

**PENGARUH NILAI PELANGGAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA SISWA MAN GONDANGLEGI MALANG)**

**S K R I P S I**



**Oleh :  
KHUSNUL NURHAYATI  
NIM : 09510033**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG  
2013**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN**  
**(STUDI PADA SISWA MAN GONDANGLEGI MALANG)**  
**SKRIPSI**

OLEH

**KHUSNUL NURHAYATI**

NIM :09510033

Telah Disetujui 9 April 2013

Dosen Pembimbing

**Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag**  
NIP. 197112111999031003

**Mengetahui :**  
**Ketua Jurusan Manajemen**

**Dr.H. Ahmad Sani Supriyanto, SE., M.Si**  
NIP.197202122003121003

**LEMBAR PENGESAHAN  
LAPORAN PENELITIAN SKRIPSI  
DI MAN GONDANGLEGI MALANG  
TAHUN 2013**

Judul Kasus : *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen  
(Studi Pada Siswa-Siswi MAN Gondanglegi Malang)*

Nama Mahasiswa : Khusnul NurHayati

NIM : 09510033

Dosen Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi. M.Ag

Malang, 27 Juli 2013

Mengetahui,

Kepala Sekolah  
Pembimbing

Dosen

**Drs. H. Ahmad Nurhadi, M.Ag**

**Dr. H. Nur**

**Asnawi. M.Ag** NIP.195407161979031003

NIP.197112111999031003

Mengesahkan

Ketua Jurusan Manajemen

**Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si**

NIP.197202122003121003

## **SURAT PERNYATAAN**

Yang bertandatangan dibawah ini saya :

Nama :Khusnul Nurhayati  
NIM :09510033  
Alamat :JL. Madukoro 260 Lawang

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, dengan judul :

### **PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA SISWA MAN GONDANGLEGI)**

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggungjawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 Juli 2013  
Hormat saya

Khusnul Nurhayati  
09510033

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

**5. Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan**

**6. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.**

**(Qs. Al-Insyiroh:5-6)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada

Allah Robbul Izzah ya Allah... mudah-mudahan Engkau beri keridhoan dan ampunan kepada hamba dan semua umat Nabi Muhammad SAW.

Ayahanda Akhmad Adnan dan Ibunda Lilis Ni'matussolichah

Sepasang mutiara hati yang selalu memancarkan sinar cinta kasih yang tak pernah usai, yang telah mengayomi dan mengasihi setulus hati, sebening cinta dengan setulus doa.

Untuk adikku tercinta Rahmat Hidayatulloh yang selalu jadi penyemangat penulis, kakak bangga punya adik sepertimu

Terimakasih kepada guru-guru ku yang selama ini telah mendukungku dan telah memberiku pengetahuan yang bersifat kuni maupun Qur'ani serta selalu memberi kesejukan rohaniku dalam setiap tausiyah yang diberikan.

Terimakasih kepada dosen pembimbing Dr. H. Nur Asnawi. M.Ag yang selalu mendoakan penulis dan memberi motivasi semoga allah semoga allah membalas semua kebaikan beliau

Terimakasih kepada kakek Moch. Said (Alm) dan nenek Mutholi'ah, kakek Supardi (Alm) dan nenek Watini semua keluargaku (Pakpo Rofiq sek, Mbak Nik sek, Mbak Yu2n sek, Mbak Naning sek, Mbak Ririn sek, Mbak Titis sek ) dan keluarga besar di lawang, adek-adek ku (mas Ulil, mbak Lina, adek Arip, adek Andi, adek Rizki, adek Diki, adek Shoby, adek Aira ) yang telah mendukung dan memberi semangat untuk menjadi insan kamil dambaan keluarga besar Moh Said...

Sahabatku Eva, Lala', Inung, Mbak Merry, Mbak Desy, Mas Izzatul Makhluqin, Aby Muhammad Bisyri dan Mas Ugik terimakasih atas semangat dan doa yang kalian berikan

Wahai dzat yang maha kasih, jadikanlah ini sebagai bagian dari ibadahku

JAZAKUMULLOH AHSANAL JAZA'

I REALLY LOVE YOU ALL

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur kita panjatkan kepada Rabbul Izzati yang telah mengatur roda kehidupan pada porosnya dengan keteraturan, dan hanya kepada-Nyalah kita menundukkan hati dengan mengokohkan keimanan dan Izzah kita dalam keridhoan-Nya. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita yaitu Rasulullah Muhammad SAW, karena atas perjuangan beliau kita dapat merasakan kehidupan yang lebih bermartabat dengan kemajuan ilmu pengetahuan yang didasarkan pada iman dan Islam.

Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan teriring do'a kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Secara khusus penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si selaku Rektor UIN Malang
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Bapak Dr. H. Ahmad Sani Supriyanto, SE., M.Siselaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan sebagian waktu serta sumbangsih pemikiran yang inovatif dan konstruktif sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
5. Ayahanda Akhmad Adnan dan Ibunda Lilis Ni'matussolichah Sepasang mutiara hati yang selalu memancarkan sinar cinta kasih yang tak pernah

usai, yang telah mengayomi dan mengasihi setulus hati, sebening cinta dengan setulus doa.

6. Seluruh guru MAN Gondanglegi yang telah membantu demi kelancaran penelitian skripsi penulis.
7. Adek ku tercinta Rahmat Hidayatulloh terima kasih atas setiap motivasi dan doa yang kamu berikan I love u brother.
8. Seluruh keluarga besarku di gondanglegi maupun di lawang, terimakasih atas doa dan motivasi yang kalian berikan I love u All.
9. Sahabat ku Eva, Lala', Inung, Leo, Mbak Mery, Mbak Desy, Mas Izzatul Makhluqin, Aby Muhammad Bisyri dan mas Ugik terimakasih atas semangat dan doa yang kalian berikan
10. Teman - teman Fakultas Ekonomi Angkatan 2009 khususnya teman-teman manajemen B, semoga persahabatan kita selalu terjaga Amin.
11. Terakhir kalinya seluruh handai taulan yang telah mensupport dan memotivasiku untuk selalu semangat dalam meraih cita-cita

Selanjutnya kami sadar bahwa skripsi ini banyak sekali kekurangan yang sudah sepatutnya diperbaiki, oleh karena itu adanya saran dan kritik yang membangun sangat kami butuhkan demi kebaikan kami di masa yang akan datang.

Malang 28 Juni 2013

Penulis



## **DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1. 1.1 Latar Belakang .....	1
2. 1.2 Rumusan Masalah .....	3
3. 1.3 Tujuan Penelitian .....	4
4. 1.4 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	6
1. 2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2. 2.2 Kajian Teoritis.....	8
3. 2.3 Nilai Pelanggan .....	10
4. 2.4 Perilaku Konsumen .....	13
5. 2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
6. 2.6 Ciri-Ciri Perilaku Konsumen .....	14
7. 2.7 Kepuasan Pelanggan .....	16

8. 2.8 Tingkat Kepuasan Dan Tidak Kepuasan Pelanggan .....	17
9. 2.9 Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	20
10. 2.10 Kepuasan Pelanggan Dalam Prespektif Islam.....	22
11. 2.11 Kerangka Berfikir.....	25
12. 2.12 Hipotesis.....	27
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
1. 3.1 Lokasi Penelitian.....	29
2. 3.2 Jenis Dan Pendekatan.....	29
3. 3.3 Populasi Dan Sampel .....	30
4. 3.4 Data Dan Sumber Data.....	32
5. 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
6. 3.6 Definisi Operasional Variabel.....	33
7. 3.7 Skala Pengukuran.....	35
8. 3.8 Pengujian Instrument .....	36
3.8.1 Uji Validitas .....	36
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	37
9. 3.9 Metode Analisis Data.....	38
3.9.1 Uji Asumsi Klasik .....	38
10. 3.19 Analisis Regresi Berganda .....	40
<b>BAB IV : PAPARAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
1. 4.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian.....	46

4.1.1	Profil MAN Gondanglegi.....	46
4.1.2	Sejarah Berdirinya MAN Gondanglegi.....	48
4.1.3	Perkembangan MAN Gondanglegi .....	51
4.1.4	Keadaan Siswa MAN Gondanglegi .....	57
4.1.5	Prestasi Siswa MAN Gondanglegi.....	58
2.	4.2 Hasil Penelitian .....	59
	A. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	59
3.	4.3 Analisis Data Dan Interpretasi .....	63
	A. Statistic Distribusi Frekuensi Jawaban.....	63
	B. Regresi Linier Berganda.....	66
	C. Asumsi Normalitas .....	68
	D. Asumsi Non Multikolinieritas .....	70
	E. Asumsi Heterokedastisitas.....	71
	F. Pengujian Hipotesis Simultan .....	72
	G. Pengujian Hipotesis Parsial .....	74

