

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

➤ Latar Belakang

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. (Tjiptono, 2000:1-3)

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Gondanglegi adalah salah satu Madrasah Aliyah Negeri yang berada di Kabupaten Malang yang terletak di Desa Putat Lor Kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang. Sebagian besar siswa dan

lingkungan yang berada di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Gondanglegi masih memegang teguh nilai religiusnya, sehingga sangat mendukung terhadap pertumbuhan dan perkembangan Madrasah tersebut. Selain itu tidak jauh dari lokasi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Gondanglegi terdapat beberapa pesaing dalam bidang jasa pendidikan yang sederajat seperti SMA Gondanglegi, SMA Al-Rifa'i, SMK Khairuddin dll.

Dalam rangka mengetahui seberapa besar pengaruh nilai pelanggan MAN Gondanglegi dalam memberikan kepuasan kepada para siswa, maka di lakukan survei mengenai perkembangan siswa dalam lima tahun terakhir adanya kemajuan secara fluktuatif serta peningkatan siswa pada setiap tahunnya. Hal ini yang mempengaruhi citra organisasi yang sangat berkaitan erat dengan kualitas produk dan pelayanan, sehingga nilai pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan baik atau tidak struktur organisasi. Menurut Kotler nilai pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap produk, pelayanan, *people*, dan citra perusahaan (Kotler dalam Arif, 2007:164)

➤ Kajian Teori

Nilai yang di fikirkan pelanggan adalah selisih antara evaluasi calon

pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang di fikirkan. Nilai pelanggan total adalah nilai moneter yang dipikirkan atas sekumpulan manfaat ekonomis, fungsional, dan psikologis, yang diharapkan oleh pelanggan atas tawaran pasar tertentu. Biaya pelanggan total adalah sekumpulan biaya yang harus di keluarkan pelanggan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunkan, dan membuang tawaran pasar tertentu, termasuk biaya moneter, waktu, energi, dan psikis.(Kotler,2009:173-174)

Nilai-nilai yang diterima pelanggan adalah berbagai benefit dalam bentuk sebagai berikut:

1. Product Value, pelanggan memperoleh produk yang berkualitas sesuai dengan yang diharapkan
2. Service value, pelanggan mendapatkan pelayanan jasa yang berkualitas sesuai yang diharapkan
3. Personel value, pelanggan memperoleh layanan yang prima
4. Image value, citra organisasi yang menjadi bahan pertimbangan

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2006:177) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang

dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat sangat puas.

#### ➤ Nilai Pelanggan Dalam Prespektif Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya dan Islam melarang untuk saling tolong menolong dalam hal kejahatan. Dalam Al-Maidah :02 dijelaskan bahwa:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَحِلُّوْا شَعِيْرَ اللّٰهِ وَلَا  
الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا اَهْدٰى وَلَا الْقَلْبِدَ  
ءَامِيْنَ وَلَا الْبَيْتَ الْحَرَامَ يَبْتَغُوْنَ فَضْلًا مِّنْ  
رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۗ وَاِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوْا ۗ وَلَا  
تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ اَنْ صَدُوْكُمْ عَنِ  
الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ تَعْتَدُوْا ۗ وَتَعَاوَنُوْا عَلٰى  
الْبِرِّ وَالتَّقْوٰى ۗ وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلٰى الْاِثْمِ  
وَالْعُدُوْنَ ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ



Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah[389], dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram[390], jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya[391], dan binatang-binatang qalaa-id[392], dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya[393] dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum Karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidil haram, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (QS. Al-Maidah : 02).

➤ Hipotesis

Dari kerangka berfikir diatas maka dapat dihipotesiskan adalah

1. Ho = di duga nilai pelanggan (produk, pelayanan, *people*, citra) tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan siswa MAN Gondanglegi.

Ha = Variabel nilai pelanggan (produk, pelayanan, *people*, citra) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan siswa MAN Gondanglegi.

2. Ho = di duga nilai pelanggan (produk, pelayanan, *people*, citra) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan siswa MAN Gondanglegi.

Ha = Variabel nilai pelanggan (produk, pelayanan, *people*, citra) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan siswa MAN Gondanglegi.

3. Ho = di duga variabel citra tidak berpengaruh dominan terhadap kepuasan siswa MAN Gondanglegi

Ha = Variabel nilai pelanggan yang paling berpengaruh dominan diantara (produk, pelayanan, *people*, citra) adalah variabel citra (X4).

➤ Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di MAN Gondanglegi, yang terletak didesa Putat Lor Kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang. Lokasi sekolah tersebut sangat strategis karena berada di daerah jalur transportasi umum dan jalur wisata, tepatnya pada jalur Malang-Gondanglegi. Meskipun berada dekat dengan jalur transportasi tetapi tidak mengganggu proses belajar mengajar, karena letak posisi gedung madrasah masih sedikit masuk dari jalur jalan raya tersebut.

Untuk sampel dalam penelitian ini adalah sebagian siswa-siswi MAN

Gondanglegi angkatan 2011-2012 yang sedang menempuh studi di MAN Gondanglegi, yang diambil dari hal tersebut didasarkan pada angkatan 2011-2012 yang masih aktif dalam proses belajar dan sudah mengetahui kondisi tentang objek penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang prosesnya berawal pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisa data dengan prosedur statistik (Indriantoro, 1999:12)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode: Kuesioner Menurut Burhan (2001:130) metode kuesioner berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, kemudian dikirim kembali atau dikembalikan ke petugas atau peneliti, Dalam penelitian ini kuesioner akan diberikan kepada siswa-siswi yang masih melakukan studi di MAN Gondanglegi.

Selanjutnya agar jawaban responden dapat diukur, maka jawaban responden diberi skor dengan menggunakan skala interval, dimana metode pengukuran yang digunakan adalah skala likert yang merupakan metode untuk mengukur sikap dari konsumen dengan menyatakan setuju

atau tidak setuju terhadap subyek, obyek atau kejadian tersebut, dalam hal ini skala yang digunakan adalah 1-5 dengan keterangan sebagai berikut.

#### ➤ Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya dari semua variabel mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan siswa MAN Gondanglegi. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, dengan dibuktikan nilai F statistik lebih besar dari F tabel, yaitu F hitung 49,320 dan F tabel 2,490 Dan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra yang secara parsial mempengaruhi kepuasan siswa MAN Gondanglegi.

dalam menggunakan produk yang ditawarkan. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $t$  hitung = 2,214 dan  $t$  tabel = 1,990. Unsur yang masuk didalamnya adalah lingkungan fisik(bangunan fisik), peralatan, perlengkapan, desain bangunan sekolah yang disatukan dengan service yang diberikan.

Variabel pelayanan bisa dikatakan elemen yang selalu ada pada bidang usaha apapun, sehingga secara parsial juga memiliki pengaruh yang signifikan dengan

nilai t hitung yaitu 2,323 dan t tabel yaitu 1,990.

Adapun variabel *people* yaitu secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung yaitu 2,458 dan t tabel yaitu 1,990. sehingga dalam hal ini kepuasan sangat erat kaitannya dengan kinerja orang-orang yang melayani pelanggan. Penggunaan gaya bahasa yang baik dan lemah lembut juga mempengaruhi pelanggan.

Variabel *citra*, secara parsial paling dominan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil analisa t hitung 2,633 dan t tabel 1,990, hal ini *citra* lebih menekankan pada kesan yang jelas sehingga mudah untuk dinilai kinerjanya. *Citra* merupakan pandangan seseorang terhadap suatu perusahaan atau organisasi.

Sehingga dapat diketahui bahwa variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan siswa MAN Gondanglegi adalah pada **variabel *citra***

➤ Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian secara simultan, diketahui bahwa kepuasan

siswa di pengaruhi oleh produk, pelayanan, *people*, *citra* dimana secara bersama-sama nilai F hitung lebih besar dari F tabel.

2. Berdasarkan pengujian secara parsial, diketahui bahwa kepuasan mahasiswa di pengaruhi oleh produk, pelayanan, *people*, *citra* secara parsial masing-masing dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel.
3. Berdasarkan hasil analisis yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan adalah *citra* sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta: Bandung.
- Arif. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Bayumedia Publishing: Jakarta
- Asnawi, Nur. 2007. Studi Tentang Pembudayaan Nilai Syariah dalam Pemasaran. Universitas Islam Negeri Malang
- Fatkhiyah, Elok. 2009, *Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Honda Ahas 07819 Hamada Motor Ngoro Kabupaten Mojokerto*, UIN: Malang
- Indriantoro, Nur. Dan Bambang Supomi. 1999. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPEF: Yogyakarta
- Indriantoro, Nur. Dan Bambang Supomi. 2002. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPEF: Yogyakarta
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Syariah Marketing*. Mizan Media Utama: Bandung
- Kotler. Phillip, Keller. Kevin, Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Lupiyoadi, Ramban, dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta
- Lovelock, H. Christoper. Wright, K. Lauren, 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Mangkunegara, Anwar, Prabu. 2009, *Perilaku Konsumen*, PT Refika Aditama: Bandung
- Nirwana, 2012, *Pemasaran Jasa*, Alta Pustaka : Malang
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung
- Singarimun, Masri dan Effendi Sofian. 1989. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES: Jakarta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Santoso, Budu Purbayu dkk. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Exel dan SPSS*. Andi: Yogyakarta
- Suliyanto. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung
- Suharyadi. 2009, *Statistika*, Salemba Empat : Jakarta
- Sulhan , Muhammad , 2011, *Panduan Praktis Analisis SPSS Untuk Manajemen* : Team CLICT Managemen : FE UIN Malang
- Supranto. Limakrisna, Nandan, 2011, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Tjiptono. Fandy. 2000, *Strategi Bisnis*, Andi Offset: Yogyakarta
- Tjiptono. Fandy, Chandra. Gregorius. 2005, *Service Quality dan Satisfaction*, Andi Offset: Yogyakarta

