



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PENDIDIKAN
PADA PESANTREN YUSUFIAH DESA HOLBUNG
KECAMATAN BATANG ANGKOLA
KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**ZUL WAHIDIN NST
NIM. 12 230 0212**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan ... 455171402 22723
Telp. ... 24672

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PENDIDIKAN
PADA PESANTREN YUSUFIAH DESA HOLBUNG
KECAMATAN BATANG ANGKOLA
KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**ZUL WAHIDIN NST
NIM. 12 230 0212**

Pembimbing I

**Muhammad Isa., ST. MM
NIP. 19720313 200312 1 004**

Pembimbing II

Jumi Atika., MEI

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan HT. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : LampiranSkripsi Padangsidimpuan, 24 Juni 2019
a.n. **Zul Wahidin Nasution** Kepada Yth.
Lamp : 6 (Enam) Eksemplar

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ZUL WAHIDIN NASUTION**, yang berjudul **Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pendidikan pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka diharapkan kepada saudara tersebut dapat menjalani siding munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi nya ini.

Demikian kami sampaikan kepada Bapak Dekan atas kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Pembimbing I

Muhammad Isa., ST. MM
NIP. 19720313 200312 1 004

Pembimbing II

Jumi Atika., MEI

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Zul Wahidin Nasution**
NIM : 12 230 0212
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JudulSkripsi: **Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pendidikan pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidempuan, 24 Juni 2019

yang Menyatakan,



ZUL WAHIDIN NASUTION
NIM : 12 230 0212

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ZUL WAHIDIN NASUTION
NIM : 12 230 0212
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pendidikan pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 24 Juni 2019

Yang menyatakan,



ZUL WAHIDIN NASUTION
NIM. 12 230 0212

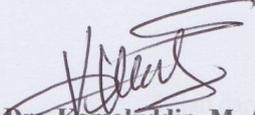


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan HT. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

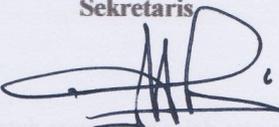
DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

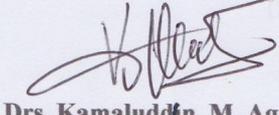
Nama : ZUL WAHIDIN NASUTION
NIM : 12 230 0212
Fakultas/ Jur : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA
PENDIDIKAN PADA PESANTREN YUSUFIAH DESA
HOLBUNG KECAMATAN BATANG ANGKOLA
KABUPATEN TAPANULI SELATAN

Ketua

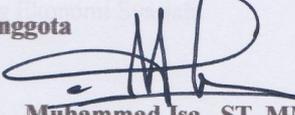

Drs. Kamaluddin, M. Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

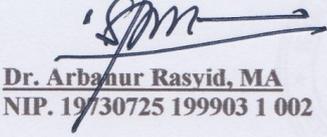
Sekretaris


Muhammad Isa., ST. MM
NIP. 19720313 200312 1 004


Drs. Kamaluddin, M. Ag
NIP. 19651102/199103 1 001

Anggota


Muhammad Isa., ST. MM
NIP. 19720313 200312 1 004


Dr. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002


Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di	: Padangsidempuan
Hari/ Tanggal	: Senin/ 24 Juni 2019
Pukul	: 10.00 WIB – 12.00 WIB
Hasil/ Nilai	: Lulus/ 71,25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK)	: 3,03
Predikat	: Amat Baik



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan MT. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA
PENDIDIKAN PADA PESANTREN YUSUFIAH
DESA HOLBUNG KECAMATAN BATANG
ANGKOLA KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

**NAMA : ZUL WAHIDIN NASUTION
NIM : 12 230 0212**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 07 Agustus 2019



Dr. Darwis Harahap, S.HL., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumWr. Wb.

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pendidikan pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan**". Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Arbanurrasyid, M.A Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima sari Lubis, M.A Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Bapak Muhammad Isa., ST.MM selaku Pembimbing I dan Ibu Jumi Atika, MEI Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, MA selaku Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penelitian skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku penasihat akademik yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Bapak H. Ridwan Amiril Solih Nasution ketua yayasan pesantren Holbung dan jajarannya yang selalu membantu peneliti ketika membutuhkan data penelitian ini.
9. Penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai kepada Ayahanda Darwin Nasution beliau adalah salah satu semangat saya agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong saya menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan Ibunda Hotnida Situmorang yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan selalu berjuang untuk anak-anaknya, memberikan kasih sayang dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Terimakasih kepada kakak, adik dan abanganda (Freddy Prajabat Nst, Dina Fitri Yanti Nst, Hardyansah Nst, Ali Akbar Hakim Nst, dan Riskyah Syafiqoh Nst), yang telah memberikan do'a dan dukungannya kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Terimakasih untuk sahabat Ekonomi Syariah angkatan 2012 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

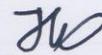
Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti

pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidempuan, 24 Juni 2019

Peneliti,



ZUL WAHIDIN NST
NIM. 12 230 0212

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	A	Alif
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Ka	kha (dengan ha)
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Re
ز	Zar	Z	Zet
س	Sin	S	Se
ش	Shin	Sy	Es
ص	sad	s	Hadan ye
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	ain	'	Kemalarbale di atas
غ	Gara	G	Ge
ف	Fa	F	Fi
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	Li
م	Maq	M	Em
ن	Nun	N	En

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam translit erasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translit erasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat translit erasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, translit erasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathahdanya	Ai	a dan i
و.....	fathahdanwau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translit erasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathahdanalifatauya	ā	a dangaris atas
ى.....	Kasrahanya	ī	i dangaris di bawah
و.....	ḍommahdanwau	ū	u dangaris di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, translit erasinya adalah /t/.

- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditranslit erasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam translit erasiin itanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddahitu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan translit erasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti hurufqamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bilahamzahitu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupaalif.

7. Penelitian Kata

Pada dasarnya setiap kata, baikfi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penelitiannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam translit erasi ini penelitian kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata danbisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tesebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awalkapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalaupenelitian itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : ZUL WAHIDIN NASUTION
NIM : 12 230 0212
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan

Salah satu instansi pendidikan dan merupakan salah satu sekolah swasta di Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan adalah Sekolah Pondok Pesantren Yusufiah. Pondok Pesantren Yusufiah merupakan pesantren modern karena para santri diwajibkan untuk berasrama dan pondok pesantren Yusufiah menggunakan sistem pendidikan agama dan dipadukan dengan sistem pendidikan umum atau kurikulum karena di era globalisasi sekarang para santri harus mempunyai ilmu pengetahuan umum agar tidak tertinggal dengan sekolah yang umum agar nantinya para santri dapat bersaing pada tingkatan yang selanjutnya.

Pesantren ini dalam memberikan pelayanan kepada santri masih ada beberapa yang belum sesuai dengan harapan konsumen/santri. Terlihat dari kurang tanggapnya para guru dalam menyikapi masalah yang dihadapi oleh para santri. Penelitian ini tujuannya untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli.

Pelayanan merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh Instansi kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Agar pelayanan yang diberikan Instansi dapat memuaskan konsumen, maka Instansi harus memiliki dasar-dasar pelayanan, bagaimana sikap yang baik untuk melayani konsumen, dan bagaimana ciri-ciri pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Instansi. Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai dalam menguji menguji kualitas pelayanan atau tingkat kepentingan yaitu *Importance Performace Analysis* (IPA), sedangkan kepuasan menggunakan metode *Costumer Satisfaction Index* (CSI). Berdasarkan hasil perhitungan *Importance Performace Analysis* menunjukkan atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah yang berada pada kuadran A, yaitu Cepat dalam menyelesaikan masalah murid, dan Menerapkan sikap ramah dalam pelayanan.

Atribut-atribut yang menjadi prioritas kedua untuk diperbaiki adalah atribut yang berada pada kuadran C, yaitu Keluhan selalu ditanggapi dan Guru Pesantren Yusufiah Desa Holbung mampu berinisiatif menawarkan bantuan kepada murid. Atribut yang dianggap penting dan sudah sesuai dengan yang diharapkan sehingga dapat menjadi aset untuk dikembangkan adalah atribut yang berada pada kuadran B. Selanjutnya melalui perhitungan *Costumer Satisfaction Index* menghasilkan nilai CSI sebesar 73,66% nilai ini terletak pada rentang 0,00 – 0,80 yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen pada kriteria puas.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Jasa

DAFTAR ISI

Halaman Judul/ Sampul.....	I
Halaman Pengesahan Pembimbing.....	II
Surat Pernyataan Pembimbing.....	III
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri.....	IV
Surat Pernyataan Bersedia Publikasi Skripsi.	V
Berita Acara Ujian <i>Munaqasyah</i>	VI
Halaman Pengesahan Ketua.	VII
ABSTRAK	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	XII
DAFTAR ISI.....	XVII
DAFTAR TABEL	XIX
DAFTAR GAMBAR.....	XX
DAFTAR LAMPIRAN	XXII
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Definisi Operasional Variabel.	12
E. Rumusan Masalah	14
F. Tujuan Penelitian.....	14
G. Manfaat Penelitian.....	15
H. Sistematika Pembahasan	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	17
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
2. Dasar-dasar Pelayanan.....	26
3. Sikap-sikap untuk Melayani.	29
4. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik.....	29
5. Sifat-Sifat Konsumen.....	30
6. Rantai Kualitas Pelayanan.	32
7. Pengertian Kepuasan Konsumen/Pelanggan.	33
8. Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan	35
9. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	36
10. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	36
11. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	37
12. Teori Kepuasan (<i>The Expectancy Disconfirmation Model</i>).	40
13. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	41
B. Penelitian Terdahulu.....	44
C. Kerangka Pikir.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
B. Jenis Penelitian	48
C. Populasi dan Sampel.....	49
1. Populasi	49

2. Sampel	49
D. Instrumen Pengumpulan Data	51
E. Kisi-Kisi Angket dan Kuesioner.	52
F. Teknik Analisis Data.	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.	60
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.	60
C. Analisis Deskriptif.	63
D. Hasil <i>Importance Performace Analysis</i> (IPA).	65
E. Hasil <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI).	71
F. Pembahasan Hasil Penelitian.	74
G. Keterbatasan Penelitian.	77
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Jumlah Santri Pesantren Yusufiah	8
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel	12
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel III.1	Skala Likert Kepentingan.....	52
Tabel III.2	Skala Likert Kepuasan.	52
Tabel III.3	Kisi-Kisi Angket	53
Tabel III.4	Kriteria Tingkat Kepuasan.	59
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas Kepentingan.	61
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Kepuasan.....	62
Tabel IV.3	Output Hasil Reliabilitas Kepentingan.	63
Tabel IV.4	Output Hasil Reliabilitas Kepuasan.....	63
Tabel IV.5	Descriptive Statistic	64
Tabel IV.6	Nilai Rata-Rata Kepentingan dan Kepuasan Atribut.....	66
Tabel IV.	Perhitungan Costumer Satisfaction Index (CSI).....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Berpikir..	47
Gambar III.1 Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja	56
Gambar IV.1 Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kepuasan..	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil *Output SPSS*
- Lampiran 4 Tabel Nilai-Nilai *r Product Moment*
- Lampiran 5 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 6 Surat Permohonan Izin Riset
- Lampiran 7 Surat Izin Melakukan Riset

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tantangan yang dihadapi administrasi publik di tengah era globalisasi disodorkan pada suatu hal yang sangat strategis. Saat ini hampir setiap link pelayanan publik (*public service*) sudah menggunakan sistem teknologi informasi. Kemajuan teknologi ini bukan hanya beredar di perkotaan, tetapi sudah sampai pada perdesaan. Pesatnya pergeseran ini ditandai adanya peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) berkat kerja keras para pelaku pembangunan khususnya para pelaku pembangunan di sektor pendidikan.

Suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kinerja pegawai yang memberikan hasil kerja yang terbaik, yang pada dasarnya semua kegiatan dilakukan oleh pegawai. Suatu instansi juga ditentukan oleh kegiatan pegawai yang ada pada instansi yaitu orang-orang yang menyediakan tenaga, bakat dan semangat. Instansi tidak mungkin terlepas dari tenaga kerja manusia, walau instansi telah memiliki teknologi yang maju.

Salah satu aspek penting bagi keberhasilan organisasi adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan sebaik mungkin, karena harapan dari seorang konsumen adalah mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan. Sebuah pelayanan dapat diukur dari sejauh mana kualitas yang diberikan oleh pegawai instansi tersebut, karena pelayanan merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Jadi, seorang pegawai harus menciptakan kualitas pelayanan yang baik yang diberikan kepada

konsumen agar merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pegawai instansi tersebut.

Banyak instansi yang fokus pada konsumen untuk berupaya menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi. Namun apakah konsumen akan merasa puas setelah mendapatkan pelayanan atau sesuatu yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut. Bagi konsumen pelayanan yang bermutu sangat penting, hal tersebut salah satunya tergantung pada tingkat kepuasan dalam pemenuhan harapan konsumen. Menurut Kotler bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas.¹

Namun demikian, setiap instansi dapat membuat suatu tanda atau gambaran bahwa pelayanan yang seharusnya diberikan kepada konsumen sangat baik, seperti halnya dengan prinsip 3S, senyum, salam dan sapa. Hal tersebut terlihat tidak semua instansi dapat melakukannya.

Hal di atas berlaku pula pada Pondok Pesantren Yusufiah di Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan adalah suatu sekolah atau pesantren yang sistem belajar-mengajarnya lebih dominan kepada sistem dan ajaran agama Islam namun tetap mempelajari tentang pendidikan umum berdasarkan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan pelanggan. Tindakan tersebut dapat dilakukan

¹ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi ke dua belas jilid 1* (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm.177.

melalui cara langsung melayani pelanggan.² Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Pelayanan dan etika pemasaran jasa perusahaan harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon pelanggan perusahaan tersebut. Jika masyarakat simpati, maka akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran jasa perusahaan akan lebih lancar.³

Tujuan dari pelayanan yang baik itu adalah untuk menciptakan para pelanggan agar merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang akan memberikan berbagai manfaat seperti: hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, dapat mendorong terjadinya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi lebih baik dimata pelanggan dan laba yang diperoleh semakin meningkat.⁴

Mutu pelayanan pada hakikatnya harus memenuhi standar kualitas yang baik, hal ini menurut Fandji Ciptono, dimana kualitas harus memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang

² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 15.

³ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12*, Diterjemahkan dari "Marketing management" oleh Benyamin Molan (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 143.

⁴ Philip Kotler dan Keller, *Op.Cit.*, hlm. 165.

baik akan memberikan dorongan atau motivasi kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan Pesantren Yusufiah Desa Holbung yang tentunya diharapkan akan memahami harapan serta kebutuhan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat tercipta. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.⁵

Seiring perkembangan zaman, serta tuntutan masyarakat atas kebutuhan pendidikan umum, kini banyak pesantren yang menyediakan menu pendidikan umum dalam pesantren. Kemudian muncul istilah pesantren Salaf dan pesantren Modern. Pesantren Salaf adalah pesantren yang murni mengajarkan Pendidikan Agama sedangkan Pesantren Modern menggunakan sistem pengajaran pendidikan umum atau Kurikulum.

Salah satu instansi pendidikan dan merupakan salah satu sekolah swasta di Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan adalah Sekolah Pondok Pesantren Yusufiah. Pondok Pesantren Yusufiah merupakan pesantren modern karena para santri diwajibkan untuk berasrama dan pondok pesantren Yusufiah menggunakan sistem pendidikan agama dan dipadukan dengan sistem pendidikan umum atau kurikulum karena di era globalisasi sekarang para santri harus mempunyai ilmu pengetahuan umum agar tidak tertinggal dengan sekolah yang umum agar nantinya para santri dapat bersaing pada tingkatan yang selanjutnya, baik dalam dunia kerja

⁵ Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality dan Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2011), hlm. 180.

maupun dalam jenjang untuk melanjutkan pendidikan selanjutnya ke jenjang yang lebih tinggi lagi.

Mempertimbangkan proses perubahan yang terjadi di pesantren, tampak bahwa hingga dewasa ini lembaga tersebut telah memberikan kontribusi penting dalam penyelenggaraan pendidikan nasional. Keberadaan pesantren sebagai lembaga pendidikan, baik yang masih mempertahankan sistem pendidikan tradisionalnya maupun yang sudah mengalami perubahan, memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Dari waktu ke waktu, pesantren semakin tumbuh dan berkembang kuantitas maupun kualitasnya. Tidak sedikit masyarakat yang menaruh perhatian dan harapan terhadap pesantren sebagai pendidikan alternatif. Terlebih lagi dengan berbagai inovasi sistem pendidikan yang dikembangkan di pesantren dengan mengadopsi corak pendidikan umum, menjadikan pesantren semakin kompetitif untuk menawarkan pendidikan kepada masyarakat. Meski telah melakukan berbagai inovasi pendidikan, sampai saat ini pendidikan pesantren tidak kehilangan karakteristiknya yang unik yang membedakannya dengan model pendidikan umum yang diformulasikan dalam bentuk sekolahan.

Tiga keuntungan pragmatis yang dimunculkan oleh pesantren tersebut menjadi kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan masyarakat. Pesantren akan memperkuat karakter sosial sistem pendidikan nasional yang turut membantu melahirkan sumber daya manusia yang memiliki kehandalan penguasaan pengetahuan dan kecakapan teknologi yang senantiasa dijiwai oleh nilai-nilai luhur keagamaan. Pesantren telah menjadi *center of excellence*

bagi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki basis moralitas dalam kehidupan sosial. Pada akhirnya, SDM yang dilahirkan dari pesantren ini secara ideal dan praktis dapat berperan aktif dalam setiap proses perubahan sosial menuju terwujudnya tatanan kehidupan sosial yang paripurna.

Dalam dunia pendidikan, masalah kualitas pelayanan pendidikan dianggap sangat penting karena kunci keberhasilan setiap instansi pendidikan adalah mampu memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik bagi para pelanggannya yang dalam hal ini adalah pelayanan yang diberikan kepada santri dan santriah. Kualitas jasa layanan tersebut dapat berupa Keandalan (*reliability*), Berwujud (*tangible*), Daya Tanggap (*responsibility*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*).

Keandalan (*reliability*) Yakni kemampuan pesantren untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Berwujud (*tangible*) Yakni bukti fisik dari layanan, bisa berupa fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan dan sarana komunikasi. Daya Tanggap (*responsibility*) Yakni keinginan untuk membantu para santri dan santriah dan memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan informasi yang jelas. Jaminan (*assurance*) Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya, bebas dari resiko bahaya dan keragu-raguan. Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan

komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memenuhi kebutuhan para santri dan santriah.⁶

Menurut wawancara saya dengan beberapa sumber Pesantren Yusufiah ini merupakan pesantren yang banyak diminati oleh masyarakat. Hal itu bisa dilihat dari peningkatan jumlah santri dari tahun-ketahun, mengingat bahwa di daerah sekitaran Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola banyak sekali terdapat pesantren yang menjadi pesantren pesaing yang bisa saja mengungguli minat masyarakat untuk menyekolahkan anak mereka pada pesantren pesaing tersebut, namun pada kenyataannya tetap saja pesantren Yusufiah Desa Holbung yang menjadi incaran para orang tua untuk menyekolahkan anak-anak mereka.⁷

Hal itu bisa kita lihat melalui keunggulan yang ada pada pesantren tersebut yang diantaranya fasilitas, sistem dan tata cara mengajar, cara pihak pesantren melakukan promosi, cara pelayanan, cara mengatasi keluhan dan masih banyak lagi keunggulan pesantren Holbung yang menyebabkan dampak yang baik baik kelangsungan pesantren tersebut.

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: 2000), hlm. 148-149.

⁷ Buya Sukron, *Wawancara*, Operator Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan pada tanggal 21 September 2018.

Data jumlah santri dan santriah pesantren Yusufiah selama tahun ajaran 2013/2014-2018/2019 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel I.1
Data Jumlah Santri Pesantren Yusufiah

Tahun Ajaran	Jenis Kelamin		Total Keseluruhan
	Laki - Laki	Perempuan	
2013 / 2014	55	35	90
2014 / 2015	70	40	110
2015 / 2016	100	70	170
2016 / 2017	110	85	195
2017 / 2018	120	90	210
2018 / 2019	120	90	210

Sumber : Operator Pesantren Yusufiah

Berdasarkan data di atas dapat kita simpulkan bahwa terjadinya peningkatan jumlah santri setiap tahunnya pada Pesantren Holbung Yusufiah Tahun Ajaran 2013 / 2014 – 2018 / 2019. Pada tahun 2013 / 2014 jumlah santri laki-laki sebanyak 55 orang dan jumlah santri perempuan sebanyak 35 orang, dengan total jumlah santri adalah 90 orang. Pada tahun 2014 / 2015 jumlah santri laki-laki sebanyak 70 orang dan jumlah santri perempuan sebanyak 40 orang, dengan total jumlah santri adalah 110 orang. Selisih jumlah santri dari tahun 2013 – 2014 dan 2014 – 2015 adalah 20 orang (22,22 %). Pada tahun 2015 – 2016 jumlah santri laki-laki sebanyak 100 orang dan jumlah santri perempuan sebanyak 70 orang. Selisih jumlah santri dari tahun 2014 – 2015 dan 2015 – 2016 berjumlah 35 orang (20,58 %). Pada tahun 2016 – 2017 jumlah santri laki-laki sebanyak 110 orang dan jumlah santri perempuan sebanyak 85 orang. Selisih jumlah santri dari tahun 2015 – 2016 dan 2016 – 2017 berjumlah 25 orang (12,82 %). Pada tahun 2017 – 2018 jumlah santri laki-laki sebanyak 120 orang dan jumlah santri perempuan

sebanyak 90 orang. Selisih jumlah santri dari tahun 2016 – 2017 dan 2017 – 2018 berjumlah 15 orang (7,14 %). Pada tahun 2018 – 2019 jumlah santri laki-laki sebanyak 120 orang dan jumlah santri perempuan sebanyak 90 orang. Pada tahun 2018 dan 2017 tidak ada perbandingan jumlah santri baik santri laki-laki maupun santri perempuan. Penelitian ini juga dianggap penting mengingat ada beberapa pesaing diantaranya Pondok Pesantren Modren Baharuddin, Pesantren Al-Ansor di Manunggang, Pondok Pesantren Ma'had Al-Azhar Bi'ibadillah, Pondok Pesantren Darul Ikhlas H. ABD Manap Siregar dan Pesantren Darul Istiqomah. Oleh karena hal di atas maka pihak yayasan merasa perlu melakukan strategi-strategi agar mendapatkan kepercayaan lebih lagi dari santri dan santriah serta dapat memberikan kualitas layanan pendidikan yang lebih baik lagi bagi seluruh santri-santrinya.

Yayasan pendidikan yang memikirkan kelangsungan hidup yayasan dalam jangka panjang akan memberikan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya yayasan yang lain secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan dari orang tua khususnya para santri dan santriah atau umumnya kepada seluruh masyarakat atas kualitas pelayanan pendidikan yang diberikan atau yang ditawarkan. Harapan para orang tua santri santriah dan para pelajar dibentuk oleh pengalaman pribadinya, pembicaraan dari mulut ke mulut, dan promosi yang dilakukan oleh pihak pesantren dan kemudian dibandingkan dengan pesantren yang lain. Adapun pesantren yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Pesantren Yusufiah yang ada di Desa Holbung.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁸ Sedangkan menurut M. Suyanto kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan,⁹ dalam penelitian ini peneliti akan membahas kualitas pelayanan jasa pendidikan pada Pesantren Yusufiah. Pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain yang dalam hal ini akan diberikan kepada santri dan santriah yang ada di Pesantren Yusufiah yang ada di desa Holbung. Kualitas pelayanan adalah sebuah tingkat kemampuan (*ability*) dari sebuah perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Kualitas, apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan.¹⁰ Maksudnya adalah apabila pihak Pesantren Yusufiah memberikan pelayanan kepada para santri santriah dengan kualitas pelayanan yang terbaik maka akan terwujud kepuasan tersendiri dari pihak santri santri – santriah yang ada di Pesantren Yusufiah yang berada di Desa Holbung.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merasa perlu untuk menganalisis sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan jasa pendidikan di Peasantren Yusufiah yang selama ini telah diberikan, menyangkut beberapa

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta : Erlangga, 2008), hlm. 143.

⁹ M. Suryanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2007), hlm. 111.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Service Managemen Mewujudkan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008), hlm. 83.

hal yaitu sarana prasarana penunjang pendidikan, kualitas guru/pendidik, kualitas metode pembelajaran, tata pamong terhadap kepuasan yang dirasakan oleh para pelajar atau santri santriah pada pesantren Yusufiah yang berada di Desa Holbung dan pelayanan yang baik.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang berdampak pada kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Adanya sarana prasarana yang baik sebagai penunjang proses belajar mengajar.
2. Adanya kualitas guru / tenaga pendidik yang baik.
3. Adanya kurikulum dan bahan ajar yang baik guna peningkatan mutu pendidikan para santri.
4. Adanya tata pamong yang baik terhadap kepuasan yang dirasakan oleh para santri.
5. Pelayanan yang baik.

Kelima poin di atas jelas mempengaruhi Kualitas Pelayanan, sedangkan Pesantren Yusufiah Desa Holbung memenuhi kelima poin tersebut dan memenuhi kualitas pelayanan jasa sehingga sulit bagi masyarakat untuk memilih pesantren atau sekolah lain.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini perlu dibatasi, agar pembahasannya tidak meluas dan tetap berfokus pada permasalahan yang diteliti. Alasan lainnya adalah keterbatasan ilmu, dana, dan waktu yang dimiliki penulis, maka dari itu masalah yang akan dibatasi sebagai berikut. Apakah dengan pelayanan jasa yang baik dapat menyebabkan kepuasan santri dan lebih memilih di Pondok Pesantren Yusufiah Di Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Tapanuli Selatan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.¹¹ Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi).¹²

Tabel I.2.
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
1. Kualitas Pelayanan	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	<i>Tangible</i> adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan	a. Bangunan dan interior yang bagus dan menarik. b. Kebersihan dan kenyamanan pesantren. c. Kebersihan dan kerapian para pegawai.	Skala Interval

¹¹ Suarsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010). hlm. 161.

¹² Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), hlm. 29.

		sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar.	
<i>Reliability</i> (kehandalan)	<i>Reliability</i> merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.	a. Kecepatan <i>Customer Service</i> (operator) pesantren dalam melayani para santri. b. Prosedur pelayanan atau pendaftaran yang tidak berbelit-belit. c. Pelayanan yang memuaskan.	
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	<i>Responsiveness</i> adalah kemampuan perusahaan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.	a. Tanggap dalam keluhan santri. b. Pesiediaan para pegawai pesantren dalam membantu para santri. c. Kecepatan dalam menyelesaikan masalah.	
<i>Assurance</i> (jaminan)	<i>Assurance</i> adalah kemampuan pegawai perusahaan	a. Keramahan dalam melayani para santri. b. Pengetahuan	

		untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan.	n yang luas.	
	<i>Emphaty</i> (empati)	<i>Emphaty</i> adalah pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan pelanggan.	a. Mengetahui keinginan para santri. b. Mampu berkomunikasi dengan baik.	

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah; “Bagaimanakah kualitas pelayanan jasa di Pondok Pesantren Yusufiah di Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan?”.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa pendidikan di Pondok Pesantren Yusufiah di Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.

G. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini berkaitan dengan apa yang diharapkan dari hasil penelitian, baik bagi peneliti, bagi objek penelitian, maupun pembaca. Adapun kegunaan yang diharapkan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Untuk melengkapi tugas-tugas dalam memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) serta untuk menambah wawasan terutama mengenai Manajemen Bisnis.

2. Bagi Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batng Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi pihak manajemen Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batng Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca.

4. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan pertimbangan kepada masyarakat dalam acuan pengambilan keputusan saat akan menggunakan jasa Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.

H. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN: Pada bagian pendahuluan yang di dalamnya berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI: Pada bagian ini pengertian kualitas pelayanan, dasar-dasar pelayanan, sikap-sikap untuk melayani, ciri-ciri pelayanan yang baik, kualitas pelayanan menurut perspektif islam, rantai kualitas pelayanan, penelitian terdahulu, kerangka pikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN: terdiri atas lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrument pengumpulan data dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN: Yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian dan penyajian hasil analisis data.

BAB V PENUTUP: Terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sejarah masyarakat. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹

Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan.²

Kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada persepsi pihak penyedia jasa tetapi berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa pelayanan sehingga konsumen

¹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Penerbit Andi Offset, (Yogyakarta, 2007), hlm. 50.

² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), hlm. 45.

yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Kualitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pekerjaan kembali dan pemborosan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan pelanggan, mengurangi inspeksi dan pengujian, mengurangi waktu pengiriman produk ke pasar, meningkatkan hasil dan meningkatkan utilisasi kapasitas produksi serta memperbaiki kinerja penyempaian produk atau jasa. Feigenbaum menyatakan, bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk (jasa) berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk (jasa).³

Secara sederhana, istilah *service* (pelayanan) mungkin bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain”. Sebagai jasa, *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya.⁴

Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Kualitas layanan bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah layanan

³ M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 2-3.

⁴ Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*, hlm. 1.

disampaikan. Kualitas layanan bisa berupa fasilitas fisik layanan (seperti gedung, pabrik, kendaraan, dan sebagainya), penampilan karyawan penyedia layanan (contohnya seragam), perlengkapan dan peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan (umpamanya, komputer, telepon, facimile, peralatan medis, dan lain-lain), laporan keuangan, dan logo perusahaan.⁵

memberikan pelayanan yang baik dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kecepatan, keramahan, kenyamanan. yang terintegrasi sehingga manfaat yang besar akan diperoleh, terutama kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar. Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan pula oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya.

Pelayanan yang diberikan dalam pemasaran suatu produk mencakup pelayanan sewaktu penawaran produk, pembelian produk dan pelayanan purna jual yang mencakup atas jaminan semua kerusakan produk dalam jangka waktu tertentu. Pelayanan adalah sarana untuk mengidentifikasi dan memenuhi *superior need*.

Dengan kata lain layanan konsumen dapat menjadi pusat keuntungan perusahaan. Pendapat lain menyatakan pelayanan adalah proses pemberian bantuan yang diberikan kepada seseorang agar orang tersebut memperoleh sesuatu yang diinginkannya. Menurut Tim Pusat Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Pelayanan adalah "kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa". Dari

⁵ *Ibid.*, hlm. 100.

pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah proses pemberian bantuan yang diberikan seseorang kepada orang lain dalam jual beli barang atau jasa.

Kualitas pelayanan secara garis besar peranan pelayanan terdiri dari:

- a. Menciptakan perhatian calon pembeli
- b. Menggugah minat calon pembeli
- c. Menanamkan keyakinan calon pembeli
- d. Memperlakukan calon pembeli sebagai raja yang harus dihormati, dilayani dan dipuaskan.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau instansi kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:⁶

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 211.

Dalam proses layanan, ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:⁷

a. Penyedia Layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa.

b. Penerima Layanan

Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari pada penyedia layanan.

c. Jenis dan Bentuk Layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan pemberian jasa, layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang dan layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.

Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari kalangan masyarakat. Kualitas layanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis maka tentu saja kualitas layanan dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya yaitu menciptakan loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen. Menurut Parasuraman di dalam salah studi mengenai *SERQUAL* atau Dimensi Kualitas Pelayanan

⁷ *Ibid.*, hlm. 213-214.

mengidentifikasi lima faktor utama yang dipergunakan konsumen dalam menilai atau menentukan kualitas layanan.

Menurut Parasuraman, Zeithalm dan Berry ada lima dimensi pelayanan yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana kualitas pelayanan yang telah diberikan, yaitu:⁸

a. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Tangibles adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dalam hal ini pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa (perusahaan).

Indikator yang dapat diukur dari *tangible* adalah meningkatkan kondisi gedung yang bersih, nyaman dengan interior yang menarik, tempat parkir yang aman, AC, menjaga kebersihan perusahaan serta menjaga penampilan pegawainya.

b. *Empathy* (Empati)

Empathy adalah faktor yang paling dominan dalam penentuan *service quality* dalam sebuah perusahaan. *Empathy* sebagai bentuk perhatian pribadi yang wajib dimiliki oleh perusahaan guna memahami segala yang dibutuhkan oleh pelanggan. Pihak perusahaan penting untuk melakukan pendekatan pribadi kepada pelanggan sehingga dapat terbentuk hubungan emosional yang baik antara pelanggan dengan perusahaan, yang itu berguna juga untuk menjaga ikatan antara

⁸ Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Op.Cit.*, hlm. 133.

pelanggan dengan perusahaan. Selain itu hal ini juga dapat digunakan perusahaan untuk memahami segala kebutuhan pelanggan.

Untuk mewujudkan sikap empati, anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon maksimal tiga kali dan harus segera dijawab. Jangan biarkan pelanggan menunggu lama atas pelayanan kita, hal ini dapat membuat penilaian pelanggan terhadap perusahaan akan berkurang.

c. *Reliability* (Kehandalan)

Kehandalan merupakan kemampuan untuk meningkatkan pelayanan dengan segera, tepat waktu, memuaskan, akurat dan konsisten. Kehandalan juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengerjakan jasa yang dijanjikan.

Perusahaan dituntut untuk menyediakan produk atau jasa yang handal yang diharapkan agar jangan sampai mengalami kerusakan atau kegagalan dalam artian produk atau jasa yang disediakan harus selalu baik. Perusahaan harus selalu bersikap jujur kepada pelanggan, jangan sampai setiap janji yang diucapkan kepada pelanggan diingkari dan membuat pelanggan menjadi enggan untuk menggunakan jasa perusahaan kita. Indikator yang dapat diukur dari *reliability* adalah memberikan pelayanan sesuai janji, melakukan pelayanan pada saat pertama dan melayani sesuai waktu yang telah disepakati.

d. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Daya tanggap merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pelanggan, selalu bersedia menerima setiap keluhan pelanggan, selalu berusaha memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan baik dan memberikan pemahaman-pemahaman yang dianggap perlu oleh pelanggan. Posisi seseorang dalam sebuah perusahaan tidak mempengaruhi setiap pelayanan yang harus ia berikan kepada pelanggan. Ia harus aktif dan bersedia memberikan setiap informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Adapun indikator yang menjadi tolak ukur dalam *Responsiveness* adalah: karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan, membarikan pelayanan yang tepat kepada pelanggan dan memiliki keinginan yang kuat untuk membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan dari perusahaan dalam hal ini diambil alih oleh karyawan pada perusahaan tersebut.

e. *Assurance* (Jaminan)

Hal ini mencakup jaminan kompetensi, dapat dipercaya, kejujuran, pemberi jasa, memiliki kecakapan dan pengetahuan yang dibutuhkan oleh pelanggan dan setiap hal yang berkaitan dengan perusahaan diharapkan sesuai dengan hal-hal yang telah dipromosikan.

Setiap anggota perusahaan harus memberikan pelayanan yang ramah kepada setiap pelanggan yang datang yang berguna untuk memberikan rasa aman pada setiap pelanggan yang datang, dengan begitu pelanggan merasa ia dapat memenuhi setiap kebutuhannya

melalui setiap pelayanan yang kita berikan sehingga pelanggan merasa tidak perlu untuk menggunakan jasa perusahaan yang lain. Adapun indikator dari pengukuran *Assurance* adalah karyawan menanyakan kepada pelanggan apa yang mereka butuhkan dan karyawan akan segera mengerjakan dan karyawan menjelaskan kepada pelanggan bahwa setiap apa yang mereka butuhkan akan dipenuhi oleh perusahaan.

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (instansi) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Adapun kualitas pelayanan terbagi atas:⁹

a. Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai instansi dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah pola manajemen umum perusahaan, penyediaan fasilitas pendukung, pengembangan sumber daya manusia, iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja dan pola insentif.

⁹ *Ibid.*, hlm 220-221.

b. Kualitas layanan eksternal

Mengenai kualitas layanan kepada pelanggan eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu yang berkaitan dengan penyedia jasa dan penyediaan barang.

2. Dasar-Dasar Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap konsumen tergantung pada latar belakang pegawai tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap pegawai perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Kualitas yang diberikan tentunya sesuai yang diinginkan instansi.

Tanpa standar tertentu, maka akan sulit untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.¹⁰ Agar pelayanan yang diberikan instansi dapat memuaskan masyarakat, maka harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh.

Setiap perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada setiap pelanggannya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggannya, maka perusahaan harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh dan kuat. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas pelayanan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Adapun dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami seorang petugas pelayanan adalah sebagai berikut:

¹⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 18.

- a. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih

Artinya petugas pelayanan harus mengenakan pakaian yang rapi dan bersih, selain itu harus menarik dan sepadan artinya warna yang digunakan indah dan tidak menggunakan warna-warna yang mencolok. Pakaian yang digunakan diharapkan dapat memikat hati pelanggan jika perlu ada pakaian seragam yang pemakaiannya sudah ditentukan waktunya.

- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyuman.

Dalam melayani pelanggan, karyawan tidak boleh ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani pelanggan, karyawan harus mudah senyum, dengan raut muka yang menarik hati serta tidak dibuat-buat.

- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika dikenal.

Pada saat pelanggan datang seorang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan nama pelanggan tersebut.

- d. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap yang dikatakan

oleh pelanggan. Usahakan dalam setiap melayani pelanggan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati pelanggan serta tekun mendengarkan setiap hal yang disampaikan oleh pelanggan.

- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar. Artinya dalam

berkomunikasi dengan pelanggan harus menggunakan bahasa Indonesia

yang baik dan benar atau bahasa daerah setempat yang benar. suara yang digunakan harus jelas, dalam artian mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang membuat pelanggan tidak mengerti terhadap apa-apa yang kita sampaikan.

- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan kita sebagai karyawan. Dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang bergairah. Karyawan harus selalu menunjukkan pelayanan yang prima dan harus mengerti hal apa yng sedang dibicarakan oleh pelanggan.
- g. Jangan menyela dan memotong pembicaraan. Ketika pelanggan sedang berbicara usahakan tidak memotong atau menyela pembicaraan pelanggan.
- h. Mampu meyakinkan pelanggan serta memberikan kepuasan. Mampu memberikan penjelasan kepada pelanggan dengan argumen-argumen yang masuk akal dan pelayanan yang memuaskan.
- i. Jika tidak sanggup menangani yang ada, maka minta bantuan. Minta bantuan pada karyawan lain yang mampu dan mengerti untuk menyelesaikan keluhan pelanggan.
- j. Bila belum bisa melayani maka beritahukan bahwa belum bisa melayani dan kapan waktunya bisa kembali melayani. Berikan alasan yang tepat kenapa belum bisa memberikan pelayanan dan beritahukan kapan lagi waktunya untuk kembali bisa melayani.

3. Sikap-Sikap untuk Melayani

Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Demikian pula sikap yang semestinya diberikan kepada konsumen yang akan membuat konsumen senang. Sikap dalam melayani konsumen terkadang timbul dalam naluri diri sendiri. Kebiasaan berhubungan dengan konsumen akan memudahkan untuk berinteraksi langsung.¹¹ Menurut Kasmir sikap-sikap yang terdapat untuk melayani nasabah ada beberapa macam yaitu:¹²

- a. Beri kesempatan kepada nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya,
- b. Dengarkan baik-baik,
- c. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara,
- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara,
- e. Jangan marah dan mudah tersinggung,
- f. Jangan mendebat nasabah,
- g. Jaga sikap, sopan, ramah dan selalu berlaku tenang,
- h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya, dan tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

4. Ciri – Ciri Pelayanan yang Baik

Pelayanan yang baik adalah kemampuan instansi dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh Sumber

¹¹ Kasmir, *Etika Costumer Service, Op.Cit.*, hlm. 67.

¹² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 231-232.

Daya Manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki.¹³ Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik sebagai berikut:¹⁴

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik,
 - b. Tersedia personil yang baik,
 - c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai,
 - d. Mampu melayani secara cepat dan tepat,
 - e. Mampu berkomunikasi,
 - f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi,
 - g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik,
 - h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah, dan
- Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

5. Sifat – Sifat Pelanggan

Dalam melayani pelanggan, sebaiknya seorang pegawai mampu memahami dan mengerti akan sifat masing-masing pelanggan. Hal ini disebabkan masing-masing sifat pelanggan yang berbeda. Perbedaan sifat-sifat pelanggan disebabkan karena perbedaan pada daerah asal (suku), agama, pendidikan, pengalaman, adat istiadat, perilaku dan budaya.

Setiap pelanggan tentu memiliki sifat yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Berikut ini sifat-sifat pelanggan yang harus dikenal, agar perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik, yaitu:¹⁵

¹³ Kasmir, *Etika Costumer Service, Op.Cit.*, hlm. 31.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 232-234.

¹⁵ Kasmir, *Etika Costumer Service, Op.Cit.*, hlm. 33.

- a. Pelanggan mau dianggap sebagai raja.

Karyawan harus menganggap bahwa pelanggan adalah raja. Seorang raja harus dipenuhi setiap keinginannya dan kebutuhannya. Artinya apa yang diminta oleh raja harus segera dipenuhi, tidak ada kata tidak dalam kamus seorang pelanggan. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti memberikan pelayanan kepada seorang raja.

- b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Kedatangan pelanggan ke perusahaan adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi. Keinginan dan kebutuhan pelanggan mulai dari hanya ingin memperoleh informasi tentang suatu hal atau ingin mencari sesuatu yang sesuai dengan kebutuhannya, atau ada sesuatu hal informasi yang dianggap kurang jelas sehingga pelanggan tersebut perlu tahu untuk mengetahui tentang informasi tersebut.

- c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.

Pelanggan memiliki sifat tidak mau didebat artinya dalam hal ini ketika karyawan menyampaikan informasi atau pendapat dan mendapat respon yang kurang baik dari pelanggan maka karyawan perlu menyikapi secara berhati-hati agar pelanggan merasa tidak sedang didebat dan dibantah.

- d. Pelanggan mau diperhatikan.

Perhatian yang diberikan kepada pelanggan adalah mulai dari pelanggan datang, mulai dari pelanggan datang sampai berakhirnya pelayanan yang diberikan. Perhatian yang diberikan merupakan sikap,

mimik wajah, cara berbicara dan pelayanan yang lain yang dianggap perlu.

e. Pelanggan ingin selalu dipuji.

Pujian atau sanjungan yang diberikan kepada pelanggan sangat memberikan dampak yang positif. Misalnya saja pelanggan merasa senang berhubungan dengan perusahaan kita dan selalu percaya terhadap perusahaan kita. Dengan begitu, ada semacam kebahagiaan tersendiri dari pelanggan karena merasa diperhatikan atau merasa diberi perhatian dari karyawan atau perusahaan.

f. Pelanggan merupakan sumber pendapatan instansi.

Karyawan selalu beranggapan bahwa setiap pelanggan yang datang merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan. Dengan demikian karyawan termotivasi untuk melayani nasabah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya.

6. Rantai Kualitas Pelayanan

Untuk mewujudkan kualitas pelayanan konsumen tentu adanya kualitas pelayanan karyawan. Pelayanan kepada konsumen merupakan kualitas pelayanan eksternal, sedangkan pelayanan kepada karyawan merupakan kualitas pelayanan internal. Untuk menciptakan kualitas pelayanan internal pimpinan instansi hendaknya memberikan kompensasi yang lebih efektif kepada para karyawan. Kompensasi yang efektif memotivasi karyawan dalam meningkatkan produktivitas karyawan dan

akan menciptakan karyawan yang memberikan kualitas pelayanan yang efektif pada pelanggan.¹⁶

7. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.¹⁷ Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan instansi.¹⁸

Kata kepuasan berasal dari kata “*satisfaction*” yang berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik atau memadai. Dan “*faction*” yang artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Menurut Veitzhal kepuasan merupakan membandingkan suatu tindakan untuk memaksimalkan tindakan sehingga dapat meminimalkan sebuah persyaratan.¹⁹

¹⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Op. Cit.*, hlm. 223.

¹⁷ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2008), hlm. 177.

¹⁸ Philip Kotler A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 52.

¹⁹Veitzhal, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 153.

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita (perusahaan) untuk memenuhi standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada perusahaan kita.²⁰

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk atau jasa yang dibeli tersebut. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan diantara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Dalam kajian literatur, kepuasan pelanggan yang dilakukan Gies dan Cote mereka mengidentifikasi dua puluh definisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama periode waktu tiga puluh tahun. Secara singkat kepuasan pelanggan terdiri dari atas tiga komponen, yaitu:

- a. Kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif).
- b. Respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi dan seterusnya).

²⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan, Op.Cit.*, hlm. 232-234.

- c. Respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif).²¹

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan hasil yang dirasakan. Kepuasan konsumen diperoleh jika kinerja suatu produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen dan konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja suatu produk kurang dari yang diharapkan.

8. Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan

Dasar kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi mereka, kita sebagai pemasok produk perlu mengetahui beberapa faktor yang memengaruhi persepsi dan harapan pelanggan yaitu, sebagai berikut:²²

- a. “kebutuhan dan keinginan” yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- b. Pengalaman masa lalu ketika menggunakan jasa dari perusahaan maupun dari pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan produk jasa yang akan digunakan oleh pelanggan itu. Hal ini jelas

²¹ Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality dan Satisfaction*, Op.Cit., hlm. 292.

²² *Ibid.*, hlm. 36.

mempengaruhi persepsi pelanggan, terutama pada produk-produk yang diraskan beresiko tinggi.

- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

9. Strategi Kepuasan Pelanggan

Pada prinsipnya, strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya yang tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan. Satu hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan pelanggan merupakan strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya:²³

- a. Mengidentifikasi siapa pelanggan
- b. Memahami tingkat harapan pelanggan
- c. Memahami strategi kualitas pelayanan pelanggan
- d. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari pelanggan.

10. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan yang puas akan menceritakan kepuasan kepada tiga orang lain, sedangkan pelanggan yang tidak puas akan menceritakan ketidakpuasannya kepada sepuluh orang lain.²⁴ Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dapat membuat pelanggan kabur meninggalkan perusahaan baik untuk sementara waktu atau selamanya.

²³ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 122.

²⁴ Mohammad Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi* (Jakarta: PT. Grasindo, 2003), hlm. 134.

Berikut ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, sehingga pelanggan memilih meninggalkan perusahaan sebagai berikut:

- a. Pelayanan yang tidak memuaskan
- b. Produk yang tidak baik
- c. Ingkar janji, tidak tepat waktu
- d. Biaya yang relatif mahal

11. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana jika mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur. Agar perusahaan mengetahui bahwa pelanggan puas atau tidak puas yang berhubungan dengan perusahaan, perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan pelanggan. Dalam menantukan seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap suatu perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara.

Menurut Pandji djiptono dan Anastasya Diana, pengukuran kepuasan pelanggan itu dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu:

- a. Sistem keluhan dan usulan, yang artinya seberapa banyak keluhan yang dilakukan oleh pelanggan dalam suatu periode. Semakin banyak keluhan maka semakin kurang baik dan makin sedikit keluhan maka akan semakin baik. Untuk itu perlu adanya sistem keluhan dan usulan.
- b. Survei kepuasan pelanggan, dalam hal ini perusahaan perlu secara berkala melakukan survei, baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan sesuatu yang

berhubungan dengan perusahaan tempat pelanggan melakukan transaksi selama ini.

- c. Pelanggan samaran, perusahaan dapat mengirim pegawainya untuk berpura-pura menjadi pelanggan guna melihat pelayanan yang diberikan oleh pegawai perusahaan secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana pegawai melayani konsumen sesungguhnya.²⁵

Ada beberapa acara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Memerhatikan kualitas pelayanan dari pegawai perusahaan yang melayani pelanggan dengan keramahan, sopan santun, serta pelayanan cepat dan tepat serta efisien. Pegawai perusahaan yang dimulai dari yang paling bawah sampai dengan pimpinan tertinggi di perusahaan tersebut.
- b. Faktor pendekatan dan kedekatan untuk berinteraksi dengan pegawai perusahaan tersebut. Pegawai dilakukan seperti teman lama sehingga timbul keakraban dan kenyamanan selama berhubungan dengan perusahaan.
- c. Kenyamanan dan keamanan lokasi perusahaan, sebagai tempat bertransaksi, dalam hal ini pelanggan selalu merasakan adanya kenyamanan baik di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Pelanggan juga tidak merasa was-was bila berhubungan dengan perusahaan.

²⁵ Fandji Ciptono dan Anastysya diana, *Total Quality Manajemen* (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 104.

- d. Kemudahan memperoleh produk perusahaan, artinya jenis produk perusahaan yang ditawarkan lengkap dan tidak memerlukan prosedur yang berbelit-belit atau persyaratan yang memberatkan.
- e. Penanganan komplain atau keluhan, artinya setiap ada keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah harus ditanggapi dan ditangani secara tepat dan cepat.²⁶

Ada beberapa respon pelanggan secara emosional terhadap ketidakpuasan ini pada beberapa kasus, yang dapat mendorong pelanggan untuk melakukan komplain. Akan tetapi secara keseluruhan ada empat jenis tindakan utama yang ditempuh pelanggan dalam menanggapi kegagalan pelayanan, yaitu:

- a. Tidak melakukan apa-apa.
- b. Melakukan komplain perusahaan yang bersangkutan.
- c. Melakukan pengaduan melalui pihak ketiga seperti lembaga perlindungan pelanggan, badan pemerintah yang terkait dengan bisnis yang bersangkutan atau menempuh jalur hukum.
- d. Berpindah ke perusahaan lain dan mempengaruhi orang lain agar tidak membeli atau bertransaksi ke perusahaan tersebut lagi.

Pelanggan yang komplain cenderung mengetahui lebih banyak mengenal produk yang dikeluhkan dan juga mengetahui prosedur yang harus dilalui untuk komplain. Faktor-faktor lain yang meningkatkan dorongan untuk komplain adalah jenis masalah, tingkat kepentingan pelayanan bagi pelanggan dan nilai atau jumlah uang yang terlibat.

²⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 162-163.

Pelanggan juga cenderung untuk melakukan komplain jika permasalahan berkenaan dengan kegagalan teknologi dalam suatu interaksi *self service* daripada kegagalan dalam interaksi dengan petugas pelayanan.²⁷

12. Teori Kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*)

Teori ini menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut.²⁸

Variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Ketidakpuasan bisa semakin besar apabila pelanggan yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan baik dan tepat.

Kondisi ini dapat menyebabkan pelanggan berprasangka buruk dan sakit hati, yang terpenting bagi pelanggan adalah pihak instansi harus menunjukkan prihatin dan penyesalan terhadap kecewanya pelanggan. Oleh karena itu para pegawai harus dilatih dan diberikan wewenang untuk mengambil keputusan dalam rangka menangani situasi-situasi seperti ini.

Disamping keterlibatan manajemen puncak dalam menangani keluhan pelanggan, juga dapat memberikan dampak yang positif. Karena pelanggan lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki

²⁷ Sentot Imam Wahyono, *Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 184-187.

²⁸ Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 322.

kekuasaan untuk mengambil keputusan dan tindakan untuk memecahkan masalah.²⁹

Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh di bawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak puas. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari produsen, nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat pelanggan terasa nyaman.³⁰

13. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun instansi wajib memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dengan karyawan yang mengerti akan kebutuhan konsumen.³¹

Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tenteram dan bahagia yang memberikan implikasi bagi terbangunnya hubungan untuk mempererat tali

²⁹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, hlm. 179.

³⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Op. Cit., hlm. 193-194.

³¹ Nur Asnawi & Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (UIN-Maliki Press: Malang, 2011), hlm. 93.

silaturahmi di antara kedua belah pihak.³² Seperti yang dijelaskan dalam al-Qur'an surah *Al-Anfaal* ayat 27:³³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ
تَعْلَمُونَ ٢٧

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa setiap orang dalam memberikan pelayanan kepada santri sebaiknya dilakukan dengan sepenuh hati untuk membantu santri dalam memenuhi kebutuhannya, tanpa adanya paksaan. Pelayanan yang baik, ramah, sopan dan membuat mereka merasa nyaman akan membuat santri senang dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Dengan adanya keinginan untuk membantu santri dengan mengutamakan kepentingan santri nya. Sedangkan dalam Al-Qur'an surah Ali-Imran ayat 159 :³⁴

فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ إِنَّتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا
حَوْلَكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah.

³² *Ibid.*, hlm. 95.

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Surabaya: Karya Agung, 2002), hlm. 163.

³⁴ *Ibid.*, hlm. 118.

Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Berdasarkan ayat di atas, bahwasanya setiap manusia harus bersikap lemah lembut agar orang lain bisa merasakan kenyamanan. Jika kita bersikap keras kepada orang lain, maka orang-orang akan menjauh dari kita, apalagi dalam melayani masyarakat yang berbagai macam karakteristik, kebutuhan, dan pilihannya, bila instansi tidak mampu memberikan rasa aman dengan sikap lemah lembutannya maka masyarakat enggan untuk datang ke instansi tersebut. Jadi, seorang pegawai instansi dalam memberikan pelayanan, menghilangkan sikap keras hati dan memiliki sifat pemaaf kepada semua orang yang datang ke instansi tersebut.

Dalam perspektif Islam, untuk menilai kepuasan konsumen adalah dengan standar syariah. Kepuasan konsumen dilihat dari pandangan syariah merupakan tingkat perbandingan antara harapan dan kenyataan suatu jasa yang diterima sesuai dengan syariah.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
----	------	------------------	------------------

	Penulis		
1	Lydia Magdalena, Ambar Harsono, Sugih Ariyanto (Jurnal, Tahun 2014, Institut Teknologi Nasional, Bandung)	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pembuatan Paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dengan menggunakan Metode <i>Service Quality</i>	Rata-rata <i>Servqual Score</i> terbobot pada gap 5 didapatkan hasil sebesar -0,082. Terdapat 14 atribut pelayanan yang memiliki nilai negatif yang terjadi pada gap 5. Untuk usulan peningkatan kualitas pelayanan diberikan untuk pihak manajemen, spesifikasi kualitas jasa, penyampaian jasa dan janji pelayanan.
2	Pranedo Adhi Kusumo (Skripsi, 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro)	Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa dengan Menggunakan Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) pada AHASS 01108 Anugrah Jaya Semarang.	Perhitungan tingkat kesesuaian dari keseluruhan dimensi kualitas pelayanan yaitu : bukti fisik (<i>tangible</i>), keandalan (<i>reliability</i>), ketanggapan (<i>responsiveness</i>), jaminan (<i>assurance</i>), empati (<i>empathy</i>) diperoleh rata-rata sebesar 93,33%. Pada diagram kartesius, berdasarkan jarak terjauh dari garis prioritas menunjukkan bahwa <i>tangible 3</i> (fasilitas ruang tunggu dan lain-lain) menjadi prioritas yang 45 besar dan utama untuk ditingkatkan menghasilkan kinerja bengkel yang lebih baik.
3	Rizal Nugraha, Ambar Harsono, Hari Adianto (Jurnal, 2014, Institut Teknologi Surabaya, Bandung)	Usulan peningkatan kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel "X" berdasarkan hasil matrix <i>Importance Performance Analysis</i> (studi kasus di bengkel AHASS PD Sumber Motor Karawang)	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> adalah 70,979%, dan atribut yang menjadi usulan perbaikan adalah atribut yang berada pada kuadran pertama matrix <i>Importance Performance Analysis</i> , yaitu ketersediaan ruang tunggu, ruang resepsionis yang nyaman, ketersediaan

			kipas angin, dan tersedia sarana hiburan.
4	Sandika Putra (Jurnal, 2014, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu)	Analisis Kaulitas Pelayanan pada Rumah Makan Metro Bengkulu.	Hasil penelitian rata-rata dan distribusi frekwensi pada dimensi <i>Reliability</i> 73,0%, <i>Responsiveness</i> 70,2%, <i>Emphaty</i> 61,4%, <i>Tangeble</i> 75,4% dan <i>Assurance</i> 73,8% secara keseluruhan kualitas jasa mendapatkan skor rata-rata total 70,8% termasuk dalam kategori baik.

Perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini adalah:

1. Lydia Magdalena, Ambar Harsono dan Sugih Arijanto membahas tentang Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pembuatan Paspor dengan menggunakan metode penelitian *Service Quality*, sedangkan penelitin ini membahas tentang Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan dengan menggunakan metode penelitian Kuantitatif dan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dan *Costumer Satisfaction Index* sebagai teknik analisis data dan angket sebagai teknik pengumpulan data . persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini ialah membahas tentang analisis kualitas pelayanan.
2. Pranedo Adhi Kusumo membahas tentang Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa sedangkan sedangkan penelitin ini membahas tentang Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah memiliki 5 dimensi

kualitas yang sama. Analisis IPA sebagai teknik analisis data dan angket sebagai teknik pengumpulan data.

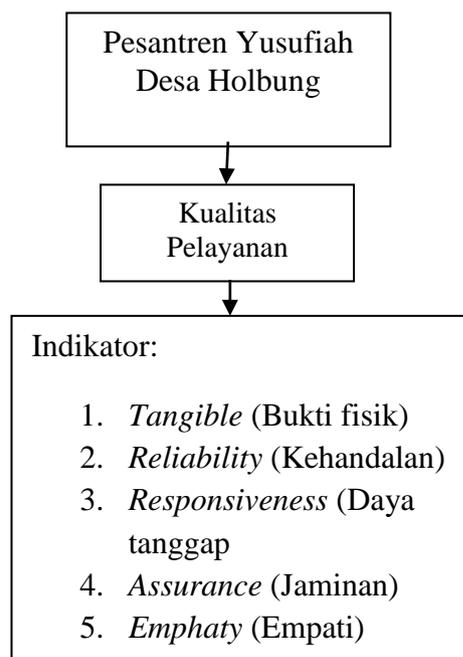
3. Rizal Nugraha, Ambar Harsono, Hari Adianto membahas tentang Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X”, sedangkan penelitain ini membahas tentang Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan, dan teknik analisa data yakni IPA dan CSI, dan angket sebagai teknik pengumpulan data.
4. Sandika Saputra membahas tentang Analisis Kualitas Pelayanan pada Rumah Makan Metro sedangkan penelitain ini membahas tentang Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitain ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan. Teknik analisa menggunakan IPA dan angket sebagai teknik pengumpulan data.

C. Kerangka Berpikir

Pelayanan merupakan cara seseorang yang bekerja pada instansi dalam memberikan bantuan kepada konsumen yang memiliki keperluan/kebutuhan pada instansi tersebut. Pelayanan yang diberikan harus benar-benar baik agar konsumen tidak merasakan kecewa, pelayanan yang berkualitas memberikan dampak kesenangan bagi konsumen. Pelayanan yang diberikan disini tidak berbentuk benda, melainkan tidak memiliki wujud apapun.

Pelayanan yang memiliki mutu yang baik seharusnya menyambut konsumen dengan ramah dan sopan, mendengarkan kebutuhannya dan menyelesaikan keinginan/kebutuhan konsumen dengan baik. Berikut ini penulis akan menggambarkan bagaimana kerangka berpikir kualitas pelayanan sebagai berikut.

Gambar II.1
Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Pondok Pesantren Yusufiah di Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. Lokasi penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa adanya masalah kualitas pelayanan kepada para santri, dengan objek yang akan diteliti Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. Sedangkan waktu penelitian ini mulai November 2016 sampai Juni 2019.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisisnya pada angka-angka yang diolah dengan metode statistik. Proses penelitiannya bersifat linier, dengan langkah-langkah yang jelas mulai dari perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, teknik pengumpulan data, serta menarik kesimpulan dan saran yang diajukan peneliti.¹ Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mendeskripsikan Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.

Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan pada bentuk penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan

¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007), hlm. 253.

dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat.² Data yang deskriptif biasanya langsung digunakan untuk mengambil keputusan-keputusan.³

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin populasi adalah keseluruhan elemen, unit penelitian atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu untuk dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengalaman).⁴

Menurut Suharsimi Arikunto “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada di wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa-siswi yang bersekolah di Pondok Pesantren Yusufiah yang beralamat di Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli selatan yang berjumlah 985 orang (siswa-siswi).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari

² Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: pt. Bumi Aksara, 2008), hlm. 157.

³ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 34.

⁴ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), hlm. 128.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 102.

semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁶ dan teknik dalam pengambilan sampel adalah *Random Stratified Sampling*.

Random Stratified Sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan suatu tingkatan (srata) pada elemen populasi. Elemen populasi dibagi menjadi beberapa tingkatan (stratifikasi) berdasarkan karakter yang melekat padanya. Dalam *Stratified Random Sampling* elemen populasi dikelompokkan pada tingkatan-tingkatan tertentu dengan tujuan pengambilan sampel akan merata pada seluruh tingkatan dan sampel mewakili karakter seluruh elemen populasi heterogen.⁷ Berdasarkan rumus Slovin, jumlah sampel yang mewakili populasi penelitian sebagai berikut:⁸

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Dimana: n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel adalah 10% = 0,1.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm.116.

⁷ Nur Asnawi & Masyuri, *Metodologi Riset dan Penelitian Pemasaran*, (UIN-Maliki Press: Malang, 2011), hlm. 130.

⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 49.

$$\text{Jumlah sampel adalah } n = \frac{985}{1 + 985 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{985}{10,85}$$

$$n = 90,78$$

$$n = 90$$

Adapun untuk penjelasan masing-masing sampel per kelas adalah untuk kelas I berjumlah 30 orang sampel, kelas II berjumlah 20 orang sampel, kelas III berjumlah 20 orang sampel, kelas IV berjumlah 10 orang sampel, kelas V berjumlah 5 orang sampel dan kelas 6 berjumlah 5 orang sampel, maka jumlah keseluruhan sampel adalah 90 orang.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti dari wawancara atau pengisian kuesioner dalam penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti. Adapun instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket), yang merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung.⁹

Instrumen datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden penelitian yang berkenaan dengan pelayanan yang ada di Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. Instrumen pengumpulan data berupa angket atau skala likert didesain untuk menilai sejauh mana subjek

⁹ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 219.

setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan yang diajukan. Skala likert digunakan untuk respon subjek yang berupa sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang kejadian yang ada.¹⁰ Adapun skala likert kualitas pelayanan terdapat dalam Tabel III.1 dan skala likert kepuasan konsumen ada pada Tabel III.2 sebagai berikut:

Tabel III.1
Skala Likert Kepentingan

No	Indikator	Skor
A	Sangat Penting	5
B	Penting	4
C	Kurang Penting	3
D	Tidak Penting	2
E	Sangat Tidak Penting	1

Tabel III.2
Skala Likert Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Skor
A	Sangat puas	5
B	Puas	4
C	Kurang puas	3
D	Tidak puas	2
E	Sangat tidak puas	1

E. Kisi-Kisi Angket

Angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan

¹⁰ Erlina, *Metodologi Penelitian*, (Medan: Usu Perss, 2011), hlm. 51.

tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.¹¹ Angket kualitas pelayanan disusun menurut skala Likert yang dinyatakan dengan tingkat sangat tidak penting (STP), tidak penting (TP), kurang penting (KP), penting (P), dan sangat penting (SP). Sedangkan angket kepuasan konsumen/pelanggan disusun menurut skala Likert yang juga dinyatakan dengan tingkat sangat tidak puas (STP), tidak puas (TP), kurang puas (KP), puas (P), dan sangat puas (SP). Berikut penulis akan memaparkan kisi-kisi angket atau kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini terdapat pada Tabel III.3 di bawah ini.

Tabel III.3
Kisi-kisi Angket atau Kuesioner

No	Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan	No Kuesioner
1	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	Bangunan dan interior. Kebersihan dan kenyamanan. Kebersihan dan kerapian pegawai.	1 4 1	1 2 s/d 5 6
2	<i>Reliability</i> (kehandalan)	Kecepatan guru BK dalam pelayanan. Tata cara pelayanan atau pendaftaran yang tidak berbelit-belit. Pelayanan yang memuaskan.	1 1 1	7 8 9 s/d 10
3	<i>Responsiveness</i> (dayatanggap)	Tanggap dalam keluhan. Kesediaan dalam	2 2	11 s/d 12 13 s/d 14

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Op, Cit.*, hlm. 151

		Membantu. Kecepatan menyelesaikan masalah.	1	15
4	<i>Assurance</i> (jaminan)	Keramahan dalam melayani para siswa- siswi. Pengetahuan yang luas	1 2	16 17 s/d 19
5	<i>Emphaty</i> (empati)	Mengetahui keinginan Siswa-siswi. Berkomunikasi dengan Baik.	1 1	20 21 s/d 22

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang sebenarnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.¹²

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil perhitungan

¹² Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172.

reliabilitas dikonsultasikan dengan r_{tabel} *product momen* dengan taraf signifikan 5%.¹³

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel.¹⁴ Sedangkan menurut Sugiyono, analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹⁵

3. Importance Performance Analysis (IPA)

Konsep ini mengukur tingkat kepentingan pelanggan (*customer expectation*) diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh suatu organisasi agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi.¹⁶

Langkah pertama untuk menganalisis IPA adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:

$$Tki = \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}_i} \times 100\%$$

Dimana:

Tk_i = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor rata-rata penilaian kinerja

¹³ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 132.

¹⁴ Ikbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hlm. 185.

¹⁵ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 30.

¹⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan, Op,Cit.*, hlm. 238.

Y_i = Skor rata-rata penilaian harapan.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \qquad \bar{\bar{X}}_i = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{k}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n} \qquad \bar{\bar{Y}}_i = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{k}$$

Dimana:

\bar{X}_1 = Skor rata-rata persepsi/kinerja

\bar{Y}_1 = Skor rata-rata harapan/kepentingan

n = Jumlah responden

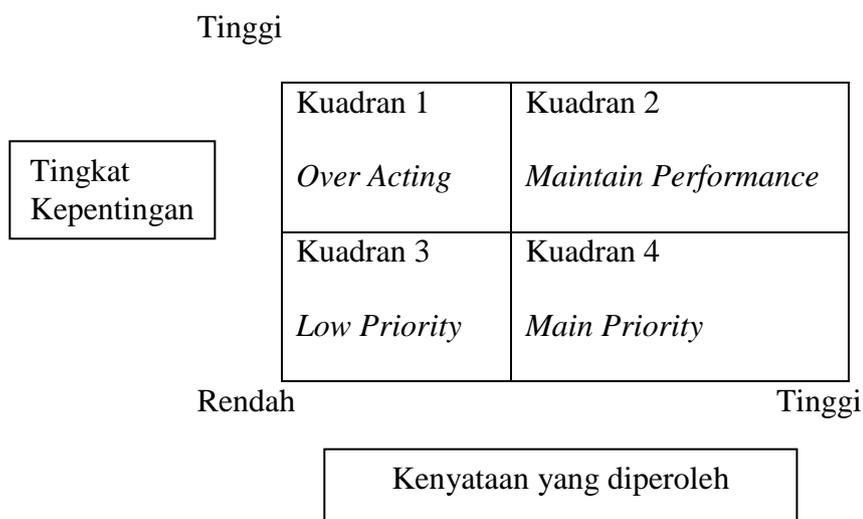
$\bar{\bar{X}}_i$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut

$\bar{\bar{Y}}_i$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut

k = Jumlah atribut

Setelah melakukan perhitungan dengan kedua rumus di atas, maka plotkan ke dalam diagram kartesius.¹⁷

Gambar III.1
Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja



a. Kuadran A

Kuadran A merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi kenyataannya belum sesuai

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), hlm. 49.

seperti yang diharapkan. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara perusahaan tetap berkonsentrasi pada kuadran ini.

b. Kuadran B

Kuadran B merupakan wilayah faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang diharapkannya. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan, karena variabel ini yang menjadikan produk/jasa tersebut memiliki keunggulan di mata pelanggan.

c. Kuadran C

Kuadran C merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya biasa saja atau tidak terlalu istimewa. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dipertimbangkan untuk dihilangkan karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan amat kecil.

d. Kuadran D

Kuadran D adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya diterima atau dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan untuk dikurangi, sehingga perusahaan dapat menghemat biaya.¹⁸

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 50-52.

4. Indeks Kepuasan Konsumen (*Costumer Satisfaction Index*)

Indeks kepuasan konsumen merupakan suatu ukuran keterkaitan konsumen kepada suatu merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang kemungkinan seorang pelanggan beralih ke merek produk lain, terutama jika pada merek tersebut didapati adanya perubahan, baik mengenai harga maupun atribut lainnya. Metode ini digunakan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen (*Indeks Satisfaction*) dari tingkat kepentingan (*Importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Langkah-langkah menggunakan alat analisis CSI sebagai berikut:¹⁹

- a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS), nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen.

$$MIS = \frac{(\sum_{i=1}^n Y_i)}{n} \quad MSS = \frac{(\sum_{i=1}^n X_i)}{n}$$

Dimana:

n = Jumlah konsumen

Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

X_i = Nilai kepuasan atribut X ke-i

- b. Membuat *Weight Factor* (WF), bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^P MIS_i} \times 100\%$$

Dimana:

¹⁹ Hedithya Novel, Humala L. Napitupulu, Dea, Penilaian Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Jasa Puskesmas Medan Johor dengan Metode Servperf (Service Performance) dan Customer Satisfaction Index, Jurnal Teknik Industri FT USU Vol.33, No.2, hlm. 21.

P = atribut kepentingan ke-p

- c. Membuat skor *Weight Score* (WS), bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score* = MSS).

$$WS_i = WFi \times MSS$$

- d. Menghitung *Weight Total* (WT), yaitu total dari nilai WS keseluruhan.
- e. Menghitung *Satisfaction Index* yaitu WS dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WSi}{HS} \times 100\%$$

Dimana:

P = atribut kepentingan ke-p

HS = (*High Scale*) skala maksimum yang digunakan.

Adapun tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari tabel kriteria tingkat kepuasan konsumen, dengan tabel III.4 kriteria konsumen sebagai berikut:

Tabel III.4
Kriteria Tingkat Kepuasan

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 – 1,00	Sangat puas
0,66 – 0,80	Puas
0,51 – 0,65	Cukup puas
0,35 – 0,50	Kurang puas
0,00 – 0,34	Tidak puas

Sumber: Anggi Baginda Siregar, Analisis Kepuasan Konsumen di Popeyes Chicken and Seafood Mal Puri Indah Jakarta Barat, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian: Bogor, 2008.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan

Pesantren Yusufiah Desa Holbung berdiri pada tahun 2010 dengan seorang pendiri bernama H. Ridwan Amiril Nasution. Pesantren ini beralamat di Jalan Mandailing KM. 13 Desa Huta Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan yang memiliki jumlah tenaga pengajar (guru) sebanyak 21 orang dan jumlah siswa / santri berjumlah 985 orang sejak tahun 2013 – 2019 ini.

Adapun untuk jenjang pendidikan yang ada pada pesantren tersebut adalah *Salafiah*, *Sanawiyah* dan *Aliyah*. *Salafiah* adalah pelajaran bidang studi agamanya lebih diperbanyak dari pada bidang studi umumnya. *Sanawiyah* bidang studi pelajaran agama dan umum disetarakan atau disamakan waktu belajarnya, seangkan *Aliyah* adalah hampir sama dengan *Sanawiyah* yang pelajaran agama dan pelajaran umumnya disetarakan jam belajarnya.

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji kecermatan atau keabsahan dan kekonsistenan data dalam melakukan penelitian yang bisa memperkuat jawaban yang akan diperoleh dengan benar. Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel 90 sebagai responden dengan jumlah pernyataan 21 untuk variabel kepentingan dan kepuasan dengan tingkat signifikan 5% sehingga r_{tabel} diperoleh 0,207. Berikut untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan dapat dilihat pada Tabel IV.1 hasil uji validitas kepentingan dan Tabel IV.2 hasil uji validitas kepuasan yang diambil dari hasil output SPSS 23 sebagai berikut.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kepentingan

No Item Soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Interprestasi
1	0.600	Instrumen dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 90$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,207$	Valid
2	0.371		Valid
3	0.619		Valid
4	0.541		Valid
5	0.393		Valid
6	0.521		Valid
7	0.501		Valid
8	0.470		Valid
9	0.631		Valid
10	0.605		Valid
11	0.530		Valid
12	0.492		Valid
13	0.502		Valid
14	0.568		Valid
15	0.511		Valid
16	-0.053		Tidak Valid
17	0.541		Valid
18	0.393		Valid
19	0.521		Valid
20	0.501		Valid
21	0.600		Valid

Sumber: SPSS 23 (Data diolah 2019)

Berdasarkan hasil tabel uji validitas di atas, dapat dilihat bahwa pada soal 16 mempunyai nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ maka disimpulkan pada soal 16 untuk kepentingan adalah tidak valid, sedangkan pada soal lainnya diluar soal 16 dikatakan valid karena mempunyai nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$. Untuk analisis selanjutnya soal yang dipakai hanya soal yang valid saja.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Kepuasan

No Item Soal	Niali r hitung	Nilai r tabel	Interprestasi
1	0.722	Instrumen dikatakan valid jika r hitung > r tabel dengan n = 90 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r tabel 0,207	Valid
2	0.699		Valid
3	0.887		Valid
4	0.880		Valid
5	0.875		Valid
6	0.663		Valid
7	0.696		Valid
8	0.854		Valid
9	0.832		Valid
10	0.744		Valid
11	0.774		Valid
12	0.698		Valid
13	0.817		Valid
14	0.769		Valid
15	0.771		Valid
16	-0.699		Tidak Valid
17	0.887		Valid
18	0.880		Valid
19	0.873		Valid
20	0.663		Valid
21	0.722		Valid

Sumber: SPSS 23 (Data diolah 2019)

Selanjutnya untuk hasil uji validitas soal kepuasan dilihat pada tabel di atas, terdapat soal 16 mempunyai rhitung < nilai rtabel yang diperoleh dari tabel product momen. Dapat disimpulkan untuk soal 16 untuk kepuasan adalah tidak valid, sedangkan soal diluar 16 mempunyai rhitung > rtabel maka dikatakan valid. Berikutnya untuk mengetahui pernyataan-pernyataan reliable atau tidak, dapat dilihat pada tabel IV.3 output uji reliabilitas kepentingan dan tabel IV.4 untuk hasil uji reliabilitas kepuasan di bawah ini.

Tabel IV.3
Output hasil uji Reliabilitas Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.878	21

Sumber: SPSS 23 (data di olah 2019)

Tabel 4.4
Output hasil uji Reliabilitas Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.971	21

Sumber: SPSS 23 (data di olah 2019)

Dapat dilihat dari kedua output hasil uji Reliabilitas di atas dapat disimpulkan nilai Cronbach Alpha untuk kepentingan sebesar 0,878, sedangkan untuk kepuasan diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,971. Dapat disimpulkan Cronbach Alpha dari kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,6%, maka semua butir pernyataan dapat dikatakan reliabel.

C. Analisis Deskriptif

Telah dijelaskan sebelumnya pada bab II dalam landasan teori bahwa kualitas pelayanan merupakan ciri-ciri dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan pegawai untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh konsumen / santri. Jika kinerja di bawah harapan, maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen sangat puas.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, penulis menemukan sebuah masalah mengenai pelayanan yang masih kurang efisien di Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan, seperti kurangnya ketanggapan para guru dalam penyelesaian masalah yang dialami oleh para santri dan kurangnya keramahan yang diberikan oleh para guru kepada para santri.

Statistik Deskriptif

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, analisis deskriptif juga digunakan untuk gambaran tentang statistik data seperti minimum, maximum, mean dan standar deviasi. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari kuesioner yang sudah disebarkan kepada para santri Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan, tentang analisis pelayanan pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan, maka bab ini penulis akan memaparkan hasil penelitian serta analisisnya. Berikut ini tabel IV.5 *output* hasil dari analisis deskriptif kepentingan dan kepuasan di bawah ini.

Tabel IV.5
Descriptive Statistics

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepentingan	90	39	105	86,76	11,068
Kepuasan	90	46	105	82,96	17,146
Valid N (listwise)	90				

Sumber: SPSS 23 (data di olah 2019)

Berdasarkan tabel IV.5 *output* dari hasil analisis deskriptif di atas telah diperoleh gambaran tentang kepentingan dan kepuasan, untuk kepentingan jumlah data (N) adalah 90, nilai minimum adalah 39, nilai maximum adalah 105, nilai mean adalah 86,76 dan nilai standar deviasi adalah 11,068, sedangkan untuk kepuasan jumlah data (N) adalah 90, nilai minimum adalah 46, nilai maximum adalah 105, nilai mean adalah 82,96 dan nilai standar deviasi adalah 17,146.

D. Importance Performance Analysis

Untuk mengetahui hasil dari mengukur tingkat kepentingan dan kepuasan yang diharapkan, maka di bawah ini langkah untuk menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut sebagai berikut.

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

Tk_i= Tingkat kesesuaian responden

X_i= Skor rata-rata penilaian kinerja

Y_i= Skor rata-rata penilaian harapan

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \qquad \bar{X}_i = \frac{7050}{90} = 78,33$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n} \qquad \bar{Y}_i = \frac{7028}{90} = 78,08$$

$$\bar{\bar{X}}_i = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{k} \qquad \bar{\bar{X}} = \frac{78,33}{20} = 3,92$$

$$\bar{\bar{Y}}_i = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{k} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{78,08}{20} = 3,90$$

Tabel IV.6
Nilai Rata-Rata Kepentingan dan Kepuasan Atribut

No	Atribut	Bobot atribut	Kepentingan	Bobot atribut	Kepuasan	Tingkat Kesesuaian %
1	Ruang tunggu pesantren terasa nyaman	390	3,90	353	3,53	90.51
2	Pelayanan pegawai/guru	384	3,84	339	3,39	88.28
3	Prosedur administrasi	408	4,08	317	3,17	77.69
4	Para guru berpenampilan rapi dan bersih	381	3,81	315	3,15	82.67
5	Kepuasan dalam pelayanan	379	3,79	318	3,18	83.90
6	Data yang diberi bebas dari kesalahan	379	3,79	402	4,02	94.27
7	Tanggap dalam menanggapi keluhan murid	377	3,77	390	3,90	96.66
8	Keluhan selalu ditanggapi	368	3,68	354	3,54	96.19
9	Kesediaan para guru dalam membantu	417	4,17	350	3,50	83.93
10	Berinisiatif dalam memberikan bantuan	353	3,53	326	3,26	92.35
11	Cepat dalam menyelesaikan masalah murid	331	3,31	365	3,65	90.68
12	Menerapkan sikap ramah dalam	326	3,26	365	3,65	89.31

	pelayanan					
13	Memiliki pengetahuan luas	364	3,64	358	3,58	98.35
14	Informasi murid terjamin kerahasiaannya	338	3,38	365	3,65	91.59
15	Memiliki rasa kepedulian	348	3,48	369	3,69	94.30
16	Nyaman berkomunikasi dengan para guru	381	3,81	317	3,17	83.20
17	Percaya akan kemampuan guru pesantren Holbung dalam memberikan pelayanan	379	3,79	315	3,15	83.11
18	para guru memiliki rasa peduli yang kuat dengan mengetahui keinginan pelajar	379	3,79	318	3,18	83.90
19	Nyaman berkomunikasi dengan paraguru.	377	3,77	402	4,02	93.78
20	Bahasa yang digunakan para guru pesantren Holbung dalam memberikan pelajaran mudah dipahami	368	3,68	390	3,90	94.35
	Total		70,50		70,28	
	Rata-rata		3,92		3,90	

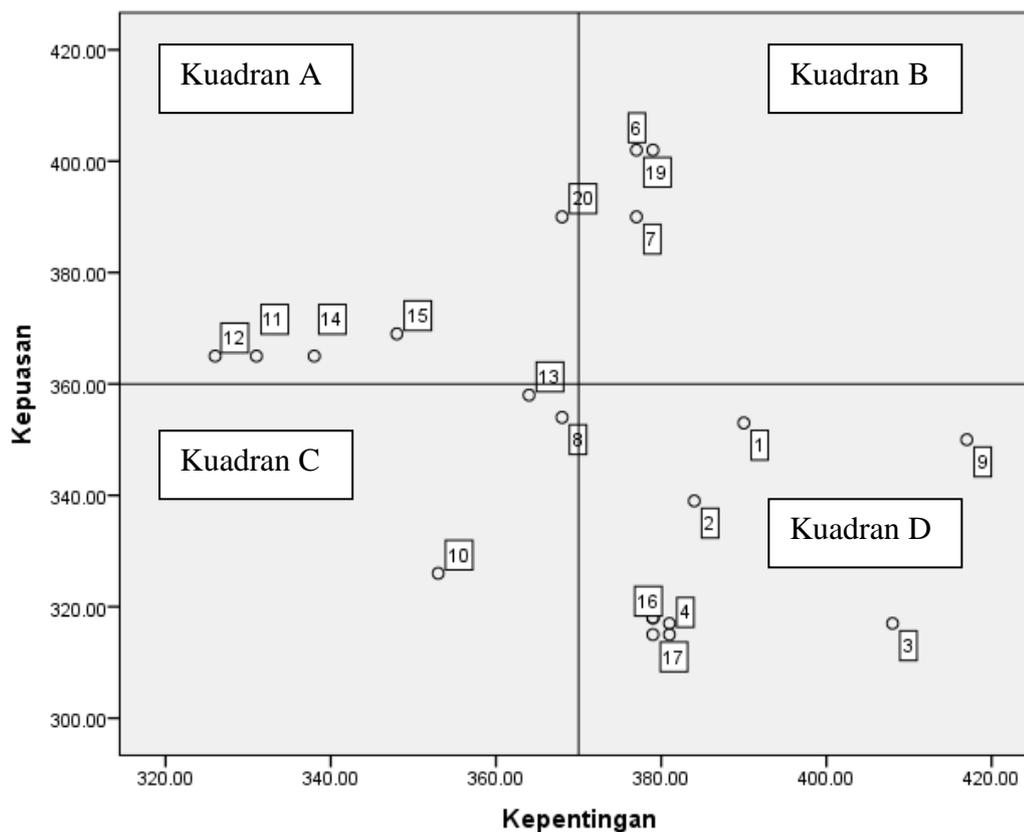
Sumber: (data di olah 2019)

Dilihat dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat kepentingan murid Pesantren Yusufiah dengan skor rata-rata tertinggi adalah Kesiediaan para guru dalam membantu yaitu sebesar 4.17, nilai ini berada di atas angka rata-rata tingkat kepentingan sebesar 3.92. sedangkan atribut yang memiliki nilai skor rata-rata terendah adalah Menerapkan sikap ramah dalam pelayanan sebesar 3.26, nilai ini di bawah rata-rata tingkat kepentingan.

Adapun tingkat kepuasan murid pesantren Yusufiah dengan skor rata-rata tertinggi yaitu Nyaman berkomunikasi dengan para guru sebesar 4.02, nilai ini berada di atas angka rata-rata tingkat kepuasan murid yaitu 3.90. sedangkan atribut yang memiliki skor rata-rata terendah adalah Para guru berpenampilan rapi dan bersih sebesar 3.15, nilai ini berada di bawah rata-rata tingkat kepuasan.

Berikutnya untuk mengetahui penempatan atribut yang telah dianalisis, maka keseluruhan atribut akan dikelompokkan dalam empat kuadran. Dengan menggunakan diagram kartesius, dapat mengaitkan pentingnya atribut-atribut kepentingan dan kepuasan yang dirasakan. Adapun diagram kartesius terdapat pada gambar dibawah ini.

Gambar IV.1
Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kepuasan



Sumber: SPSS 23 (data diolah 2019)

Pada diagram diatas menunjukkan bahwa aspek-aspek yang dinilai berada pada semua kuadran, yakni kuadran A, kuadran B, kuadran C dan kuadran D.

Kuadran A

Atribut-atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi atau diatas rata-rata, akan tetapi tingkat kepuasan berada dibawah rata-rata. Wilayah ini membuat atribut-atribut penting dirasakan murid tetapi pelaksanaannya belum sesuai harapan. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran A yaitu atribut nomor 11 (Cepat dalam menyelesaikan masalah murid), atribut nomor 12 (Menerapkan sikap ramah dalam pelayanan), atribut

nomor 14 (Senang dengan para guru yang cepat dalam menyelesaikan masalah pelajar dengan baik.), dan atribut nomor 20 (Bahasa yang digunakan para guru pesantren Holbung dalam memberikan pelajaran mudah dipahami).

Kuadran B

Atribut-atribut ini memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang tinggi. Wilayah ini mencakup atribut-atribut yang dianggap penting dan kinerja guru pesantren yusufiah sudah sesuai dengan yang diharapkan. Atribut yang masuk ke dalam kuadran B adalah atribut nomor 6 (Saya senang dengan pelayanan guru Bimbingan Konseling), atribut nomor 7 (Tanggap dalam menanggapi keluhan murid), dan atribut nomor 19 (Nyaman berkomunikasi dengan para guru).

Kuadran C

Atribut-atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai biasa saja oleh murid. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran C yaitu atribut nomor 8 (Keluhan selalu ditanggapi), atribut nomor 10 (Berinisiatif dalam memberikan bantuan) dan atribut nomor 13 (Guru Pesantren Yusufiah Desa Holbung mampu berinisiatif menawarkan bantuan kepada murid).

Kuadran D

Atribut-atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah menurut murid tetapi kinerjanya melebihi harapan murid. Adapun atribut yang masuk ke dalam atribut D adalah atribut nomor 1 (Ruang tunggu pesantren terasa nyaman), atribut nomor 2 (Pelayanan pegawai/guru), atribut nomor 3 (Prosedur administrasi), atribut nomor 4 (Para guru berpenampilan rapi dan

bersih), atribut nomor 5 (Kepuasan dalam pelayanan), atribut nomor 9 (Saya merasa sampai saat ini pelajaran yang disampaikan oleh para guru bebas dari kesalahan), atribut nomor 10 (Guru Pesantren Yusufiah Desa Hobung tanggap dalam menangani keluhan konsumen), atribut nomor 16 (Nyaman berkomunikasi dengan para guru), atribut nomor 17 (Informasi pelajar terjamin kerahasiaannya) dan atribut nomor 18 (para guru memiliki rasa peduli yang kuat dengan mengetahui keinginan pelajar).

Berdasarkan table di atas diketahui bahwa tidak ada tingkat kesesuaian yang nilainya mencapai 100% atau lebih. Maka dari itu kinerja pesantren yusufiah masih belum sesuai dengan tingkat harapan murid. Akan tetapi secara umum kinerja pesantren yusufiah relative baik, terlihat dari nilai kesesuaian rata-rata diatas 70%. Tingkat kesesuaian tertinggi terdapat pada atribut Memiliki pengetahuan luas sebesar 98.35%. sedangkan atribut dengan tingkat kesesuaian paling rendah ada pada atribut para guru berpenampilan rapi dan bersih sebesar 82.67%.

E. Customer Satisfaction Index

Dalam mengukur index kepuasan konsumen, dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang berguna dalam mengembangkan program pemasaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Di bawah ini beberapa cara dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen, yaitu:

1. Menentukan Mean Importance Score (MSI), nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen dan Mean Satisfaction Index (MSS), nilai ini berasal dari rata-rata kepuasan tiap konsumen.

$$MIS = \frac{(\sum_{i=1}^n Y_i)}{n} \qquad MIS = \frac{7050}{90} = 78,33$$

$$MSS = \frac{(\sum_{i=1}^n X_i)}{n} \qquad MSS = \frac{7028}{90} = 78,08$$

2. Membuat *Weight Factor* (WF), bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^P MIS_i} \times 100\%$$

3. Membuat skor *Weight Score* (WS), bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score* = MSS).

$$WS_i = WFi \times MSS$$

4. Menghitung *Weight Total* (WT), yaitu total dari nilai WS keseluruhan.
5. Menghitung *Satisfaction Index* yaitu WS dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WS_i}{HS} \times 100\%$$

Dimana:

P = atribut kepentingan ke-p

HS = (*High Scale*) skala maksimum yang digunakan.

Tabel IV.7
Perhitungan Costumer Satisfaction Index (CSI)

No Atribut	Rata-rata Kepentingan	WF	Rata-rata Kepuasan	WS
1	3,90	0.055	3.53	0.194
2	3,84	0.054	3.39	0.183
3	4,08	0.057	3.17	0.181
4	3,81	0.054	3.15	0.170
5	3,79	0.054	3.18	0.172
6	3,79	0.054	4.02	0.218
7	3,77	0.053	3.90	0.206
8	3,68	0.052	3.54	0,184
9	4,17	0.059	3.50	0.206
10	3,53	0.050	3.26	0.163
11	3,31	0.047	3.65	0.171
12	3,26	0.046	3.65	0.168
13	3,64	0.051	3.58	0.182
14	3,38	0.048	3.65	0.175
15	3,48	0.049	3.69	0.181
16	3,81	0.054	3.17	0.171
17	3,79	0.054	3.15	0.170
18	3,79	0.054	3.18	0.172
19	3,77	0.053	4.02	0.213
20	3,68	0.052	3.90	0.203
Total	70.50		70.28	
Weighted Total				3.683
Satisfaction Index				73.66%

Sumber: (data diolah 2019)

Dari tabel di atas diketahui tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap kualitas pelayanan jasa pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan sudah tinggi. Hal ini dapat dilihat dari Customer Satisfaction Index sebesar 73,66%, yang artinya tingkat kepuasan total terletak antara 0.66 – 1.00 yang berarti murid pesantren Yusufiah telah puas terhadap kinerja dari guru pesantren Yusufiah. Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli

Selatan telah berhasil memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan keinginan murid. Meski demikian Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan masih dapat meningkatkan kepuasan murid pada tahun-tahun berikutnya agar mencapai kategori sangat puas atau mendekati angka 100%.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian penulis, bahwa terdapat kinerja Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan secara umum relatif baik, sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan dirasakan puas oleh konsumen / santri. Dari perhitungan IPA (*Importance Performance Analysis*) dilihat dari rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan di atas 70%, sehingga dikategorikan penting / puas oleh konsumen / santri. Walaupun masih ada beberapa atribut yang harus ditinggalkan atau dipertimbangkan oleh Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan

Dari hasil perhitungan CSI (*Costumer Satisfaction Index*) secara keseluruhan terdapat kualitas pelayanan Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan sudah tinggi, karena terdapat nilai CSI sebesar 73.66% yang artinya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen / santri sudah puas terhadap kinerja pegawai Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.

Jika penelitian penulis dikaitkan dengan beberapa penelitian terdahulu salah satunya pada Jurnal oleh Sandika Saputra dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan pada Rumah Makan Metro Bengkulu ternyata menghasilkan kesimpulan yang sama dari perhitungan IPA (*Importance Performance Analysis*) yaitu terdapat kinerja pegawai/ karyawan Rumah Makan Metro Bengkulu secara umum relatif baik, dilihat dari dimensi kualitas jasa mendapatkan skor rata-rata 70,8% yang termasuk dalam kategori baik, walaupun masih ada beberapa atribut yang harus ditingkatkan maupun dipertimbangkan oleh Rumah Makan Metro Bengkulu.

Selain dari jurnal Sandika Saha Putra, terdapat juga pada Jurnal Rizal Nugraha dengan judul Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” berdasarkan hasil Matrix *Importance Performance Analysis* dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Dari perhitungan CSI terdapat hasil sebesar 70,979% yang artinya konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Bengkel AHASS tersebut.

Tidak hanya itu, hasil penelitian penulis juga berkaitan dengan teori yang telah penulis cantumkan dalam pembahasan landasan teori sebelumnya mengenai variabel penelitian ini. Kesimpulan dari hasil teori kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*) yaitu kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh oleh konsumen. Hasil dari penelitian ini juga menghasilkan kesimpulan yang sama dengan teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu melihat perhitungan IPA (*Importance Performance Analysis*) dengan rata-rata di atas 70% yang dikategorikan baik/ penting bagi

konsumen / santri, sedangkan hasil dari perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) sebesar 73,66% yang artinya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen sudah puas terhadap kinerja dari Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.

Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan telah berhasil memberikan pelayanan yang berkualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen / santri. Meskipun demikian, Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan masih dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada tahun-tahun berikutnya untuk mencapai kategori sangat puas atau mendekati angka 100% seperti yang telah penulis jelaskan di atas.

G. Keterbatasan Hasil Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.

3. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran responden responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sesuai dengan hasil IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Costumer Satisfaction Index*). Berdasarkan hasil perhitungan dari IPA menunjukkan bahwa tingkat kepentingan diperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,17 sedangkan skor rata-rata terendah sebesar 3,26. Untuk tingkat kepuasan diperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,02 dan skor rata-rata terendah sebesar 3,15.

Dilihat dari tingkat kesesuaian bahwasanya tidak ada tingkatan kesesuaian yang mencapai 100% atau lebih. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya kinerja dari Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan masih dikatakan masih belum sepenuhnya sesuai tingkat harapan santri / konsumen, karena dilihat dari diagram kartesius masih ada beberapa atribut yang penting bagi konsumen / santri ternyata terletak pada kuadran yang kurang penting bagi konsumen / santri. Dari itu Pesantren Yusufiah Desa Holbung harus dapat lebih meningkatkan kinerja pegawainya, akan tetapi secara umum kinerja Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan sudah relatif baik, terlihat dari nilai tingkat kesesuaian mencapai rata-rata 70%.

Hasil perhitungan CSI (*Costumer Satisfaction Index*) juga memperoleh kesimpulan yang sama, yang memperoleh nilai sebesar 73,66% yang artinya tingkat kepuasan total terletak diantara 0,66 – 0,80, yang menunjukkan nilai puas yang dirasakan konsumen / santri. Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan telah berhasil memberikan pelayanan yang berkualitas, akan tetapi Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan masih dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada tahun-tahun berikutnya untuk mencapai kategori sangat puas atau mendekati angka 100%.

B. Saran- Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis menyarankan beberapa hal yaitu:

1. Pihak Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan lebih memperhatikan pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen / santri agar konsumen / santri dapat lebih puas akan pelayanan yang diberikan.
2. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen / santri tetapi kenyataannya tidak sesuai dengan yang diharapkan harus ditingkatkan oleh instansi / Pesantren yang terdapat pada kuadran A.
3. Atribut-atribut yang harus diperbaiki oleh Instansi / Pesantren terdapat pada kuadran C dan D. Pada kuadran kuadran tersebut Instansi / Pesantren dapat melihat mana yang harus dikurangi atau dihilangkan karena pengaruh manfaatnya terhadap konsumen / santri sangat kecil, dan bagi

Instansi / Pesantren dapat menghemat biaya untuk keperluan yang lebih penting.

DAFTAR PUSTAKA

- Départemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: Karya Agung, 2002.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi, 2014.
- Erlina, *Metodologi Penelitian*, Medan: Usu Perss, 2011.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: 2000.
- , *Service Managemen Mewujudkan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.
- Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality dan Satisfaction*, Yogyakarta: Andi, 2011.
- , *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2007.
- Fandji Ciptono dan Anastsya diana, *Total Quality Manajemen*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Rangkuti Freddy, *Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000.
- Hedithya Novel, Humala L. Napitupulu, Dea, Penilaian Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Jasa Puskesmas Medan Johor dengan Metode Servperf (Service Performance) dan Customer Satisfaction Index, *Jurnal Teknik Industri FT USU Vol.33, No.2*.
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ikbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir, *Etika Costumer Service*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- , *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.

—————, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

—————, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.

Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi ke dua belas jilid 1*, Indonesia: PT. Macan Jaya Cemerlang, 2007.

Maman Abdulrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2011.

Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Nasution, M.N, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2010.

M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Nasution, M. Nur, *Manajemen Jasa Terpadu*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.

Mohammad Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2003.

M. Suryanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2007.

Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.

Nur Asnawi & Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, UIN-Maliki Press: Malang, 2011.

Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 2008.

—————, *Manajemen Pemasaran edisi 12*, Diterjemahkan dari "Marketing management" oleh Benyamin Molan, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2007.

—————, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, Jakarta: Erlangga, 2008.

Philip Kotler A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Jakarta : Salemba Empat, 2001.

Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007.

Sentot Imam Wahyono, *Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta, 2012.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.

Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002.

Veitzhal, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Zul Wahidin Nasution
Tempat/Tgl. Lahir : Huta Tonga/ 07 Agustus 1994
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Desa Huta Tonga Kec. Batang Angkola Kab. Tapsel
Nama Ayah : Darwin Nasution
Nama Ibu : Hotnida Situmorang

II. PENDIDIKAN

1. Tahun 2000-2006 : SDN 101010Huta Tonga, Kec. Batang Angkola,
Kab. Tapanuli Selatan
2. Tahun 2006-2009 : SMP Negeri 5 Padangsidimpuan
3. Tahun 2009-2012 : SMA Negeri 3 Padangsidimpuan
4. Tahun 2012-2019 : Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah IAIN
Padangsidimpuan

Lampiran 1: Pengantar Kuesioner

PENGANTAR KUESIONER

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan yang sedang menyusun tugas proposal penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Pada Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan”.

Berkenaan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/I untuk bersedia mengisi kuesioner yang telah tersedia, dalam pengisian kuesioner tidak ada penilaian benar atau salah. Bapak/Ibu/Sdra/I dipersilahkan bebas menjawab sesuai dengan kenyataan yang Bapak/Ibu/Sdra/I ketahui. Jawaban yang diberikan tidak ada resiko apapun terhadap kepentingan Bapak/Ibu/Sdra/i. data yang didapatkan dari penelitian ini hanya dipergunakan untuk penelitian penulis semata. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdra/I dalam mengisi kuesioner ini, terlebih dahulu saya ucapkan terimakasih.

Hormatsaya,

Zul Wahidin Nst

Lampiran 2: Kuesiner Penelitian

Identitas Responden

Nama Responden : _____

Jenis Kelamin : _____

Usia : _____

Individu/ Perusahaan : _____

Petunjuk pengisian

1. Berilah tandasilang (X) pada jawaban yang dipilih.
2. Kuesioner ini ditujukan untuk Pelajar Pesantren Yusufiah Desa Holbung Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.
3. Bapak/Ibu/Sdra/I diharapkan dapat memberikan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi masing-masing terhadap penelitian ini.
4. Pilihan jawaban untuk kepentingan yaitu sangat tidak penting (STP) diberi skor 1, tidak penting (TP) diberi skor 2, kurang penting (KP) diberi skor 3, penting (P) diberi skor 4, dan sangat penting (SP) diberi skor 5. Sedangkan untuk jawaban kepuasan yaitu sangat tidak puas (STP) diberi skor 1, tidak puas (TP) diberi skor 2, kurang puas (KP) diberi skor 3, puas (P) diberi skor 4, dan sangat puas (SP) diberi skor 5.

1. Kepentingan

Bagian A: *Tangible* (buktifisik)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa bangunan dan interior pesantren sudah bagus dan menarik.					
2	Saya merasa nyaman dengan adanya tempat parkir di lingkungan pesantren.					
3	Kebersihan dan kenyamanan pesantren terjaga dengan baik.					
4	Ruang tunggu Pesantren Yusufiah Desa Holbung terasa nyaman.					
5	Saya melihat para guru yang bekerja dengan berpenampilan rapi dan bersih.					

Bagian B: *Reliability* (kehandalan)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya senang dengan pelayanan guru Bimbingan Konseling.					
2	Saya merasa proses pelayanan atau pendaftaran tidak sulit dan sesuai dengan prosedur administrasinya.					
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Pesantren Yusufiah Desa Holbung.					
4	Saya merasa sampai saat ini pelajaran yang disampaikan oleh para guru bebas dari kesalahan.					

Bagian C: *Responsiveness* (dayatanggap)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Guru Pesantren Yusufiah Desa Holbung tanggap dalam menangani keluhan konsumen.					
2	Keluhan saya selalu ditanggapi dengan baik oleh para Guru.					
3	Saya merasa kesediaan para Guru dalam membantu pelajar sangat baik.					
4	Guru Pesantren Yusufiah Desa Holbung mampu berinisiatif menawarkan bantuan kepada murid.					
5	Saya senang dengan para guru yang cepat dalam menyelesaikan masalah pelajar dengan baik.					

Bagian D: *Assurance* (jaminan)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa para guru menerapkan sikap ramah dalam melayani pelajar.					
2	Saya senang dengan para guru yang memiliki pengetahuan luas.					
3	Informasi pelajar terjamin kerahasiaannya.					
4	Saya merasa percaya akan kemampuan guru pesantren Holbung dalam memberikan pelayanan.					

Bagian E: *Emphaty* (empati)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa para guru memiliki rasa peduli yang kuat dengan mengetahui keinginan pelajar.					
2	Saya merasa nyaman berkomunikasi dengan para guru.					
3	Bahasa yang digunakan para guru pesantren Holbung dalam memberikan pelajaran mudah dipahami.					

2. Kepuasan

Bagian A: *Tangible* (buktifisik)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa bangunan dan interior pesantren sudah bagus dan menarik.					
2	Saya merasa nyaman dengan adanya tempat parkir di lingkungan pesantren.					
3	Kebersihan dan kenyamanan pesantren terjaga dengan baik.					
4	Ruang tunggu Pesantren Yusufiah Desa Holbung terasa nyaman.					
5	Saya melihat para guru yang bekerja dengan berpenampilan rapi dan bersih.					

Bagian B: *Reliability* (kehandalan)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya senang dengan pelayanan Guru Bimbingan Konseling.					
2	Saya merasa proses pelayanan atau pendaftaran tidak sulit dan sesuai dengan prosedur administrasinya.					
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pesantren Yusufiah Desa Holbung.					
4	Saya merasa sampai saat ini ilmu yang diajarkan oleh para guru pesantren Yusufiah Desa Holbung bebas dari kesalahan.					

Bagian C: *Responsiveness* (dayatanggap)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Guru Pesantren Yusufiah Desa Holbung tanggap dalam menangani keluhan pelajar.					
2	Keluhan saya selalu ditanggapi dengan baik oleh para guru.					
3	Saya merasa kesediaan para guru dalam membantu pelajar sangat baik.					
4	Para guru Pesantren Yusufiah Desa Holbung mampu berinisiatif menawarkan bantuan kepada para pelajar.					
5	Saya senang dengan para guru yang cepat dalam menyelesaikan masalah pelajar dengan baik.					

Bagian D: *Assurance* (jaminan)

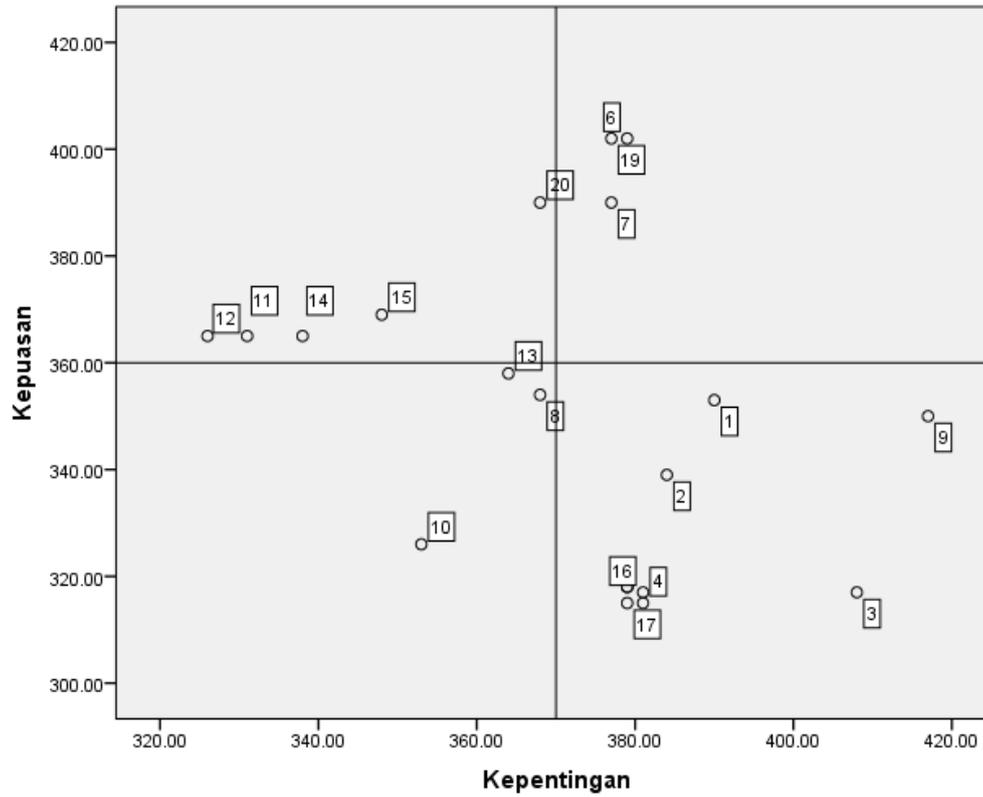
No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa para guru menerapkan sikap ramah dalam melayani pelajar					
2	Saya senang dengan para guru yang memiliki pengetahuan luas.					
3	Informasi pelajar terjamin kerahasiaannya.					
4	Saya merasa percaya akan kemampuan guru Pesantren Yusufiah Desa Holbung dalam memberikan pelayanan.					

Bagian E: *Emphaty* (empati)

No	Pernyataan	(STP)	(TP)	(KP)	(P)	(SP)
1	Saya merasa para guru memiliki rasa peduli yang kuat dengan mengetahui keinginan para pelajarnya.					
2	Saya merasa nyaman berkomunikasi dengan para guru					
3	Bahasa yang digunakan para guru pesantren Holbung dalam memberikan pelajaran mudah dipahami.					

LAMPIRAN 3

Hasil *Output* SPSS



Output reliabel kepentingan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Soal_1	78.33	99.506	.600	.868
Soal_2	78.40	102.310	.371	.876
Soal_3	78.13	99.690	.619	.868
Soal_4	78.43	101.125	.541	.870
Soal_5	78.46	102.026	.393	.875
Soal_6	78.46	101.060	.521	.871
Soal_7	78.48	100.747	.501	.871
Soal_8	78.58	100.808	.470	.872
Soal_9	78.03	101.651	.631	.869
Soal_10	78.74	96.282	.605	.867
Soal_11	78.99	97.989	.530	.870
Soal_12	79.04	98.695	.492	.872
Soal_13	78.62	97.766	.502	.872
Soal_14	78.91	96.644	.568	.869
Soal_15	78.80	99.578	.511	.871
Soal_16	78.43	110.922	-.053	.889
Soal_17	78.43	101.125	.541	.870
Soal_18	78.46	102.026	.393	.875
Soal_19	78.46	101.060	.521	.871
Soal_20	78.48	100.747	.501	.871

Output reliabel kepuasan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepu1	74.59	243.458	.722	.971
Kepu2	74.77	249.260	.699	.971
Kepu3	74.99	238.303	.887	.969
Kepu4	75.01	238.483	.880	.969
Kepu5	74.98	238.426	.875	.969
Kepu6	74.04	257.616	.663	.971
Kepu7	74.18	247.833	.696	.971
Kepu8	74.58	241.191	.854	.969
Kepu9	74.62	241.339	.832	.969
Kepu10	74.90	244.473	.744	.970
Kepu11	74.46	242.633	.774	.970
Kepu12	74.46	248.116	.698	.971
Kepu13	74.53	241.780	.817	.970
Kepu14	74.46	242.520	.769	.970
Kepu15	74.41	242.604	.771	.970
Kepu16	74.77	249.260	.699	.971
Kepu17	74.99	238.303	.887	.969
Kepu18	75.01	238.483	.880	.969
Kepu19	74.99	238.753	.873	.969
Kepu20	74.04	257.616	.663	.971

Output descriptive

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepentingan	90	39	105	86.76	11.068
Kepuasan	90	46	105	82.96	17.146
Valid N (listwise)	90				

LAMPIRAN 4

Tabel Harga Kritik dari r Product-Moment

N	Interval	Kepercayaan	N	Interval	Kepercayaan	N	Interval	Kepercayaan
	95%	99%		95%	99%		95%	99%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,4906	49	0,281	0,364
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	50	0,297	0,361
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	55	0,266	0,345
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	60	0,254	0,380
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	65	0,244	0,317
8	0,707	0,874	31	0,355	0,456	73	0,231	0,306
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	75	0,227	0,296
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	80	0,220	0,286
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	85	0,213	0,278
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	90	0,207	0,270
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	95	0,199	0,263
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	100	0,195	0,256
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	144	0,163	0,230
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	150	0,159	0,210
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	175	0,148	0,194
18	0,468	0,590	41	0,308	0,396	200	0,138	0,181
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	300	0,113	0,148
20	0,444	0,561	43	0,301	0,398	400	0,098	0,128
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	500	0,088	0,115
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	600	0,080	0,105
23	0,413	0,526	46	0,291	0,276	700	0,074	0,097
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	800	0,070	0,091
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368	900	0,065	0,086

N = Jumlah pasangan yang digunakan untuk menghitung r.

LAMPIRAN 5

Rekapitulasi Jawaban Responden

No	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	S 14	S 15	S 16	S 17	S 18	S 19	S 20	S 21	To
1	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	79
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
3	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	87
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	82
5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	100
6	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	103
7	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	95
8	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	94
9	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
10	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	87
11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	4	4	2	82
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	87
13	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	87
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	86
15	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	85
16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
17	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	3	84
18	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	5	5	3	3	3	81
19	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	85
20	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	3	4	87
21	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	92
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	103
23	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	3	5	84
24	1	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	3	3	75
25	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	5	5	5	4	83
26	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	5	4	3	3	82
27	5	3	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	80
28	5	5	5	4	4	5	3	3	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	89
29	4	3	5	4	2	3	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	2	2	1	3	4	74
30	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	3	3	2	3	2	3	3	61
31	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	83
32	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	90
33	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	83
34	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	76
35	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	81
36	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	81
37	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	3	81
38	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	92
39	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	71

40	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	80
41	5	5	4	4	4	5	3	4	2	5	4	5	3	2	3	4	5	4	3	4	4	86
42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	90
43	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	3	80
44	5	4	5	3	4	5	3	3	4	2	2	1	3	5	4	4	5	3	4	5	3	72
45	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	3	3	3	5	5	4	3	86
46	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	83
47	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	92
48	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	94
49	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	94
50	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	96
51	3	4	4	4	2	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	2	3	73
52	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	78
53	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	3	80
54	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	73
55	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	87
56	3	5	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	5	3	5	4	3	3	82
57	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	95
58	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	3	95
59	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	95
60	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	95
61	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	3	92
62	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	96
63	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	95
64	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	92
65	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	94
66	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	2	3	80
67	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	96
68	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	3	95
69	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5	96
70	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	2	4	4	4	4	93
71	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	96
72	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	92
73	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	91
74	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	2	5	4	4	5	98
75	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	94
76	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	3	91
77	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	96
78	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	96
79	5	5	3	4	3	5	5	5	2	5	5	4	5	3	4	5	3	5	4	4	2	87
80	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	92
81	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	5	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	86
82	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	3	97
83	4	5	5	5	4	5	3	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	2	96
84	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	3	4	5	3	5	4	5	2	94

85	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	3	97
86	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	90
87	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	93
88	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	2	94
89	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	97
90	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	90
91	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	2	93
92	4	5	5	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	92
93	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	88
94	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	87
95	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	101
96	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	2	96
97	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	88
98	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	92
99	4	5	3	5	4	5	5	2	4	2	3	2	3	5	4	5	4	5	5	4	4	82
100	4	5	4	5	4	4	3	3	5	5	2	2	4	4	5	5	5	4	5	3	3	83
TO	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	
	9	2	3	2	9	3	0	1	9	1	2	9	9	0	0	3	8	5	0	0	5	
	7	8	2	6	1	6	0	5	1	4	1	7	7	1	6	8	6	0	8	0	8	8824

Variabel Kepuasan

No	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	S 14	S 15	S 16	S 17	S 18	S 19	S 20	S 21	To	
1	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	90	
2	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	89
3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	88
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	91
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	89
6	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
7	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	103
8	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	100
9	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	97
10	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
12	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	79
13	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	4	85
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
15	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	78
16	3	5	4	4	5	3	5	3	4	4	4	3	3	5	2	3	2	3	3	3	3	4	70
17	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	84
18	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	2	4	4	81
19	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	5	3	4	3	5	5	4	4	4	89
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	84
21	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	96
22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	4	85
23	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	89
24	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	92
25	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	70
26	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	85
27	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	5	5	4	3	3	4	82
28	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	91
29	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	2	4	4	86
30	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	87
31	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
32	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	80
33	4	4	5	5	3	5	4	4	4	3	2	3	4	3	4	1	4	4	4	4	3	4	79
34	3	3	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	84
35	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	87
36	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	90
37	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	82
38	5	3	4	3	4	4	3	4	2	4	2	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	71
39	4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	90
40	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	5	4	5	4	3	4	85
41	3	4	3	3	5	5	4	5	3	3	3	3	5	4	3	5	4	3	5	4	2	4	84

42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	90	
43	3	5	4	4	5	5	4	3	3	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	2	5	80
44	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	79
45	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	84
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	91
47	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	74
48	2	5	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	4	5	4	2	5	78
49	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	83
50	4	3	4	4	3	4	1	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	5	4	2	4	76
51	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	75
52	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	84
53	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	3	81
54	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	2	82
55	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	5	4	4	3	3	4	72
56	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	5	3	3	3	83
57	4	5	5	5	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	5	78
58	4	4	4	4	3	4	3	5	3	3	3	4	3	2	4	2	4	4	3	2	3	74
59	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	5	3	3	2	4	3	4	4	3	2	3	73
60	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	5	67
61	4	5	4	5	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	2	2	78
62	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	4	2	4	2	5	4	4	2	4	69
63	2	5	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	2	4	5	3	4	4	2	4	72
64	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	5	3	2	4	74
65	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	88
66	4	4	4	5	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	4	2	4	4	5	3	71
67	4	4	4	4	3	5	3	4	3	3	3	3	4	2	4	2	4	5	4	2	5	76
68	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	83
69	5	3	4	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	80
70	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	80
71	4	5	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	5	77
72	4	4	4	5	5	2	3	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	4	3	5	84
73	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	83
74	2	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4	5	4	71
75	4	4	5	5	3	5	4	4	3	4	2	3	4	2	4	5	4	4	4	2	3	78
76	3	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	95
77	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	2	3	78
78	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	5	2	5	4	4	2	72
79	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	5	4	2	2	74
80	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	2	4	80
81	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	84
82	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	94
83	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	86
84	5	5	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	5	81
85	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	1	4	2	3	4	4	4	3	70
86	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	2	4	4	4	4	4	72

87	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	89
88	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	4	4	4	2	4	80
89	4	5	5	4	3	3	4	5	4	2	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	78
90	4	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	78
91	5	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	5	4	4	2	79
92	5	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	94
93	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	2	2	81
94	4	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	78
95	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	88
96	4	3	5	5	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	1	3	4	4	3	2	73
97	4	4	4	4	3	5	4	5	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	2	4	80
98	5	5	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	1	2	4	4	2	4	75
99	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	82
100	4	4	5	5	3	3	4	4	2	2	5	5	5	5	4	4	4	5	3	2	5	88
TO	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	
	8	2	1	1	6	9	7	0	7	7	5	8	7	3	9	5	8	2	9	3	6	
	5	0	9	7	6	8	1	8	7	2	7	2	8	9	6	7	0	7	8	5	3	8232

LAMPIRAN 6

Lampiran Uji T						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
α untuk uji satu pihak (<i>one tail test</i>)						
Dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,221	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,328	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,677	1,325	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,677	1,323	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,321	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,319	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,318	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,316	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,315	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,314	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,313	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,311	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,310	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,303	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,296	1,684	2,021	2,423	2,704
90	1,662	1,987	2,368	2,632	2,423	2,660
120	0,677	1,282	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 914 /In.14/G.1/TL.00/05/2019
Hal : **Mohon Izin Riset**

13 Mei 2019

Yth; Mudir Pesantren Al-Yusufiyah
Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kab. Tapanuli Selatan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Zul Wahidin Nst
NIM : 122300212
Semester : XIV (Empat Belas)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul

" Analisa Kualitas Pelayanan Jasa pada Pesantren Al-Yusufiyah Desa Holbung Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan ".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



YAYASAN AL-YUSUFİYAH
PONDOK PESANTREN AL-YUSUFİYAH

JL. MANDAILING KM.13 HUTA HOLBUNG, KEC. BATANG
ANGKOLA, KAB. TAPANULI SELATAN, SUMATERA UTARA.
KODE POS : 22773

Nomor : 090/PPS. Al-Yu/X/2019
Hal : Balasan Izin Riset

Hutaholbung, 27 Mei 2019

Kepada Yth :
Saudara Dekan Fakultas Ekonomi Syariah
di
IAIN Padangsidimpuan

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H. RIDWAN AMIRIL SHOLIH
Jabatan : Kepala
Instansi : Pondok Pesantren Al-Yusufiyah
Alamat : Jl. Mandailing KM. 13 Hutaholbung, Kec. Batang Angkola,
Kab. Tapanuli Selatan.

Menerangkan :

Nama : Zul Wahid Nst
NIM : 122300212

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah kami berikan Izin untuk Melakukan RISET pada Pondok Pesantren Al-Yusufiyah
Hutaholbung sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan judul :

*"Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pada Pondok Al-Yusufiyah Hutaholbung, Kec Batang
Angkola. Kab, Tapanuli Selatan."*

Demikian surat kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

KEPALA PPS AL-YUSUFİYAH

H. RIDWAN AMIRIL SHOLIH
NIP. -