



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,
DAN TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TK
NATIONAL PLUS SEKOLAH BUNDA MULIA
Survei pada TK Nasional Plus Sekolah Bunda Mulia di
Jakarta Pusat**

TESIS

**(Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen)**

MIRA DIANA

55112120157

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen TK National Plus Sekolah Bunda Mulia (Survei Pada TK National Plus Sekolah Bunda Mulia di Jakarta Pusat)

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Mira Diana

Nim : 55112120157

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 14 Desember 2015

Mengesahkan

Pembimbing Utama



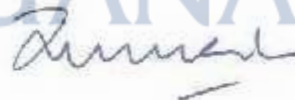
(Dr. Harry Susilo, MM)

Direktur Program Pascasarjana
Magister Manajemen

Ketua Program Studi Magister
Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen TK National Plus Sekolah Bunda Mulia (Survei pada TK National Plus Sekolah Bunda Mulia di Jakarta Pusat)

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Mira Diana

Nim : 5112120157

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Hari/Tgl Lulus Ujian Sidang : Senin, 14 Desember 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbingan yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mersu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di program tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 14 Desember 2015



Mira Diana

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Rumusan Masalah	13
1.3.1. Batasan Masalah.....	13
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.4.1 Maksud Penelitian.....	13
1.4.2 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	14
1.5.1 Manfaat Penelitian	14
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Singkat Institusi.....	16
2.1.1 Visi dan Misi Institusi	20
2.1.2 Moto Institusi	20
2.1.3 Nilai – Nilai Dasar Institusi.....	20
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	21

DAFTAR ISI

2.3 Sumber Daya Yayasan Pendidikan Bunda Mulia	22
2.4 Tantangan Bisnis di Perusahaan.....	22

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKAN PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS

3.1 Kajian Pustaka.....	25
3.1.1 Pemasaran.....	25
3.1.2 Bauran Pemasaran	26
3.1.3 Perluasan Bauran Pemasaran.....	29
3.1.4 Kualitas Pelayanan	29
3.1.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	30
3.1.5 Harga dan Persepsi Harga	32
3.1.5.1 Dimensi Persepsi Harga	39
3.1.6 Tempat.....	42
3.1.6.1 Dimensi Tempat	43
3.1.7 Kepuasan Konsumen.....	44
3.1.7.1 Dimensi Kepuasan Konsumen	46
3.2 Penelitian Terdahulu	47
3.3 Kerangka Pemikiran.....	51
3.4 Hipotesis.....	52

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian.....	53
4.2 Variabel Penelitian	54
4.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	54
4.4 Populasi dan Sampel Penelitian	57

DAFTAR ISI

4.4.1 Populasi	57
4.4.2 Sampel	57
4.5 Jenis dan Sumber Data	59
4.6 Teknik Pengumpulan Data	60
4.7 Metode Analisis Data	61
4.7.1 Screening Data dan Normal Scores	61
4.7.2 Analisis SEM	61
4.7.3 Model Pengukuran	68
4.7.4 Penyusunan Diagram Jalur	70
4.7.5 Analisis Dimensi Antar Variabel	71
4.7.6 Uji Instrumen	73
4.7.7 Analisis Deskriptif	75
4.7.8 Uji Asumsi SEM	75
4.7.9 Uji Hipotesis	77

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	78
5.2 Gambaran Umum Responden	78
5.2.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	78
5.2.2 Responden Menurut Usia	79
5.2.3 Responden Menurut Pekerjaan	80
5.2.4 Responden Menurut Tingkat Pendidikan	80
5.2.5 Responden Menurut Berapa Lamanya Menjadi Konsumen	81
5.2.6 Responden Menurut Penghasilan Konsumen Dalam Sebulan	82
5.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	83
5.4 Model Pengukuran dan Analisis Faktor Konfirmatori	85
5.4.1 Model Pengukuran Variabel Kualitas Pelayanan	86

DAFTAR ISI

5.4.1.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	88
5.4.1.2 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	90
5.4.2 Model Pengukuran Variabel Persepsi Harga.....	90
5.4.2.1 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	92
5.4.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga.....	93
5.4.3 Model Pengukuran Variabel Tempat	93
5.4.3.1 Uji Validitas Variabel Tempat	95
5.4.3.2 Uji Reliabilitas Variabel Tempat.....	96
5.4.1 Model Pengukuran Variabel Kepuasan Konsumen.....	96
5.4.1.1 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	98
5.4.1.2 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	100
5.5 Model Pengukuran SEM.....	100
5.6 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	105
5.7 Analisis Uji Dimensi Anatar Variabel	108
5.7.1 Korelasi Dimensi Variabel Kualitas Pelayanan dengan Variabel Kepuasan Konsumen	109
5.7.2 Korelasi Dimensi Variabel Persepsi Harga dengan Variabel Kepuasan Konsumen	109
5.7.3 Korelasi Dimensi Variabel Tempat dengan Variabel Kepuasan Konsumen	110
5.8 Pembahasan.....	110
5.8.1 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	110
5.8.2 Analisis Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	112
5.8.3 Analisis Pengaruh Tempat terhadap Kepuasan Konsumen.....	114

DAFTAR ISI

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	116
6.2 Saran.....	117
6.1.1 Saran Implikasi Institusi.....	117
6.1.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	123
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	162



