

**PENGARUH CITRA SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU (SDIT)
BUNAYYA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
ORANG TUA SISWA YAYASAN PENDIDIKAN
ISLAM AL-MUNAWWARAH
MURAD MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

NOVIKA AYU HARTATI

NPM: 14.832.0084



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

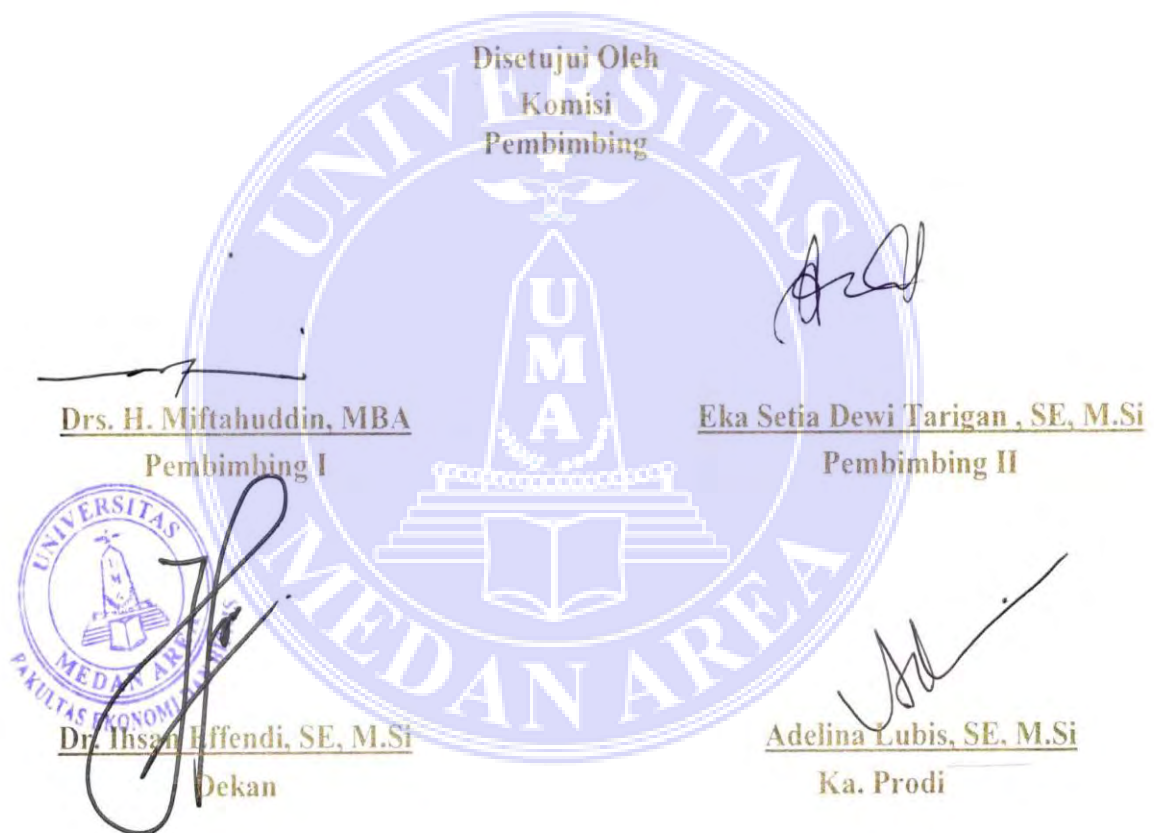
2018

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayya dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Orangtua Siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munawwarah Murad Medan

Nama : NOVIKA AYU HARTATI

NPM : 14.832.0084

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Tanggal Lulus : 2018

Abstrak

Pengaruh Citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayya dan fasilitas Terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Apakah Citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayya dan fasilitas Terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan?”. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Medan. Dan dengan menggunakan teknik sampel **Accidental Sampling** (*Convenience Sampling*) yang merupakan suatu teknik pengambilan sampel dimana sampel yang diambil merupakan sampel yang paling mudah diperoleh atau dijumpain, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang tuasiswa.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} pada variabel citra sekolah sebesar 5.873 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.675 dengan probabilitas t yakni sig 0,000 lebih kecil dari batasan signifikansi sebesar 0,005. Berdasarkan nilai tersebut maka variabel sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan orang tua siswa. Pada variabel fasilitas sebesar 2.755 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.675 dengan probabilitas t yakni sig 0,000 lebih kecil dari batasan signifikansi sebesar 0,005, maka variabel fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan orang tua siswa. Berdasarkan hasil uji F maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $55.235 > 3.18$ dengan sig $0,000 < \alpha_{0,05}$, menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti citra sekolah dan fasilitas secara serempak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan orang tua siswa. nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,702. Untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara menghitung koefisien determinasi ($KD = R^2 \times 100\%$), sehingga diperoleh $KD = 70,2\%$. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 70,2% kepuasan siswa (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh citra sekolah dan fasilitas. Sisanya sebesar 29,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini..

Kata kunci : Citra Sekolah, Fasilitas, Kepuasan Orang Tua Siswa

Abstract

Influence of School Basic Imagery Integrated Islamic (SDIT) of School and Facilities to Parent Student Satisfaction of Foundation of Islamic Education Al-Munnawarah Murad Medan

This study aims to determine "What is the Imagery of School Basic Imagery Integrated Islamic (SDIT) of School and Facilities to Parent Student Satisfaction of Foundation of Islamic Education Al-Munnawarah Murad Medan ". This type of research is associative is a research that is asking the relationship between two variables. The population in this research is all students of Al-Munnawarah Educational Foundation MedanMedan. And by using sample sampling technique (Convenience Sampling) which is a sampling technique where samples taken is the most easily obtained or dijumpain sample, then the number of samples in this study as many as 50 Parent students.

Based on t test results can be seen that t count on the school image variable of 5.873 is greater than t table of 1.675 with the probability t ie sig 0.000 smaller than the limit of significance of 0.005. Based on these values, the school variables have a positive and significant effect on parent student satisfaction variables. At facility variable equal to 2,755 bigger than t table equal to 1,675 with probability t that is sig 0,000 smaller than limit of significance equal to 0,005, then facility variable partially have positive and significant influence to variable of consumer satisfaction parent student. Based on F test result, it is obtained Fcount of 55.235 > 3.20 with sig 0,000 < α 0,05, show Ho rejected and Ha accepted, meaning school image and facility simultaneously have positive and significant effect to parent student satisfaction variable. R Square value obtained of 0.702. To see the great influence of independent variables on dependent variable by calculating the coefficient of determination (KD) = $R^2 \times 100\%$, so obtained KD = 70.2%. The figure shows that as much as 70.2% student satisfaction (dependent variable) can be explained by the school image and facilities. The remaining 29.8% was influenced by other factors not described in this study.

Keywords: School Imagery, Facilities, Parent Student Satisfaction

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Citra Sekolah SD Islam Terpadu (IT) Bunayya dan fasilitas Terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya, dalam bentuk do'a maupun materi dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua saya yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya dalam bentuk doa maupun materi dalam penyusunan membantu menyusun susunan skripsi ini dan studi yang saya tempuh.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area sekaligus
5. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA Selaku Dosen Pembimbing I yang telah Meluangkan Waktunya membimbing Penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi.

6. Ibu Eka Dewi Sari Tarigan SE, Msi Pembimbing II sayayang telah Meluangkan Waktunya membimbing Penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi.
7. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
9. Buat sahabat-sahabatku yang tidak bisa disebutkansatupersatunamanya yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Semua teman-teman stambuk 2014 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Areayang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi in masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkannya.

Medan, Agustus 2018



Novika Ayu Hartati

14.832.0084

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
2.1. Citra	
2.1.1. Pengertian Citra.....	6
2.1.2. Jenis-jenis Citra	7
2.1.3. Proses Pembentukan Citra.....	7
2.1.4. Indikator Citra	9
2.2. Fasilitas	
2.2.1. Pengertian Fasilitas	9
2.2.2. Unsur-unsur Fasilitas.....	10
2.2.3. Indikator Fasilitas	11
2.3. Kepuasan	
2.3.1. Pengertian Kepuasan.....	12
2.3.2. faktor yang mempengaruhi kepuasan	13
2.3.3. Strategi Kepuasan	15

2.3.4. Indikator kepuasan.....	15
2.4. Penelitian Terdahulu	17
2.6. Kerangka Konseptual	18
2.7. Hipotesis.....	18
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3.2. Populasi dan Sampel	21
3.3. Definisi Operasional.....	22
3.4. Jenis dan Sumber Data	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data	24
3.6. Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV: PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	31
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	31
4.1.2. Penyajian Data Responden.....	33
4.1.3. Penyajian Data Angket Responden.....	33
4.2. Pembahasan	
4.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas	39
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	41
4.2.3. Uji Statistik	46
4.2.4. Uji Hipotesis	47
4.2.5. Koefisien Determinasi	49
4.2.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	50

BAB V: KESIMPULAN & SARAN

5.1.Kesimpulan.....	52
5.2.Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul/Teks	Halaman
Tabel II.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel III.1	Rincian Waktu Penelitian.....	20
Tabel III.3	Operasional variabel.....	23
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden.....	33
Tabel IV.2.	Tabulasi Data Responden Variabel Citra Sekolah (X1).....	34
Tabel IV.3	Tabulasi Data Responden Variabel Fasilitas (X2).....	36
Tabel IV.4	Tabulasi Data Responden Variabel Kepuasan (Y).....	37
Tabel IV.5	Estimasi Uji Validitas.....	39
Tabel IV.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y.....	41
Tabel IV.7	Uji Multikonlinearitas.....	44
Tabel IV.8	Analisis Linear Berganda.....	46
Tabel IV.9	Uji Parsial (Uji t).....	47
Tabel IV.10	Uji Simultan (Uji F).....	49
Tabel IV.11	Koefisien Determinasi.....	49

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul/Teks	Halaman
Gambar II.1	Kerangka Konseptual.....	18
Gambar IV.1	Struktur Organisasi	32
Gambar IV.2	Histogram.....	44
Gambar IV.3	Normal <i>Probability Plot</i>	45
Gambar IV.4	Grafik <i>scatterplot</i>	47



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan hal yang penting bagi setiap masyarakat dalam meningkatkan kecerdasan dan kemajuan suatu bangsa. Pendidikan dapat membantu masyarakat meningkatkan kemampuannya dalam menghadapi persaingan yang kompetitif. Kebutuhan akan lulusan sekolah yang terus meningkat sehingga membuka peluang bagi pihak Swasta untuk ikut berpartisipasi dalam usaha penyelenggaraan pendidikan dalam menawarkan jasa pendidikan yang akan menciptakan lulusan SDM yang berkualitas, namun semakin banyaknya sekolah Swasta yang bergerak dibidang kejuruan maka persaingan dalam memberikan jasa pendidikan pun semakin ketat. keberhasilan sebuah sekolah dalam memberikan pendidikan dapat di ukur dari kepuasan siswanya dimana kepuasan pelanggan jasa pendidikan adalah salah satu faktor penentu keberhasilan kompetisi pendidikan. Dalam hal ini, pelayanan yang memberikan rasa aman dan nyaman, penerimaan informasi yang lengkap dan jelas serta kepuasan dalam pelayanan yang baik yang diberikan oleh staf dan tenaga pengajar sehingga tercipta kepuasan dalam diri siswanya.

Kepuasan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang. Seseorang akan merasa puas apabila produk yang di belinya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan yang ingin dicapai oleh pelanggan tersebut.

Apabila seseorang telah merasa puas atas jasa yang ditawarkan oleh sekolah, maka seseorang tersebut akan selalu tetap memakai jasa yang ditawarkan sekolah dan bahkan akan merekomendasikannya kepada orang lain. Jadi, apabila seseorang sudah merasa puas maka seseorang tersebut akan kembali memakai jasa yang ditawarkan oleh sekolah tersebut dan enggan memakai jasa sekolah lain karena ia sudah merasa puas dengan menggunakan jasa yang ditawarkan sekolah tersebut. Dan bahkan tidak sedikit seseorang yang merasa terpuaskan, akan mempromosikan sekolah tersebut secara tidak langsung kepada orang lainnya.

Sektor industri jasa pendidikan mempunyai peranan yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Karena bagaimanapun juga industri jasa pendidikan memberi kemudahan pada setiap aspek kehidupan, baik aspek ekonomi, aspek sosial, maupun aspek politik. Jasa pendidikan adalah beberapa contoh industri jasa yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi sebuah bangsa. Mereka berupaya keras menarik minat konsumen agar mau menggunakan jasa mereka

Selain jumlah siswa yang tidak merata pada setiap sekolah, terdapat permasalahan lain yang berhubungan dengan kualitas pelayanan seperti bangunan sekolah yang tidak layak, kebersihan dan keamanan sekolah, fasilitas belajar yang tidak lengkap dan staf pengajar yang tidak profesional. Banyaknya sekolah Swasta yang membuka program keahlian yang berbeda-beda dengan kualitas pelayanan yang berbeda membuat citra sekolah Yayasan Pendidikan Islam, Al Munnawwarah-Murad Medan menurun. Pada umumnya masyarakat sudah memiliki referensi tentang keberadaan sekolah kejuruan Swasta. Hal ini memunculkan tanggapan adanya sekolah Swasta yang kebanjiran peminat.

Referensi masyarakat tersebut didasarkan pada berbagai kriteria seperti kualitas tenaga pengajar, kualitas program keahlian, rasa bangga terhadap sekolah dan keunggulan-keunggulan lainnya.

Selain itu, Permasalahan yang terjadi adalah munculnya ketidakpuasan orang tua siswa dari apa yang mereka harapkan dari sekolah dikarenakan fasilitas yang di berikan kepada para siswa adalah kurang maksimal seperti fasilitas pelayanan yang kurang cepat serta permasalahan dalam hal keramahan dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Jika sistem fasilitas pelayanan dapat diatur dan diterapkan di sekolah, maka itu akan memberikan nilai positif pada sekolah. Sistem fasilitas pelayanan harus benar-benar mendapat perhatian pemakai jasa sekolah. Setelah konsumen merasa puas dengan cara pelayanan jasa yang diterimanya, maka siswa akan membandingkan fasilitas pelayanan yang diberikan dengan sekolah lainnya. Kepuasan akan dapat menjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen. Menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan dapat menguntungkan sebuah sekolah.

Berdasarkan fenomena yang penulis amati dan penulis lihat dilapangan, maka penulis ingin meneliti apakah benar seorang siswa benar-benar memperhatikan citra sekolah dan fasilitas dalam memutuskan kepuasan orang tua siswa. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayya dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.”**

1.2.Rumusan Masalah

- 1.2.1. Apakah citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayyaberpengaruh terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan?
- 1.2.2. Apakah fasilitas berpengaruh parsial terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan?
- 1.2.3. Apakah citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayyadan fasilitas berpengaruh simultan terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan?

1.3.Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayyaberpengaruh terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah MuradMedan.
- 1.3.2. Untuk mengetahui fasilitas berpengaruh parsial terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.
- 1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayya dan fasilitas secara simultan terhadap fasilitas berpengaruh parsial terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan citra sekolah dan fasilitas yang berkaitan dengan pengaruh terhadap fasilitas berpengaruh parsial terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan bagi pihak peneliti sendiri sebagai pembelajaran dan pengalaman.

1.4.2. Bagi akademis instansi

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dengan citra sekolah dan fasilitas terhadap fasilitas berpengaruh parsial terhadap kepuasan sorang tua iswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.

1.4.3. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide – ide baru untuk penelitian selanjutnya, dan sebagai bahan pertimbangan organisasi atau instansi lain yang menghadapi permasalahan yang sama.

1.4.4. Bagi Sekolah

Bagi sekolah dapat memberikan kontribusi dengan cara meningkatkan kepuasan orang tua siswa melalui citra sekolah dan fasilitas sehingga dapat meningkatkan pendapatan sekolah.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1. Citra

2.1.1. Pengertian Citra

Menurut G. Sach dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:171) citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Pengertian citra ini kemudian disitir oleh Effendi dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:171) bahwa citra adalah dunia sekeliling kita yang memandang kita.

Menurut Soemirat dan Elvinaro Ardianto, (2007: 111-112). Bertolak dari pengertian tersebut, Sukatendel dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:112), berpendapat bahwa citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif.

Sedangkan menurut Katz dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007: 113), citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.

Menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya Jalaludin Rakhmad dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi.

Berdasarkan pengertian para pakar di atas, citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu obyek.

2.1.2. Jenis-jenis Citra

Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:117), membagi citra dalam beberapa jenis, antara lain:

- a. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap public eksternal dalam melihat perusahaannya.
- b. *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan mirror image.
- c. *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum public eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
- d. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.

2.1.3. Proses Pembentukan Citra

Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Citra membentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang, komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu,

tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan, begitu yang diungkap Elvinaro dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relations* tahun 2002, dikutip dari Danasaputra tahun 1995.

Masih dalam buku yang sama, Elvinaro lebih lanjut mengungkapkan bahwa proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John. S. Nimpoerno dalam laporan penelitian tentang Tingkah Laku Konsumen, seperti yang dikutip Danasaputra, sebagai berikut :

Model Pembentukan Citra menunjukkan bahwa struktur yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan individu dapat diterima atau ditolak. Jika stimulus yang diberikan ditolak, maka proses selanjutnya tidak akan berjalan. Hal ini menunjukkan bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu atau publik, karena tidak adanya respon atau perhatian dari sasaran yang hendak dituju. Empat komponen, yakni persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang, oleh *Walter Lipman* disebut juga sebagai "*Picture Our Head*". Jika stimulus mendapat perhatian, maka individu akan berusaha untuk mengerti stimulus yang diberikan.

Pada dasarnya proses pembentukan citra adalah respon dari stimulus yang diberikan. Akan tetapi proses tersebut akan berbeda hasilnya karena dipengaruhi oleh persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap yang berbeda pula.

2.1.4. Indikator Citra

Menurut Normann dalam Kandampully yang dikutip oleh frommarketing.blogspot.com faktor-faktor pembentuk citra adalah:

2.1. *Advertising*

Periklanan mempengaruhi pembentukan citra sebuah lembaga. Iklan yang ditampilkan berpengaruh dalam membangun citra.

2.2. *public relation*

Salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama. *PR* turut mengambil peran dalam pembangunan citra sebuah lembaga, karena *PR* merupakan ujung tombak sebuah lembaga dalam bermitra dan mengomunikasikan pesan kepada khalayak untuk membentuk sebuah citra positif.

2.3. *physical image*

Kesan fisik sebuah lembaga dapat berpengaruh terhadap pembentukan citra lembaga tersebut.

2.4. *word of mouth*

Komunikasi lisan (**Word Of Mouth marketing-WOM**) merupakan salah satu alat yang digunakan oleh *marketer* dalam menjalankan kegiatan promosinya, selain bentuk promosi yang lainnya seperti iklan, publikasi dan sebagainya. WOM ini mempengaruhi pembentukan citra lembaga.

2.5. pengalaman nyata konsumen dalam memakai barang / jasa.

Faktor ini paling berpengaruh langsung dalam membentuk citra, karena dari pengalaman konsumen memakai barang/ jasa ini lah yang kemudian memunculkan pandangan atau persepsi, sehingga lembaga dapat dicitrakan seperti apa di mata konsumen.

2.2. Fasilitas

2.1.2. Pengertian Fasilitas

Pengertian fasilitas menurut Sulistiyono (2008) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau

tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

2.2.2. Unsur-unsur fasilitas

Menurut Tjiptono (2000) ada beberapa unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu :

a. Pertimbangan atau perencanaan parsial

Aspek-aspek seperti proposi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

b. Perancang ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain. seperti penempatan ruang pertemuan perlu diperhatikan selain dayaampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan.

c. Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.

d. Tata cahaya

Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

e. Warna

Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa diperlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

f. Pesan – pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

2.2.3. Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2008: 46- 48) indikator fasilitas ada enam, yaitu :

a. Pertimbangan/perencanaan spasial

Aspek– aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain–lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

b. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain–lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

c. Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.

d. Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

e. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

2.3. Kepuasan

2.3.1. Pengertian Kepuasan

Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana perusahaan. Jumlah pesaing yang semakin banyak mengharuskan perusahaan-perusahaan yang ada untuk mempunyai strategi khusus dalam bersaing, bertahan hidup serta berkembang.

“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka” (Kotler, 2010:138). Kepuasan pelanggan menurut Engel dkk (2008:45) adalah “evaluasi purna beli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan

ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan”.

Tjiptono (2008: 24) menyatakan bahwa, “kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.

2.3.2. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan

Kepuasan pelanggan memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya, yaitu seperti teori yang disebutkan sebagai berikut.

Irawan (2010) mengatakan Ada driver utama faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, harga, service quality, kemudahan.

Lupiyoadi (2008) mengatakan Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.

Barnes (2009) mengatakan Faktor-faktor yang memicu kepuasan pelanggan meliputi: pelayanan dengan nilai tambah, tampilan produk atau jasa, dan aspek-aspek tertentu dari bisnis yang bersangkutan.

Selain itu dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat empat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menganalisa kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

a) Kualitas Produk

Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik.

b) Harga

Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini tidak penting bagi mereka yang tidak sensitive terhadap harga. Untuk industri kelapa sawit, komponen harga ini sungguh penting dan kontribusinya terhadap kepuasan relative besar.

c) *Service Quality*

Service quality sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sekitar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan *attitude* dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses recruitment, training, budaya kerja, dan hasilnya baru terlihat setelah 3 tahun.

d) Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (*postpurchase action*). Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli

produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

2.3.3. Strategi Kepuasan

Menurut Tjiptono (2008:40), terdapat beberapa strategi kepuasan pelanggan yaitu:

a. *Relationship Marketing*

Strategi dimana transaksi pertukaran antara pelanggan dan perusahaan berkelanjutan, tidak berakhir setelah pembelian pertama.

b. *Superior Customer Service*

Strategi dimana perusahaan menerapkan/menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari perusahaan lainnya.

c. *Unconditional Guarantees*

Strategi dimana perusahaan memberikan jaminan kualitas produk yang ditawarkan.

d. Strategi penanganan keluhan yang efisien

Penyebab jasa akan mengetahui hal yang perlu diperbaiki dalam pelayanan saat ini, penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya, karyawan dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan lebih baik.

2.3.4. Indikator Kepuasan

Tjiptono (2008: 34) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customeroriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim melalui via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan salon menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah memasok agar dapat memahami mengapa

hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

d. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui survei pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.4. Penelitian Terdahulu

Secara ringkas, penelitian-penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini :

Table II.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

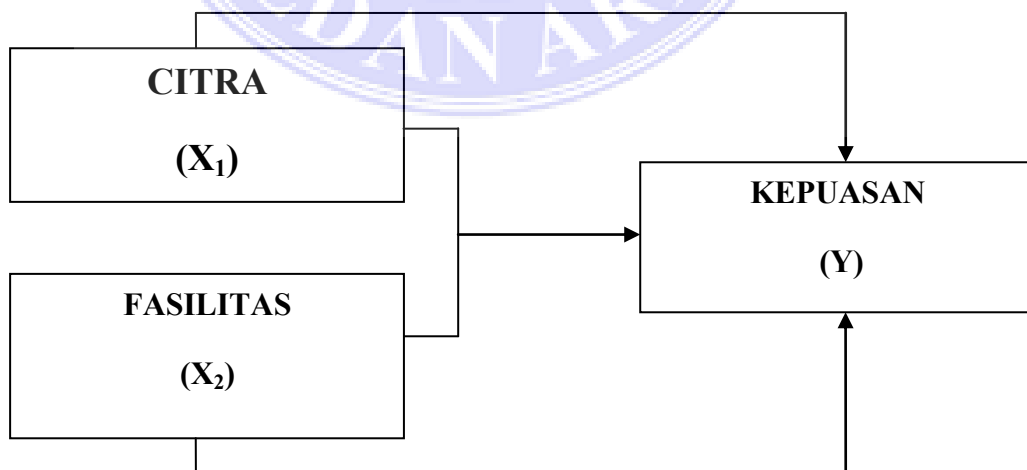
No	Nama	Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	Siti Habibah	2012	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa Pada SMK Swasta Kabupaten Sabang	Hasil penelitian menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Siswa Pada SMK Swasta Kabupaten Sabang
2.	Ilyas Ridha	2015	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada SD Swasta di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat)	Hasil penelitian menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Orang Tua Siswa dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada SD Swasta di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat)

3.	Taufiq Arinoto	2014	Pengaruh fasilitas sekolah dan lingkungan sekolah terhadap kepuasan siswa melalui mutu layanan di SMA Swasta Kecamatan Pedurungan Kota Semarang	Hasil penelitian menunjukkan variabel fasilitas sekolah dan lingkungan sekolah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan siswa melalui mutu layanan di SMA Swasta Kecamatan Pedurungan Kota Semarang
----	----------------	------	---	--

2.5. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual memuat variabel-variabel yang akan diteliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji.

Dalam kerangka konseptual ini dimana peneliti membuat suatu sketsa Citra sekolah dan fasilitas terhadap kepuasan, karena hal ini sangat penting sebagai bahan masukan untuk melihat secara jelas karakteristik kedua variabel yang akan diteliti nantinya.



Gambar II.2. Kerangka Konseptual

2.6. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:81) “Hipotesis adalah sebuah dugaan atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk dalam pengambilan keputusan”.

1. Citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.
3. Citra Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Bunayya dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:2) menjelaskan bahwa: “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan hubungan antar variabel dengan menganalisis data numerik (angka) menggunakan metode statistik melalui pengujian hipotesis.

3.1.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Medan, Jl. Beo No.76 G, Sei Sikambing B, Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20122

3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan November 2017 sampai dengan April 2018.

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2017		2018			
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Pembuatan Proposal						
2.	Seminar Proposal						
2	Pengumpulan Data						
3	Analisa Data						
4	Penyusunan Skripsi						
5	Seminar Hasil						
6	Sidang Meja Hijau						

3.2. Populasi dan Sampel

3.1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2012), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari ; objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan pendapat di atas yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Medan.

3.2.Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu (Sugiyono 2012)”. Dalam penelitian ini mengambil sampel **Accidental Sampling** (*Convenience Sampling*) yang merupakan suatu teknik pengambilan sampel dimana sampel yang diambil merupakan sampel yang paling mudah diperoleh atau dijumpain. Dalam hal ini, unit sampel sangat mudah diakses dan cepat dilaksanakan.

Berdasarkan rumus penelitian diatas maka di ketahui jumlah sampel yang akan di teliti sebanyak 50 responden orang tua siswa pada Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.

3.3. Definisi Operasional

Secara teoritis, definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberikan penjelasan atau keterangan tentang variabel-variabel operasional sehingga dapat diukur dan diamati.

Dalam hal ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu:

1. Variabel bebas yaitu:

- a. Citra Merek atau citra sekolah (X1) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek.
- b. Fasilitas (X2) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas –aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi.
- c. Kepuasan(Y)Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka

Berdasarkan definisi operasional yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan mekanisme penganalisaan variabel seperti pada Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Definisi dan Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Citra (X1)	Menurut G. Sachdalam Soemirat dan Elvinao Ardianto (2007:171) citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang dimiliki oleh kelompok-kelompok yang berbeda.	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Advertising</i> b. <i>public relation</i> c. <i>physical image</i> d. <i>word of mouth</i> e. pengalaman nyata konsumen dalam memakai barang/jasa 	<i>Skala Likert</i>
Fasilitas (X2)	fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi	<ul style="list-style-type: none"> a. Pertimbangan/perencanaan spasial b. Perencanaan ruang c. Perlengkapan/perabotan d. Tata cahaya dan warna e. Unsur pendukung 	<i>Skala Likert</i>
Kepuasan (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka	<ul style="list-style-type: none"> a. Brand Identity b. Brand Personality c. Brand Association d. Brand Attitude & Behavior e. Brand Benefit & Competence 	<i>Skala Likert</i>

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari seluruh responden di lokasi penelitian melalui pengamatan, wawancara, dan pengisian kuesioner pada orang tua siswa Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Medan.
2. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diperoleh penulis dari responden melainkan data yang diperoleh dari pihak lain, seperti melalui website (internet) dan sumber pustaka perusahaan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan kepada pemimpin organisasi Sahiva untuk mendapatkan informasi dan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Daftar Pertanyaan (*Quesioner*)

Merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan.

3. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang

fenomena sosial Sugiyono (2008:132). Penelitian ini memberikan lima alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5 untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian, yang dapat dilihat pada Tabel 3.3:

Tabel 3.3
Instrumen Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013:168)

3.6. Teknik Analisis Data

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrument (kuisisioner). Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Uji signifikansi dilakukan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. n adalah jumlah sampel. Pada penampilan output SPSS 20.0 pada *cronbach alpha* dikolom *correlated item-total correlation*, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Untuk menguji validitas instrument dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menyampaikan uji coba keseluruhan responden.
2. Mengelompokkan item-item dari jawaban kedalam butir dan jumlah skor total yang diperoleh dari masing masing responden.
3. Dari skor yang diperoleh dibuat tabel perhitungan validitas.
4. Mengkorelasikan setiap skor dengan menggunakan rumus *product moment*.
5. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan *r hitung* dan *r tabel* untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. n adalah jumlah sampel. Pada penampilan output SPSS 20.0 pada *cronbach alpha* dikolom *correlated item-total correlation*, jika *r* hitung lebih besar dari *r* tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid atau layak digunakan dalam pengambilan data.

b. Realibilitas

Realibilitas adalah alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan dari indikator variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan rabel atau handal jika jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu-waktu.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah koesioner/angket untuk mencari reliabilitasnya digunakan rumus alpha. Untuk memudahkan perhitungan,dalam SPSS 20.0 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* < 0,60.

3.6.2. Uji Statistik

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis statistik dengan Regresi Linier Berganda, dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + c$$

Dimana

Y = Variabel Terikat (Kepuasan)

X₁ = Variabel Bebas (Citra Sekolah)

X₂ = Variabel Bebas (Fasilitas)

a = Konstanta

$\alpha_{1,2}$ = Koefesien Regresi

c = Error (tingkat kesalahan)

3.6.3. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Uji F, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95 %.Kriteria pengujian :

1) Merumuskan hipotesis null dan hipotesis *alternative*

$$H_0 ; \beta_1 = 0$$

$$H_0 ; \beta_1 \neq 0$$

2) Kriteria pengujian

Dimana $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ Ditolak

$F_{hitung} \leq F_{tabel} = H_0$ Diterima

b. Uji Parsial (t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95 % ($\alpha = 0,05$).

Urutan uji t :

- 1) Merumuskan hipotesis null dan hipotesis alternative

$H_0 ; \beta_1 = 0$

$H_0 ; \beta_1 \neq 0$

- 2) Kriteria pengujian

Dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel} = H_0 \text{ Ditolak}$

$t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel} = H_0 \text{ Diterima}$

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan yakni Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas dan Uji Heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolonieritas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga (Ghozali, 2011:105). Salah satu metode untuk mendiagnosa adanya multicollinierity adalah dengan menganalisis nilai tolerane dan lawannya variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabelitas variabel independent yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi, karena $VIF = 1 / \text{Tolerance}$. Nilai cutoff yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance kurang dari 0,1 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 10 Ghozali (2011:105).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisias, yakni variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya bersifat tetap Ghozali (2011:139).

3.6.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan koefisien determinasi yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan terhadap variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa variabel terikat dipengaruhi oleh

variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1 dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan terikat.

Kriteria Pengambilan Keputusan Koefisien Determinasi (R^2) :

Tabel III.4
Interval Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,10 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2012:184)

DAFTAR PUSTAKA

- Assouri, Sofyan, 2005. **Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi**. Cetakan Ketiga. Jakarta : CV. Rajawali.
- Fandy Tjiptono, 2007, **Strategi Pemasaran**. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2002. *StructuralEquation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang:FE UNDIP.
- Ghozali, Imam, 2011. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Edisi Ketiga. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Kasmir.2011.**Manajemen Perbankan**.Jakarta:Rajagrafindo Persada
- Kotler. 2010. *Principles of marketing*. 13 edition : New Jersey
- Lidyawati. 2008. **Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif**. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Surakarta : Fakultas Psikologi UMS.
- Offset Haryono, dkk. 2012. *Capacity Building*.Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Manajemen**. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung.
- Sulastiyono, A. 2008. **Manajemen Penyelenggaraan**. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, 2008. **Pemasaran Jasa**. Edisi pertama, Malang : Bayumedia
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi
- Yoestini dan Rahma , Eva . S. 2007. **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian**. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*: 261 – 276.

KUESIONER

PENGARUH CITRA SEKOLAH DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA SISWA YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM AL-MUNAWWARAH MURAD MEDAN

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan di bawah ini.

I DATA RESPONDEN (No. Responden:)

1. Nama : _____
2. Usia : a. 20 - 25 Thn b. 26 - 30 Thn c. 31 – 35 Thn d. > 36 Thn
3. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1 d. S2

II PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda contreng /*checkbox* (✓) pada kolom yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

- | | | |
|-----|-----------------------|------------------|
| SS | = Sangat Setuju | (diberi nilai 5) |
| S | = Setuju | (diberi nilai 4) |
| RR | = Ragu-Ragu | (diberi nilai 3) |
| TS | = Tidak Setuju | (diberi nilai 2) |
| STS | = Sangat Tidak Setuju | (diberi nilai 1) |

III DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL BEBAS CITRA SEKOLAH (X1)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Informasi yang ada dalam brosur yang memberi daya tarik sendiri kepada saya sehingga saya berminat memilih sekolah Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medang					
2	Pihak sekolah Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) berhubungan baik dengan masyarakat/wali murid sehingga mempengaruhi saya dalam memilih sekolah Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan)					
3	Akreditasi Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) mempengaruhi saya dalam memilih sekolah Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan					
4	Saya memilih Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan karena rekomendasi dari kerabat saya.					
5.	Guru-guru yang mengajar Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) berkompeten sehingga mempengaruhi saya dalam memilih sekolah Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.					

2. VARIABEL BEBAS FASILITAS (X2)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
1	siswa merasa pemanfaatan fasilitas media mengajar sesuai dengan kebutuhan belajar mengajar dikelas.					
2	Fasilitas ruangan sekolah yang disediakan luas, bersih, dan nyaman					
3	Peralatan sekolah yang ditawarkan Sesuai dengan kebutuhan siswa					
4	Warna sekolah yang dipergunakan untuk interior sangatlah bagus sehingga membuat rileks dan nyaman dalam pembelajaran					
5	Tersedianya Fasilitas yang ditawarkan sekolah ini seperti tempat ibadah, ruang tunggu, ruang bermain dll					

3. VARIABEL TERIKAT KEPUASAN ORANG TUA SISWA(Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Orang tua siswa merasa puas bersekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.					
2	Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan selalu meminta pendapat orang tua siswa akan tingkat kepuasan mereka					
3	Sekolah Islam Terpadu di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan					
4	Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan sangat layak untuk direkomendasikan					
5	Saya akan merekomendasikan ke Kerabat dan teman-teman saya untuk sekolah di Yayasan Pendidikan Islam Al-Munnawarah Murad Medan.					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya Saya ucapkan Terima Kasih banyak

Lampiran

Tabulasi Data Variabel Citra Sekolah (X1)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
1	4	4	5	4	5	22
2	4	5	5	4	4	22
3	5	5	5	4	5	24
4	5	4	4	4	5	22
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	5	4	4	21
10	3	4	4	4	4	19
11	3	4	4	5	5	21
12	4	5	5	5	4	23
13	5	5	4	5	5	24
14	5	4	4	4	4	21
15	4	4	5	5	4	22
16	3	5	5	5	5	23
17	4	4	4	5	5	22
18	4	4	5	5	5	23
19	4	4	5	5	5	23
20	5	5	5	5	4	24
21	5	5	5	4	5	24
22	5	5	5	4	5	24
23	4	4	4	4	5	21
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	4	5	5	24
27	5	4	4	4	5	22
28	5	4	4	4	5	22
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	5	4	21
32	4	4	5	4	5	22
33	4	5	5	4	4	22
34	5	5	5	4	5	24
35	5	4	4	4	5	22
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	4	20

<i>Sambungan..</i>						
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	5	4	4	21
41	3	4	4	4	4	19
42	3	4	4	5	5	21
43	4	5	5	5	4	23
44	5	5	4	5	5	24
45	5	4	4	4	4	21
46	4	4	5	5	4	22
47	3	5	5	5	5	23
48	4	4	4	5	5	22
49	4	4	5	5	5	23
50	5	5	5	5	3	23



Tabulasi Data Variabel Fasilitas (X2)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
1	4	5	5	5	5	24
2	4	3	5	4	4	20
3	5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	3	22
5	5	2	4	4	4	19
6	4	5	5	5	3	22
7	5	5	5	5	3	23
8	5	4	3	4	4	20
9	5	4	4	4	4	21
10	5	3	4	4	5	21
11	5	5	4	4	5	23
12	4	4	5	5	5	23
13	3	4	4	4	4	19
14	5	5	5	5	5	25
15	3	3	5	4	4	19
16	5	4	5	5	5	24
17	4	5	4	5	4	22
18	4	5	4	5	4	22
19	4	5	4	5	4	22
20	5	3	5	4	4	21
21	4	4	4	4	5	21
22	4	5	5	5	5	24
23	4	5	5	5	4	23
24	5	5	4	5	4	23
25	5	3	4	4	4	20
26	4	4	5	5	4	22
27	5	3	4	4	4	20
28	4	4	4	4	3	19
29	4	4	5	4	4	21
30	5	5	4	5	5	24
31	4	5	5	5	5	24
32	4	5	4	5	4	22
33	4	5	5	5	5	24
34	4	5	5	5	5	24
35	5	5	4	5	5	24
36	4	5	5	5	5	24
37	4	5	4	5	4	22
38	4	5	5	5	5	24
39	4	5	5	5	5	24

<i>Sambungan..</i>						
40	4	5	5	5	5	24
41	4	3	5	4	4	20
42	5	5	5	5	5	25
43	4	5	5	5	3	22
44	5	2	4	4	4	19
45	4	5	5	5	3	22
46	5	5	5	5	3	23
47	5	4	3	4	4	20
48	5	4	4	4	4	21
49	5	3	4	4	5	21
50	4	5	5	5	5	24



Tabulasi Data Variabel Kepuasan Orang Tua Siswa (Y)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
1	5	4	4	4	4	21
2	5	4	4	4	4	21
3	5	4	5	4	4	22
4	5	4	5	5	4	23
5	4	4	5	4	4	21
6	5	4	4	4	4	21
7	4	4	4	4	4	20
8	5	4	5	4	4	22
9	4	4	4	4	5	21
10	4	4	4	5	5	22
11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	4	4	23
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	4	4	4	22
15	5	4	5	5	4	23
16	5	5	4	5	5	24
17	5	5	4	4	5	23
18	5	4	4	4	5	22
19	5	5	4	5	5	24
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	4	24
22	5	5	5	5	4	24
23	5	4	5	5	4	23
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	4	5	5	5	4	23
27	4	5	4	4	5	22
28	4	4	4	4	5	21
29	4	4	4	4	5	21
30	4	5	3	4	4	20
31	4	5	3	4	4	20
32	5	4	4	4	4	21
33	5	4	4	4	4	21
34	5	4	5	4	4	22
35	5	4	5	5	4	23
36	4	4	5	4	4	21
37	5	4	4	4	4	21
38	4	4	4	4	4	20

<i>Sambungan..</i>						
39	5	4	5	4	4	22
40	4	4	4	4	5	21
41	4	4	4	5	5	22
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	4	4	23
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	4	4	4	22
46	5	4	5	5	4	23
47	5	5	4	5	5	24
48	5	5	4	4	5	23
49	5	4	4	4	5	22
50	5	5	5	5	5	25



LAMPIRAN

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Siswa	21.82	2.017	50
Citra Sekolah	22.06	1.634	50
Fasilitas	22.24	1.648	50

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra Sekolah, Fasilitas	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Kepuasan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.689	1.125

- a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Citra Sekolah
b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	139.871	2	69.936	55.235	.000 ^a
	Residual	59.509	47	1.266		
	Total	199.380	49			

- a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Citra Sekolah
b. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.924	2.391		-1.223	.228		
	Citra Sekolah	.764	.130	.619	5.873	.000	.573	1.747
	Kepuasan Konsumen	.355	.129	.290	2.755	.008	.573	1.747

a. Dependent Variable: Kepuasan

Charts

Histogram

Dependent Variable: KepuasanSiswa