BAB V : PENUTUP .....	77
1. 5.1 Kesimpulan .....	77
2. 5.2 Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

1. 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	7
2. 3.1	Tabel Definisi Operasional .....	35
3. 3.2	Tabel Skala Pengukuran.....	36
4. 4.1	Tabel Keadaan Siswa .....	57
5. 4.2	Tabel Prestasi Yang Di Raih Oleh Siswa MAN Gondanglegi.....	58
6. 4.3	Tabel Analisa Variabel Produk .....	60
7. 4.4	Tabel Analisa Variabel Pelayanan .....	60
8. 4.5	Tabel Analisa Variabel People.....	61
9. 4.6	Tabel Analisa Variabel Citra.....	62
10. 4.7	Tabel Analisa Kepuasan Pelanggan .....	62
11. 4.8	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Produk.....	63
12. 4.9	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Pelayanan .....	64
13. 4.10	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban People .....	64
14. 4.11	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Citra .....	65
15. 4.12	Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Kepuasan.....	65
16. 4.13	Tabel Hasil Pengujian Asumsi Linieritas.....	67
17. 4.14	Tabel Hasil Pengujian Asumsi Normalitas .....	70
18. 4.15	Tabel Hasil Pengujian Nonmultikolinieritas .....	71
19. 4.16	Tabel Hasil Uji Hipotesis Simultan .....	73
20. 4.17	Tabel Hasil Uji Hipotesis Parsial .....	74

## **DAFTAR GAMBAR**

1. 2.2 Gambar Kerangka Berfikir.....	27
2. 4.1 Gambar Plot Uji Normalitas .....	69
3. 4.2 Plot Uji Non Heterokedastisitas .....	72

## ABSTRAK

Nurhayati Khusnul, 20013. Skripsi. Judul : Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen (Siswa-Siswi MAN Gondanglegi Malang)

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag

---

kata kunci : Nilai Pelanggan, Kepuasan Konsumen

Persaingan antara perusahaan tidak akan pernah berakhir, menjadikan antara satu dengan yang lainnya akan selalu saling mengungguli, sehingga perusahaan mutlak harus memiliki keunggulan kompetitif dalam sebuah pasar. Hal tersebut didasarkan pada berbagai macam tuntutan para pelanggan yang cenderung tidak statis, dan juga adanya kebutuhan mereka terhadap produk barang atau jasa yang berkualitas tinggi (memiliki nilai unggul), dengan pelayanan yang prima dan harga yang kompetitif. Untuk itu diperlukan alat atau sarana tertentu (produk), sehingga pasar akan mencari produk yang paling sesuai dan memenuhi kebutuhan dan keinginannya itu secara memuaskan. nilai pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap produk, pelayanan, people, dan citra perusahaan. Diantara industry jasa tersebut adalah Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Gondanglegi dimana dalam segala macam aktifitasnya sangat berhubungan dengan pelanggan (siswa-siswi) sehingga lembaga perlu mengadakan pengembangan dan perlu memperhatikan pentingnya nilai konsumen yang loyal (pelanggan) untuk menciptakan kepuasan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh variable nilai pelanggan, tingkat eksplanasi atau tingkat penjelasan yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. berawal dari pengujian teori-teori melalui pengukuran variable-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisa data dengan prosedur statistik yaitu menggunakan analisa regresi linier berganda dan mempertimbangkan uji asumsi linieritas dan asumsi normalitas, adapun jumlah sampelnya yaitu sebanyak 82 responden.

Dari hasil analisis yang diperoleh secara simultan didapatkan nilai F hitung sebesar 49,320 dan nilai signifikan sebesar 0.000. karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ( $49,320 > 2.490$ ) atau nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 5% ( $0,000 < 0,050$ ), maka hipotesis  $H_0$  ditolak dan dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang nyata dari variabel *Tangibel* (X1), Pelayanan (X2), *People* (X3), *Citra* (X4) terhadap variabel *Kepuasan* (Y) dengan tingkat kesalahan 5%

## ABSTRACT

Nurhayati, Khusnul, 2013. Thesis. Title: The Effect Of Customer Value Customer Satisfaction (Students Gondanglegi MAN Malang)

Supervisor: Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag

---

keywords: Customer Value, Customer Satisfaction

Competition between firms will never end, making between one another will always outperform one another, so that the company absolutely must have a competitive advantage in a market. It is based on a wide variety of customer demands tend to be static, as well as the need for their product or service is of high quality (superior value), with excellent service and competitive prices. It required a certain tool or means (products), so the market will be looking for the most appropriate products and meet the needs and desires that are satisfactory. Customer value is a customer's perception of the products, services, people, and company image. Among the services industry is Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Gondanglegi in all sorts of activities which are very in touch with customers (the students) so that the agency needs to conduct development and the need to consider the value of a loyal customer (customer) to create satisfaction.

This research is quantitative research studies conducted to identify the influence of customer value variables, the level of explanation or description of the level of research that aims to explain the position of the studied variables and the relationship of one variable with another variable. began testing theories through research measurement variables with numbers and analyzing the data with statistical procedures that use multiple regression analysis and consider the assumption of linearity and normality assumption, while the sample size is as much as 82 respondents.

From the results of the analysis obtained simultaneously calculated F value of 49.320 and significant value of 0000. because niali F count is greater than the value of F table ( $49.320 > 2.490$ ) or smaller niali significance of alpha 5% ( $0.000 < 0.050$ ), then the hypothesis  $H_0$  is rejected and it can be concluded that there are jointly significant effect of tangible variables ( X1), service (X2), People (X3), Citra (X4) to the satisfaction variable (Y) with an error rate of 5% .



## الملخص

نور حياتي، خسنول. ٢٠١٣. بحث جامعي. تأثير قيمة العملاء على رضا العملاء (دراسة على الطلاب  
المدرسة العالية الحكومية جوندانجلاغي مالانج (GONDANGLEGI)  
المشرف: الدكتور. الحاج. نور اسناوى، الماجستير

كلمات البحث: قيمة العملاء، رضا العملاء

إنّ المنافسة بين الشركات لا تنتهي أبداً، ويجعل بين بعضها البعض سوف يتفوق دائماً واحد آخر، حتى يتسنى للشركة على الاطلاق ويجب لديها ميزة تنافسية في السوق. لأنه يقوم على مجموعة واسعة من العملاء مطالب تميل إلى أن تكون ثابتة، فضلا عن الحاجة إلى المنتج أو الخدمة ذات الجودة العالية (القيمة العليا)، مع خدمة ممتازة وأسعار تنافسية. فهي تحتاج إلى أداة أو وسيلة (منتجات) معينة، وبالتالي فإن السوق سوف يبحث عن أنسب المنتجات وتلبية احتياجات ورغبات التي هي مرضية. قيمة العملاء هو إدراك العميل للمنتجات والخدمات والأشخاص، وصورة الشركة. بين صناعة الخدمات هي المدارس الدينية عاليه نيجيري (MAN Gondanglegi) في جميع أنواع الأنشطة التي هي غاية في اتصال مع الزبائن (الطلاب) حتى أن وكالة يحتاج لإجراء التنمية والحاجة إلى النظر في قيمة ولاء العملاء (العملاء) لخلق الارتياح.

هذا البحث هو دراسات البحوث الكمية التي أجريت لتحديد تأثير المتغيرات قيمة العملاء، ومستوى التفسير أو وصف لمستوى البحوث التي تهدف لشرح الموقف من المتغيرات المدروسة وعلاقة متغير واحد مع متغير آخر. بدأ اختبار النظريات من خلال قياس المتغيرات البحثية مع الأرقام وتحليل البيانات مع الإجراءات الإحصائية التي تستخدم تحليل الانحدار المتعدد والنظر في افتراض الخطي وافتراض الحياة الطبيعية، في حين أن حجم العينة هو بقدر ٨٢ المستجيبين.

من نتائج التحليل التي تم الحصول عليها قيمة F المحسوبة في وقت واحد من ٤٩،٣٢٠ وقيمة كبيرة للـ ٠.٠٠٠٠. لأن  $F_{nilai}$  عدد أكبر من قيمة F الجدول (٤٩،٣٢٠ < ٢.٤٩٠) أو أصغر  $nilai$  أهمية ألفا ٥٪ (٠.٠٥٠ > ٠.٠٥٠)، ثم الفرضية  $H_0$  مرفوض ويمكن الاستنتاج أن هناك تأثير معنوي معا من المتغيرات الملموسة (X1)، الخدمة (X2)، والشعب (X3)، سينترا (X4) لمتغير الرضا (Y) مع نسبة الخطأ ٥٪