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Siswa Periode 2010-2014	3
Tabel 1.2	Iuran SPP Sekolah National Plus di Jakarta	6
Tabel 1.3	Hasil Angket Keluhan Orang Tua Murid Tahun 2014.....	8
Tabel 2.1	SDM dan Pendidikan di TK National Plus SBM	18
Tabel 2.2	Biodata Unit di Sekolah Bunda Mulia Tahun 2014	19
Tabel 3.1	Hasil Penelitian Terdahulu Dalam Setiap Variabel Yang di Teliti	47
Tabel 4.1	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 4.2	Matriks Antara Variabel Dalam Penelitian	73
Tabel 5.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 5.2	Responden Berdasarkan Umur	79
Tabel 5.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 5.4	Responden Menurut Tingkat Pendidikan	81
Tabel 5.5	Responden Menurut Berapa Lama Menjadi Konsumen di Sekolah Bunda Mulia	81
Tabel 5.6	Responden Menurut Penghasilan Konsumen Dalam Sebulan	82
Tabel 5.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	84
Tabel 5.8	Koefisien Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan.....	89
Tabel 5.9	Koefisien Validitas Instrumen Variabel Persepsi Harga	92
Tabel 5.10	Koefisien Validitas Instrumen Variabel Tempat.....	95
Tabel 5.11	Koefisien Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Konsumen.....	99
Tabel 5.12	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural	104
Tabel 5.13	Hasil Pengujian Hipotesis.....	106
Tabel 5.14	Uji Dimensi Antar Variabel	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Jumlah Siswa Periode 2010 – 2014	4
Gambar 1.2	Grafik Perkembangan Jumlah Siswa Periode 2010 – 2014.....	4
Gambar 1.3	Diagram Iuran SPP Sekolah Pesaing.....	6
Gambar 1.4	Persentase Keuhan Dalam Aspek Kurikulum.....	9
Gambar 1.5	Persentase Keluhan Dalam Aspek Infrastruktur.....	10
Gambarr 1.6	Persentase Keluhan Dalam Aspek Adiministrasi.....	11
Gambar 2.1	Proses Bisnis di TK National Plus SBM	17
Gambar 2.2	Bentuk Gedung TK National Plus Dari Tampak Luar	23
Gambar 2.3	Foto Suasana Dalam Kelas TK National Plus	23
Gambar 2.4	Foto Parkiran Motor Halaman Depan Sekolah.....	24
Gambar 2.5	Gambar Konstruksi Gedung Sekolah Bunda Mulia	24
Gambar 3.1	The Four P Components of the Marketing Mix	26
Gambar 3.2	The Evolution of Marketing Management	27
Gambar 3.3	Tahapan pembentukan persepsi.....	36
Gambar 3.4	Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4.1	Model Struktural Konseptual Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
Gambar 5.1	Model Pengukuran Variabel Kualitas Pelayanan (Standardized Solution)	87
Gambar 5.2	Model Pengukuran Variabel Kualitas Pelayanan (T-values)	88
Gambar 5.3	Model Pengukuran Variabel Persepsi Harga (Standardized Solution).....	91
Gambar 5.4	Model Pengukuran Variabel Persepsi Harga (T-values).....	91
Gambar 5.5	Model Pengukuran Variabel Tempat (Standardized Solution).....	94
Gambar 5.6	Model Pengukuran Variabel Tempat (T-values).....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.7	Model Pengukuran Variabel Kepuasan Konsumen (Standardized Solution).....	97
Gambar 5.8	Model Pengukuran Variabel Kepuasan Konsumen (T-values)	98
Gambar 5.9	Model Pengukuran Struktural (Basic Model, T-values).....	102
Gambar 5.10	Model Pengukuran Struktural (Basic Model, Standard Solution)	103



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner.....	123
Lampiran 2: Tabulasi Data	126
Lampiran 3: CFA Variabel Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Tempat dan Kepuasan Konsumen (T-Value dan Standard Solution).....	130
Lampiran 4: Structural Model Berdasarkan T-Value dan Standard Solution	149
Lampiran 5: Data LVS	157



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT karena atas limpahan karunia rahmat-Nya sehingga tesis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen TK National Plus Sekolah Bunda Mulia (Survei Pada TK National Plus Sekolah Bunda Mulia di Jakarta Pusat) ini dapat terselesaikan dengan baik tepat pada waktunya. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Harry Susilo, MM dosen pembimbing atas kesediaan dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan dan ilmu pada penulis.
2. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D selaku penguji.
5. Dr. R. Eddy Nugroho, MM selaku ketua ujian sidang.
6. Para dosen dan karyawan Universitas Mercu Buana yang banyak membantu dalam proses perkuliahan,
7. Y. Novena Srikandi selaku kepala sekolah TK National Plus Sekolah Bunda Mulia.
8. Seluruh guru TK National Plus Sekolah Bunda Mulia yang telah mendukung atas keberhasilan penelitian ini,
9. Kepada kedua orang tua atas doa dan motivasi yang tidak kenal henti terhadap penyusunan.

10. Kepada seluruh orang tua murid TK National Plus yang telah membantu proses penelitian
11. Kepada sahabat dan teman – teman dekat yang telah memberikan dukungan.
12. Kepada teman – teman angkatan 21 Magister Manajemen Universitas Bunda Mulia atas kebersamaanya.

Kebersamaan bersama kalian merupakan suatu kenangan dan perjuangan menuju kesuksesan bagi penyusun. Akhir kata, segala kritik dan saran penulis perlukan demi penyempurnaan tesis ini, dan semoga tesis ini bermanfaat bagi banyak pihak.



Mira Diana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA