

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MASYARAKAT MEMILIH SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU AL FITYAN KABUPATEN GOWA

Muh. Akil Rahman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
Jl. H. M. Yasin Limpo No. 63 Samata Gowa
muhakil.rahman@uin-alauddin.ac.id

Keywords:

*service marketing, servqual,
dimension, factor analysis*

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence the community in selecting SDIT Al Fityan Kab. Gowa, as well as analyzing the most dominant factor of influence for the community in selecting SDIT Al Fityan Kab. Gowa. This research refers to explanatory research, with 100 respondents selected by simple random sampling. The analysis used is partial factor analysis, using confirmatory factor analysis of the constituent items of each factor, using SPSS program version 19.00. From the research result, it was found that tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy factors influenced people in choosing SDIT Al Fityan. The tangible and assurance factors are the dominant factors in influencing people to choose the Al Fityan SDIT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa, serta menganalisis faktor paling dominan pengaruhnya bagi masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa. Penelitian ini mengacu pada penelitian survey yang bersifat menjelaskan (*explanatory research*), dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang dipilih secara simple random sampling. Analisis yang digunakan adalah analisis faktor secara parsial, menggunakan analisis faktor konfirmatori dari item-item penyusun setiap faktor, dengan menggunakan program SPSS versi 19.00. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa faktor *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* memengaruhi masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan. Faktor tangibel dan assurance menjadi faktor dominan dalam memengaruhi masyarakat memilih SDIT Al Fityan

Kata Kunci:

pemasaran jasa, *servqual*,
dimensi, analisis faktor

PENDAHULUAN

Di abad 21, hampir seluruh sendi-sendi kehidupan yang menyangga kelanjutan sejarah hidup manusia mengalami perubahan yang sangat ekstrim dan berlangsung secara radikal. Tak terkecuali pada disiplin ilmu yang menjadi sistem penjas dari realitas kehidupan, termasuk di dalamnya disiplin ilmu pemasaran. Pawitra (2004), mengemukakan bahwa disiplin ilmu pemasaran di abad 21 senantiasa beradaptasi dengan perubahan yang ditandai dengan beberapa pergeseran-pergeseran pada berbagai segi pemasaran, yang menggambarkan tatanan pemikiran dan praktik pemasaran pada masa kini maupun penyesuaian di masa depan, yakni : falsafah pemasaran, orientasi pasar, ruang lingkup pemasaran, perspektif pemasaran, kaitan antara pemasaran dan masyarakat, aliran pemikiran pemasaran, strategi pemasaran, proses dasar pemasaran, dan pemikiran pemasaran

Dalam khazanah pemikiran pemasaran klasik disebutkan bahwa tujuan dari pemasaran adalah memaksimalkan penjualan dan keuntungan pemegang saham (*shareholder*). Namun, pada

saat ini pemikiran tersebut telah bergeser ke penciptaan *value* dan kesejahteraan bagi *stakeholders*, yaitu semua pihak yang berkepentingan dengan suatu bisnis : karyawan, pemasok, konsumen, dan lingkungan masyarakat di sekitar perusahaan.

Salah satu sektor yang menjadi medan sangat sensitif bagi konsumen dalam menilai kualitas sebuah produk adalah pada sektor jasa. Sektor jasa di abad 21 muncul sebagai sebuah sektor yang telah mendominasi ekonomi modern yang ditandai dengan ekonomi digital.

Bidang pendidikan tidak luput juga dari gencarnya perubahan-perubahan yang sedang terjadi. Dunia pendidikan berada di simpang jalan antara mengikuti permintaan pasar atau industry atau tetap tampil dengan misinya sebagai lembaga sosial yang ikut mencerdaskan kehidupan berbangsa dan bernegara. Hal ini secara jelas dituangkan dalam UU Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al Fityan Kabupaten Gowa yang sejak berdiri tahun 2009, yang meskipun milik swasta akan tetapi senantiasa berupaya untuk menjawab persoalan ini. Banyak hal yang telah dilakukan misalnya dengan menambah sarana dan prasarana pendidikan termasuk kuantitas dan kualitas tenaga pengajar yang selalu ditingkatkan.

Hal ini telah menjadi tuntutan bagi dunia pendidikan jika masih ingin tetap eksis dan survive menjalankan misinya. Apalagi jika melihat sekolah sejenis yang banyak mulai bermunculan dan ini tentunya menjadi pesaing bagi SDIT Al Fityan. SDIT Al Fityan dituntut untuk bisa memenuhi harapan konsumen yang telah memilih SDIT Al Fityan sebagai tempat menimba ilmu bagi anak usia SD.

Tabel 1: Jumlah siswa SDIT Al Fityan tahun 2012 – 2016

Tahun	2012	2013	2014	2015	2016
Jumlah Siswa	358	453	554	581	620

Sumber: Yayasan Al Fityan Cab. Gowa, 2016

Kondisi ini juga berkorelasi dengan kondisi jumlah siswa yang menunjukkan trend peningkatan dari tahun ke tahun sesuai dengan table 1. Tren jumlah siswa yang meningkat dari tahun ke tahun di satu sisi bisa dijadikan sebagai kekuatan namun di sisi lain bisa juga menjadi kelemahan jika tidak dikelola secara baik. Apalagi bagi konsumen atau masyarakat yang memilih SDIT Al Fityan sebagai tempat sekolah bagi anak-anak mereka, menjadi tuntutan tersendiri bagi Al Fityan untuk melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor yang melatarbelakangi masyarakat memilih Al Fityan. Adanya identifikasi ini akan menjadi *base line* bagi Al Fityan untuk merumuskan strategi perenncaan pengembangan Al Fityan di tengah kondisi persaingan pendidikan sejenis yang semakin gencar dan perilaku konsumen atau masyarakat yang juga semakin dinamis.

Perubahan perilaku ini kemudian berimplikasi kepada pengambilan keputusan pilihan-pilihan pelayanan pendidikan dalam hal ini sekolah dasar, dimana hal ini akan berkorelasi dengan derajat pelayanan yang mereka peroleh dari lembaga pendidikan. Suatu layanan akan dianggap bernilai jika konsumen merasakan kepuasan (Fitzsimmons dan Fitzsimmons, 2006). Kepuasan ini dipengaruhi oleh lima variabel yaitu 1) *Service quality*, 2) *Product quality*, 3) *Price*, 4) *Situation*, dan 5) *Personality* (Subroto dan Natalisa : 2004).

Menurut Kotler dan Armstrong (2006) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Ketika ekspektasi pelanggan itu terlampaui maka kinerja atau hasil tersebut akan menjadi sesuatu yang sangat berkualitas sehingga sangat memuaskan pelanggan. Tapi ketika harapan kinerja itu di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan menganggap kualitas itu tidak dapat diterima.

Bukti dari kualitas jasa nampak pada kinerja pelaku pelayanan (*performance*) yang tanpa cacat atau sempurna. Kinerja yang dinyatakan sempurna (*excellent*) berarti memenuhi nilai

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Masyarakat Memilih SDIT Al Fityan Kabupaten Gowa Muh. Akil Rahman

tertinggi dari yang ditetapkan pada standar penilaian kinerja, dan yang dapat memberi kepuasan bagi masyarakat atau mendekati nilai 100 %. Dalam hal layanan terdapat dua hal pokok yaitu :

1. Harapan konsumen terhadap kualitas layanan (*expected service*) di SDIT Al Fityan Kab. Gowa.
2. Persepsi konsumen atau kualitas layanan pada saat menerima layanan (*experiment* atau *perceive service*).

Dengan demikian, pengukuran kepuasan pelanggan sangat penting dilakukan untuk mengetahui “posisi” tersebut yang sebenarnya. Dalam pengukuran tingkat kepuasan pelanggan, bisa diukur *gap* yang terjadi antara tingkat harapan (ekspektasi) dan tingkat persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dari suatu perusahaan. Apabila tingkat persepsi lebih kecil dari harapan, berarti pelanggan dalam keadaan tidak puas. Semakin besar *gap* yang terjadi, semakin besar pula tingkat ketidakpuasannya. Sedangkan pelanggan dikatakan *satisfied* atau bahkan *delighted* bila persepsinya sama atau bahkan melebihi harapan. Ini terjadi bila *gap* yang terjadi adalah nol atau positif.

Menelaah latar belakang masalah, memperlihatkan bahwa masyarakat dalam hal ini orang tua siswa SDIT, dalam memilih sekolah, tetap memerhatikan aspek-aspek kepuasan pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah. Dengan demikian, masalah yang akan dijadikan sebagai pokok pembahasan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

“mengapa masyarakat memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa dalam menyekolahkan anaknya di tingkat SD”

Berdasarkan masalah pokok tersebut di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk : **1)** Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa. **2)** Menganalisis faktor paling dominan pengaruhnya bagi masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

TINJAUAN PUSTAKA

Pada penelitian ini menggunakan tinjauan pustaka yang berkaitan diantaranya adalah:

A. Pemasaran jasa

Konsep pemasaran jasa dapat dilihat pada buku Fitzsimmons dan Fitzsimmons yang berjudul *Service Management : Operation, Strategy, and Information Technology*, 5th ed, McGraw-Hill, New Jersey tahun 2006. Sama juga dapat ditemui bukunya Lovelock dkk yang membahas juga tentang pemasaran jasa. Selain itu juga ada Kotler dan Armstrong serta Zethaml et al.

B. Atribut Produk

Pada setiap produk terdapat atribut yang melekat, apakah itu produk barang maupun jasa. Pengertian dan definisi atribut produk dikemukakan oleh Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management* edisi Millenium terbitan Prentice Hall, New Jersey tahun 2000.

Selanjutnya produk didefinisikan juga Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam bukunya yang berjudul *Principle of Marketing* edisi ke 11, terbitan Prentice Hall, New Jersey, 2006. Definisi lain yang berkaitan dengan produk dikemukakan oleh buku E. Jerome McCarthy dan William D. Perreault yang berjudul *Basic Marketing ; A Global-Managerial Approach* edisi ke 15, terbitan McGraw-Hill, New York.

C. Konsep Kepuasan Konsumen

Diujung dari produk yang dihasilkan adalah adanya kepuasan yang dialami konsumen. Konsep kepuasan konsumen dapat dilihat pada buku Philip Kotler dan Gary Armstrong dengan judul *Principle of Marketing*. Ini juga dapat dilihat dalam buku Zeithaml et al yang berjudul *service marketing : integrated customer focus across the firm*.

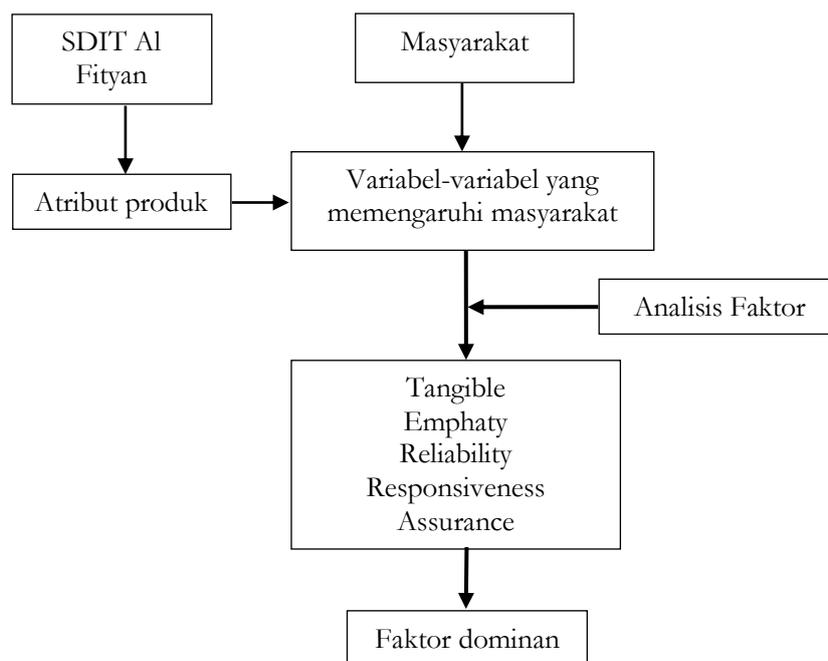
D. Bauran pemasaran.

Dalam kajian pemasaran, dikenal konsep *marketing mix* atau bauran pemasaran. Konsep ini dapat dilihat pada buku E. Jerome McCarthy dan William D. Perreault yang berjudul *Basic Marketing ; A Global-Managerial Approach* edisi ke 15, terbitan McGraw-Hill, New York.

Konsep ini juga dapat dijumpai dibuku Philip Kotler dan Gary Armstrong dengan judul *Principle of Marketing* edisi ke 11, terbitan Prentice Hall, New Jersey, 2006.

E. Kerangka Pikir

Masyarakat dalam memilih sekolah tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan banyak faktor yang memengaruhinya. Sekolah pun dalam memberikan layanan kepada konsumen berbeda-beda, sesuai dengan atribut produk, kualitas, dan nilai yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Dari variabel-variabel pelayanan jasa yang diberikan oleh sekolah dan kemudian diterima oleh konsumen, maka ada beberapa dari variabel tersebut yang dapat dikelompokkan ke dalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih sekolah khususnya SD. Faktor-faktor tersebut antara lain *tangibles* (wujud nyata), *emphaty* (perhatian), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan atau kepedulian) dan *assurance* (jaminan kepastian). Dari faktor-faktor tersebut, bagi masyarakat ketika menerima pelayanan yang sesuai dengan harapan atau bahkan lebih, tentu akan berpeluang untuk menyampaikan pengalamannya kepada orang lain berdasarkan faktor yang dominan.



Gambar 3. Kerangka pikir

F. Hipotesis

Dari kerangka pikir di atas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut

1. Diduga bahwa faktor-faktor *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.
2. Diduga bahwa faktor *tangibles* dan *assurance* merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya bagi masyarakat, dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini mengacu pada penelitian survey yang bersifat menjelaskan (*explanatory research*). Penelitian ini didesain untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama 3 bulan, yaitu dari bulan Mei hingga Juli 2016 dan dilaksanakan di SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

C. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat (orang tua siswa yang menyekolahkan anaknya di SDIT Al Fityan TA 2015/2016 sebanyak 620 orang.

Sampel

Mengingat populasi yang sangat banyak dan keterbatasan waktu, maka dilaksanakan *sampling* terhadap populasi. adalah bagian dari populasi. Pemilihan sampel dilakukan mengacu pada pendapat Malhotra (2004) bahwa jumlah responden atau sampel yang diambil berdasarkan ketentuan jumlah sampel sekurang-kurangnya empat atau lima kali jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian.

Karena jumlah variabel yang akan diuji pada penelitian ini adalah sebanyak 25 buah, maka jumlah responden ditetapkan sebanyak 100 responden. Adapun cara menentukan sampel menggunakan metode *simple random sampling* dimana anggota sampel diambil secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Adapun kriteria sampel yang akan menjadi responden adalah :

1. Orang tua/wali siswa SDIT Al Fityan Kab. Gowa. Diprioritaskan kelas 5 dan 6.
2. Bagi yang orang tua/wali siswa yang memiliki lebih dari 1 orang anak, tetap mewakili 1 responden.

D. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada dua, yaitu :

- a. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil survey dengan menggunakan kuesioner yang berasal dari para masyarakat pengguna sekolah, berupa tanggapan masyarakat tentang kinerja sekolah.
- b. Data sekunder adalah data yang berasal dari beberapa sumber, yaitu : Data perkembangan jumlah siswa SDIT Al Fityan Kab. Gowa

E. Identifikasi Variabel dan Instrumen Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dikemukakan oleh peneliti, maka variabel-variabel yang akan diuji, disesuaikan dengan konsep-konsep atau teori yang berlaku mengenai hal-hal yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam memilih suatu jasa. Konsep atau teori tersebut antara lain berdasarkan pada konsep *servqual* seperti yang dikemukakan oleh Zeithaml et al (2006). Di samping itu ada juga beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan konsep atau teori yang berlaku dan dijadikan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih suatu jasa seperti yang disajikan pada tabel 2.

Tabel 2: Variabel yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih suatu jasa

1	Kepercayaan	McCharty
2	Sarana dan atribut fisik	Engel, Mahmoeddin
3	Atmosfir	Kotler, Engel, Peter dan Olson
4	Harga	Kotler, Assael, Engel
5	Layanan	Engel, Kotler
6	Gaya hidup	Assael, Kotler

7	Kedalaman produk	Engel, Thoyib
8	Lokasi	Engel, Kotler, Lidquist, Thoyib
9	Kelancaran pembayaran	Lidquist
10	Penghasilan	Rahman
11	Pendidikan	Engel, Thoyib
12	Promosi	Engel, Kotler Rahman
13	Waktu	Anshar
14	Akses transportasi umum	Engel

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian terdahulu, sebagaimana pendapat Zeithaml et al (2006), pada penelitian ini peneliti menetapkan 25 variabel yang merupakan variabel penentu, yang memengaruhi masyarakat memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa. Adapun variabel-variabel tersebut antara lain :

Dimensi Tangible

1. Sarana/prasarana bersih, rapi dan teratur
2. Tata letak peralatan dan perlengkapan sekolah memadai dan baik
3. Fasilitas belajar lengkap
4. Penampilan tenaga pengajar bersih dan rapi
5. Lingkungan, sarana/prasarana relatif aman

Dimensi Reliability

1. Iuran/biaya sekolah terjangkau oleh siswa
2. Mudah dalam mendapatkan pelayanan
3. Manfaat yang diperoleh sesuai dengan biaya yang dikeluarkan
4. Pembelajaran yang diperoleh sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan

Dimensi Responsiveness

1. Tenaga pengajar profesional dalam mengajar
2. Kesederhanaan alur pelayanan
3. Materi belajar sesuai dengan silabus
4. Penyampaian informasi pelayanan yang jelas
5. Peryaratan teknis dan adminstratif sesuai jenis pelayanan

Dimensi Assurance

1. Tenaga pengajar sesuai dengan bidang keahlian
2. Waktu belajar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dan konsisten
3. Wewenang dan tanggung jawab tenaga pengajar dalam penyelenggaraan pengajaran di kelas jelas
4. Keterampilan dan keahlian tenaga pengajar sesuai dengan bidang yang diajarkan
5. Tenaga pengajar familiar dan mampu menggunakan teknologi IT dalam proses pembelajaran
6. Kemampuan para tenaga pengajar untuk menumbuhkan rasa percaya kepada siswa di kelas
7. Lama waktu pembelajaran sesuai dengan target yang telah ditetapkan
8. Tidak ada dikotomi status dalam pemberian layanan kepada siswa
9. Berperilaku sopan dan ramah dalam melayani

Dimensi Emphaty

1. Tenaga pengajar memerhatikan perkembangan/kemampuan siswa dalam proses pembelajaran
2. Tenaga pengajar memberikan perhatian langsung kepada siswa yang lambat dalam memahami materi pelajaran

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang meliputi faktor-faktor yang dipertimbangkan atau yang memengaruhi masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Masyarakat Memilih SDIT Al Fityan Kabupaten Gowa

Muh. Akil Rahman

Instrumen ini disusun dari seberapa penting pada setiap faktor dalam pengambilan keputusan memilih sekolah, yang disusun dalam bentuk pertanyaan. Pertanyaan ini meliputi isi, proses, struktur, hasil, dan dampak. Setiap jawaban responden akan diberi skor dan jumlah skor menunjukkan tinggi rendahnya masing-masing variabel yang diukur. Dalam hal ini dengan menggunakan skala likert dengan 5 alternatif, yaitu sangat penting dengan skor 5, penting dengan skor 4, biasa dengan skor 3, tidak penting dengan skor 2, dan sangat tidak penting dengan skor 1.

F. Pengumpulan Data

Instrumen utama yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah kuesioner yang akan diberikan pada responden dan dokumentasi. Kuesioner merupakan alat pengumpulan informasi dan hal yang pokok dalam mengumpulkan data. Setelah kuesioner diperoleh, kemudian dilakukan tabulasi dalam bentuk angka, tabel-tabel, statistik deskriptif, dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan hasil penelitian. Sementara untuk dokumentasi diperoleh dari data yang dimiliki sekolah.

G. Analisis Data

Untuk analisis data digunakan

1. Analisis deskriptif

Metode ini menggambarkan keadaan yang bersifat kualitatif tentang perkembangan jumlah masyarakat yang menyekolahkan anaknya di SDIT Al Fityan Kab. Gowa. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggambarkan karakteristik responden yang berkaitan dengan identitas responden yaitu jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan.

2. Analisis faktor

Analisis faktor dilakukan untuk menguji hipotesis pertama (H_1). Variabel yang akan diukur adalah faktor-faktor yang dianggap menjadi pertimbangan dan berpengaruh terhadap masyarakat dalam mengambil keputusan untuk memilih sekolah SDIT Al Fityan. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat analisis faktor (Malhotra : 2004)

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Dimana :

X_i = variable standar ke i

A_{ij} = standar koefisien regresi dari variabel i pada common faktor j

F = common faktor

V_i = standar koefisien regresi dari variable i pada faktor khusus (unik) i

U_i = faktor unik dari variable i

m = jumlah faktor-faktor umum

yaitu faktor-faktor khusus (unik) dikorelasikan satu dengan lainnya dan juga dengan faktor umum. Faktor-faktor umum dapat diexpressikan dalam kombinasi linear berdasarkan variabel-variabel yang diamati dengan rumusan sebagai berikut :

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + \dots + W_{ik}X_k$$

Di mana :

F_i = estimasi faktor ke i

W_i = bobot atau koefisien nilai faktor

K = jumlah variabel

Analisis ketepatan penggunaan alat menggunakan alat statistik :

- Barlett's test of sphecirity** ; adalah tes statistik yang digunakan untuk menguji variabel-variabel dari hipotesis yang dilibatkan berkorelasi. Hipotesis nol (H_0) adalah tidak ada korelasi antarvariabel, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah terdapat korelasi antarvariabel.
- Kaise-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy** ; adalah indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan analisis faktor. Apabila nilai indeks tinggi (berkisar antara

0,5 sampai 1,0), analisis faktor layak dilakukan. Sebaliknya, kalau nilai KMO di bawah 0,5 analisis faktor tidak layak dilakukan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Setting penelitian (gambaran umum lokasi penelitian)

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Al Fityan Cabang Gowa, yang merupakan lembaga pendidikan Islam yang berkomitmen untuk mendidik anak bangsa Indonesia untuk menjadi pribadi yang islami, sholeh, cerdas, kreatif, mandiri dan berkarakter.

1. Cabang Al Fityan
2. Visi dan misi
3. Karakteristik
4. Tujuan pembentukan karakter
5. Fasilitas standar
6. Al Fityan dan sosial kemasyarakatan

B. Hasil penelitian dan pembahasan

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menguraikan mengenai faktor-faktor berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa yang dibagi dalam lima faktor yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kelima faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin secara umum dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang dalam suatu bidang. Jenis kelamin seringkali dapat menjadi pembeda aktivitas yang dilakukan individu. Karakteristik responden menunjukkan bahwa dari 100 responden, didominasi responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 86 orang atau 86% sedangkan sisanya 14 orang atau 14% yang berjenis kelamin laki-laki. Dalam penelitian ini responden didominasi oleh perempuan.

b. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Karakteristik pendidikan terakhir dalam kaitannya dengan penelitian biasanya adalah sebagai gambaran akan ilmu yang dimiliki oleh individu. Dari 100 responden menurut pendidikan terakhir, responden yang paling dominan adalah yang memiliki pendidikan terakhir Perguruan Tinggi terdiri 70 orang atau 70 % dan yang paling sedikit adalah pegawai dengan pendidikan terakhir Tidak Sekolah, SD dan SLTP yakni masing-masing terdiri dari 1 orang atau 1%, kemudian sisanya pegawai dengan pendidikan terakhir SLTA terdiri dari 27 orang atau 27%.

c. Karakteristik responden menurut Pekerjaan

Karakteristik Pekerjaan dalam kaitannya dengan penelitian biasanya adalah sebagai langkah untuk membagi jumlah responden dan mendapatkan informasi pada berbagai bidang. Responden pada penelitian terbagi rata pada setiap pekerjaan, untuk Wiraswasta/Profesional dengan jumlah 28 orang, untuk PNS/TNI dengan jumlah 22 orang, untuk Swasta dengan Jumlah 23 orang dan untuk Tidak Bekerja dengan jumlah 27 orang. Adapun responden dengan jenis pekerjaan adalah sebagai berikut :

2. Analisis Faktor

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 19.00. Penggunaan metode ini bertujuan untuk menguji, mengelompokkan, menyaring atau mereduksi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga diperoleh sejumlah variabel yang lebih sedikit dan dapat mewakili variabel-variabel yang menjadi pertimbangan masyarakat memilih SD IT Al Fityan Gowa. Adapun pengujian dengan menggunakan analisis faktor yang dilakukan bertujuan untuk

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Masyarakat Memilih SDIT Al Fityan Kabupaten Gowa
Muh. Akil Rahman

mereduksi dan mengelompokkan sejumlah variabel untuk menjadi faktor yang jumlahnya lebih sedikit.

Analisis faktor mempunyai urutan sebagai berikut:

1. Memilih variabel yang layak dimasukkan dalam analisis faktor. Oleh karena analisis faktor berupaya mengelompokkan sejumlah variabel, maka seharusnya ada korelasi yang cukup kuat di antara variabel, sehingga akan terjadi pengelompokan. Jika sebuah variabel atau lebih berkorelasi lemah dengan variabel lainnya, maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis faktor.
2. Dari sejumlah variabel terpilih, kemudian dilakukan ekstraksi terhadap variabel-variabel tersebut sehingga menjadi beberapa faktor yang terbentuk.
3. Faktor yang terbentuk, pada banyak kasus kurang menggambarkan perbedaan di antara faktor-faktor yang ada. Hal ini akan mengganggu analisis, karena justru sebuah faktor harus berbeda secara nyata dengan faktor yang lain. Jika isi faktor masih diragukan, dapat dilakukan proses rotasi untuk memperjelas apakah faktor yang terbentuk sudah secara signifikan berbeda dengan faktor lain.
4. Setelah benar-benar sudah terbentuk beberapa faktor, maka proses dilanjutkan dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang mewakili masing-masing faktor. Kemudian dilanjutkan dengan mencari nilai faktor skornya. Nilai skor faktor inilah yang akan menjadi dasar pada analisis selanjutnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden melalui penyebaran kuesioner, untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing faktor yang akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana pada Olah Data Mentah dengan SPSS 19.

a. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat memilih SDIT Al Fityan

Dalam penelitian ini dilakukan analisis faktor secara parsial, menggunakan analisis faktor konfirmatori dari item-item penyusun setiap faktor yaitu sebanyak lima faktor. Kelima faktor ini diberi kode sebagai berikut :

- F1: Dimensi Tangible
- F2: Dimensi Reliability
- F3: Dimensi Responsiveness
- F4: Dimensi Assurance
- F5: Dimensi Emphaty

Berdasarkan analisis faktor konfirmatori, kelima faktor tersebut di atas ditentukan variabel atau komponen penyusunnya yang dapat teramati (X_i), sehingga nilai skor faktor ditentukan oleh komponen-komponen penyusun faktor.

1) Faktor Tangible

Hasil analisis faktor Tangible (F1) merupakan hasil analisis gabungan skor faktor dari lima buah variabel teramati, yaitu : Sarana/prasarana bersih, rapi dan teratur (X1), Tata letak peralatan dan perlengkapan sekolah memadai dan baik (X2), Fasilitas belajar lengkap (X3), Penampilan tenaga pengajar bersih dan rapi (X4) dan Lingkungan, sarana/prasarana relatif aman (X5).

Tabel 3: Hasil uji KMO dan Bartlett's Faktor Tangible

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,863
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	280,055
	Df	10
	Sig.	,000

Sumber: Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Berdasarkan hasil analisis faktor didapat nilai KMO sebesar 0,863 yang lebih besar dari 0,5; yang berarti bahwa semua variabel yang teramati tersebut layak untuk difaktorkan (Tabel 4.9). Nilai KMO 0,863 (lebih besar dari 0,5) dan nilai Sig 0,000 (nilai sig < 0,05), menyatakan bahwa korelasi antar variabel pembentuk faktor bisa diterangkan oleh variabel lainnya dan analisis faktor tepat dilakukan. Ini menunjukkan bahwa faktor *tangible* memang benar ditentukan oleh Sarana/prasarana bersih, rapi dan teratur (X1), Tata letak peralatan dan perlengkapan sekolah memadai dan baik (X2), Fasilitas belajar lengkap (X3), Penampilan tenaga pengajar bersih dan rapi (X4) dan Lingkungan, sarana/prasarana relatif aman (X5).

Tabel 4: Matrik Korelasi Antar Variabel Pembentuk Faktor tangible

		Anti-image Matrices				
		X1	X2	X3	X4	X5
Anti-image Covariance	X1	,359	-,106	-,153	-,073	-,031
	X2	-,106	,517	-,062	-,122	-,029
	X3	-,153	-,062	,306	-,031	-,152
	X4	-,073	-,122	-,031	,524	-,113
	X5	-,031	-,029	-,152	-,113	,425
Anti-image Correlation	X1	,850 ^a	-,247	-,461	-,168	-,080
	X2	-,247	,907 ^a	-,156	-,235	-,062
	X3	-,461	-,156	,814 ^a	-,078	-,422
	X4	-,168	-,235	-,078	,905 ^a	-,239
	X5	-,080	-,062	-,422	-,239	,865 ^a

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Hasil analisis *anti image correlation* antar variabel pembentuk faktor tangible yang disajikan pada Tabel 4 di atas, tampak bahwa variabel-variabel penyusun faktor tangible (X1; X2; X3; X4 dan X5) secara statistic mempunyai korelasi yang sangat signifikan dengan nilai *anti image correlation* lebih dari 0,5.

