informasi melalui internet.

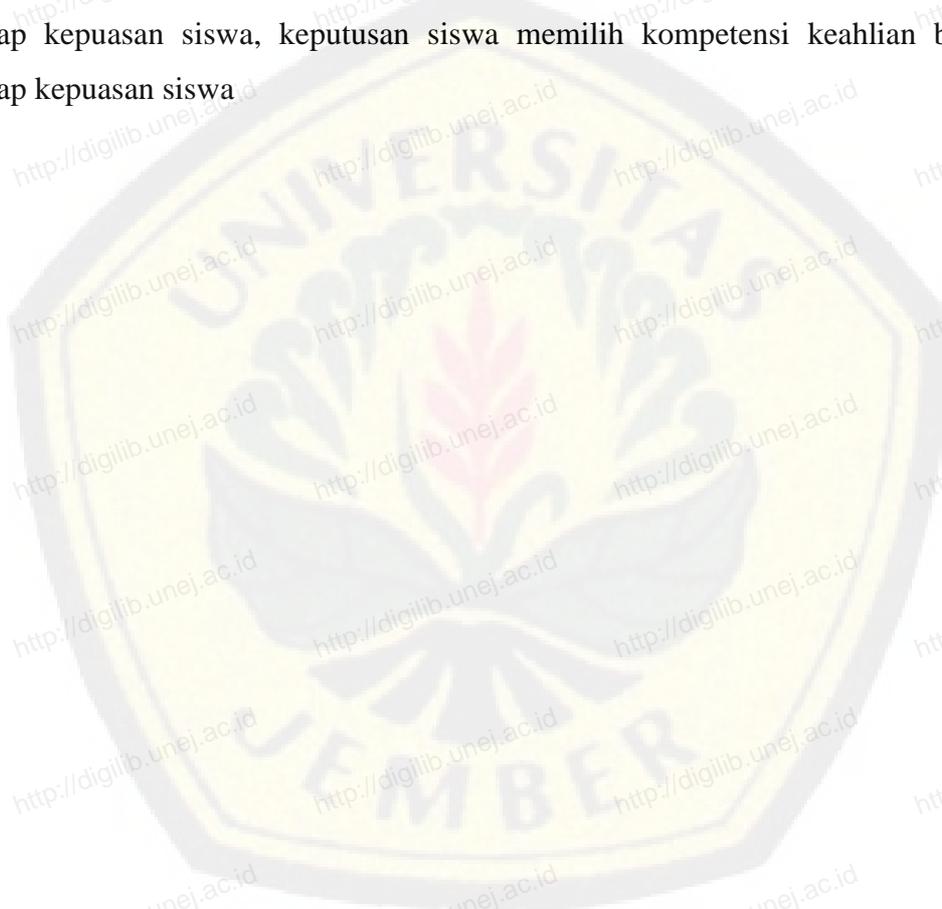
Kotler dan Levy (dalam Yeni, YH 2007) orientasi pasar yang merupakan implementasi konsep pemasaran relevan untuk semua jenis organisasi yang berhubungan dengan pelanggan dan pihak berkepentingan lainnya. Disamping itu ada beberapa pendapat lain, baik yang mendukung maupun yang menolak pelaksanaan orientasi pasar di jasa pendidikan

Dengan kompetisi yang ketat baik sekarang maupun dikemudian hari, perbaikan mutu pendidikan dengan meningkatkan kualitas layanan dan bauran pemasaran adalah mutlak harus dilakukan oleh sekolah menengah kejuruan dalam rangka mencapai keunggulan bersaing atau kualitas lulusan yang handal / kompetitif di pasar tenaga kerja.

Kualitas layanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi siswa sebagai hasil penilaian terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh SMK Negeri 1 Panji Situbondo. Pengukuran kualitas layanan dibagi menjadi lima indikator sesuai dengan pengukuran yang dilakukan oleh Zeithaml, Berry, and Parasuraman (1996:) yakni bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Bauran pemasaran dalam penelitian ini didefinisikan seperangkat alat pemasaran yang digunakan secara terus menerus untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Pengukuran Bauran pemasaran jasa dibagi menjadi tujuh indikator, dikenal dengan "empat P", yaitu : *product*, *price*, *promotion* dan *place* juga tiga elemen, yaitu: *personal trait*, *process* dan *physical evidence* (Kotler 2005:17; Yasid, 2001:19 dalam Rambat).

Penelitian dilakukan pada siswa SMK Negeri 1 Panji Situbondo dengan sampel kelas X dengan penyebaran kuesioner sebanyak 160 exemplar pada bulan April 2010 atau 8 bulan setelah mengambil keputusan memilih kompetensi keahlian dan menerima layanan jasa pendidikan. Setelah data diuji normalitas dan dibuang outlier dianalisa dengan program AMOS 5, hasil analisa menunjukkan dari 3 menerima hipotesis dan 2 menolak hipotesis. Hasil analisis dengan menggunakan program AMOS 5 yaitu kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih kompetensi keahlian, bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih kompetensi keahlian, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan siswa, bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa, keputusan siswa memilih kompetensi keahlian berpengaruh terhadap kepuasan siswa



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL LUAR	
HALAMAN JUDUL DALAM	
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
RINGKASAN	
ABSTRACT	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1	L
atar belakang	1
1.2	P
erumusan Masalah	11
1.3	T
ujuan dan manfaat penelitian	11
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	13
2.1	L
andasan Teori	13
2.2	T
injauan Penelitian Terdahulu	29
2.3	K
erangka Konseptual Penelitian	39
BAB 3 METODE PENELITIAN	42
3.1	R
ancangan Penellitian	42
3.2	P
opulasi dan Sampel Penelitian	42

3.3.	L	
	okasi dan Obyek Penelitian		44
3.4.	S	
	umber Data		45
3.5.	T	
	eknik Pengumpulan Data		45
3.6.	I	
	identifikasi Variabel		45
3.7.	D	
	efinisi Operasional Variabel		46
3.8.	P	
	enilaian / Pengukuran Penelitian		51
3.9.	U	
	ji Validitas dan Reliabilitas		52
3.10.	A	
	nalisa Data		52
BAB 4	HASIL, ANALISIS DAN PEMBAHASAN		58
4.1.	H	
	asil Penelitian		58
4.1.1.	P	
	rofil SMK Negeri 1 Panji Situbondo		58
4.1.2.	K	
	arakteristik Responden.....		61
4.2.	A	
	nalisa Tanggapan Konsumen		62
4.2.1.	T	
	anggapan untuk variabel kualitas layanan		63
4.2.2.	T	
	anggapan untuk variabel bauran pemasaran		64
4.2.3.	T	
	anggapan untuk variabel keputusan siswa		65
4.2.4.	T	
	anggapan untuk variabel kepuasan siswa		65

4.3.	H
asil Analisa Data	66
4.3.1.	U
ji validitas dan reliabilitas	66
4.3.2.	U
ji asumsi sem.	71
4.3.3.	A
nalisasi structural equation modeling (SEM)	76
4.4.	P
embahasan Hasil Penelitian	83
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1.	K
esimpulan	98
5.2.	S
aran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