Pengaruh dari setiap variabel terhadap faktor yang terbentuk dapat diketahui darinilai komunalitasnya seperti terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5: Komunalitas Variabel-Variabel Faktor tangible

		Communalities	
		Initial	Extraction
X1		1,000	,756
X2		1,000	,636
X3		1,000	,791
X4		1,000	,635
X5		1,000	,698

Sumber: Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Nilai komunalitas menunjukkan persentase pengaruh masing-masing variable pembentuk faktor tangible (F1) yang dapat diterangkan oleh faktor yang terbentuk, sebesar 75,6% untuk X1 (Sarana/prasarana bersih, rapi dan teratur), 63,6% untuk X2 (Tata letak peralatan dan perlengkapan sekolah memadai dan baik), 79,1% untuk X3 (Fasilitas belajar lengkap), 63,5% untuk X4 (Penampilan tenaga pengajar bersih dan rapi) dan 69,8% untuk X5 (Lingkungan, sarana/prasarana relatif aman).

Tabel 6: Nilai Eigenvalues, Persentase Varians dan Persentase Kumulatif Varians dari Variabel Pembentuk Faktor Tangible

Component	Total Variance Explained					
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,516	70,313	70,313	3,516	70,313	70,313
2	0,482	9,642	79,955			
3	0,45	9,009	88,963			
4	0,341	6,816	95,779			
5	0,211	4,221	100			

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Tabel 6 menunjukkan bahwa faktor tangible dapat mewakili komponen pembentuknya sebesar 70,313% dari total varians, yang berarti bahwa terbentuk satu faktor yang mewakili tiga variabel X1 sampai X5 dengan nilai akar ciri (*eigenvalues*) sebesar 3,516 lebih besar dari 1,00.

Tabel 7 Matrik Faktor tangible dengan Rotasi Varimax

Component Matrix ^a	
	Component 1
X1	,869
X2	,798
X3	,889
X4	,797
X5	,835

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Hasil analisis komponen matrik pada Tabel 7 menunjukkan hubungan atau korelasi setiap variabel (X1 sampai X5) terhadap faktor yang terbentuk (F1). Semakin tinggi nilai komponen matrik setiap variabel, maka semakin kuat hubungannya atau semakin besar pengaruhnya dalam pembentukan faktor tangible (F1), demikian juga sebaliknya. Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui X3 (Fasilitas belajar lengkap) memiliki hubungan yang paling kuat dengan nilai koefisien korelasi 0,889. Kemudian diikuti oleh X1 (Sarana/prasarana bersih, rapi dan teratur) koefisien korelasi 0,869.

2) Faktor Reliability

Berdasarkan hasil analisis faktor didapat nilai KMO sebesar 0,804 yang lebih besar dari 0,5; yang berarti bahwa semua variabel yang teramati tersebut layak untuk difaktorkan. Nilai KMO 0,804 (lebih besar dari 0,5) dan nilai Sig 0,000 (nilai sig < 0,05), menyatakan bahwa korelasi antar variabel pembentuk faktor bisa diterangkan oleh variabel lainnya dan analisis faktor tepat dilakukan. Ini menunjukkan bahwa reliability (F2) memang benar ditentukan oleh X6 (Iuran/biaya sekolah terjangkau oleh siswa), X7 (Mudah dalam mendapatkan pelayanan), X8 (Manfaat yang diperoleh sesuai dengan biaya yang dikeluarkan), X9 (Pembelajaran yang diperoleh sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan).

Tabel 8: Hasil uji KMO dan Bartlett's Reliability

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,804
	Approx. Chi-Square	184,557
Bartlett's Test of Sphericity	Df	6
	Sig.	,000

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Hasil analisis *anti image correlation* antar variabel pembentuk faktor reliability yang disajikan pada Tabel 9, tampak bahwa variabel-variabel penyusun reliability (X6; X7; X8 dan X9) secara statistik mempunyai korelasi yang sangat signifikan dengan nilai *anti image correlation* lebih dari 0,5.

Tabel 9: Matrik Korelasi Antar Variabel Pembentuk Reliability

Anti-image Matrices					
		X6	X7	X8	X9
Anti-image Covariance	X6	,559	-,189	-,093	-,038
	X7	-,189	,443	-,130	-,102
	X8	-,093	-,130	,406	-,206
	X9	-,038	-,102	-,206	,472
Anti-image Correlation	X6	,838 ^a	-,380	-,196	-,075
	X7	-,380	,807 ^a	-,307	-,223
	X8	-,196	-,307	,780 ^a	-,469
	X9	-,075	-,223	-,469	,801 ^a

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Pengaruh dari setiap variabel terhadap faktor yang terbentuk dapat diketahui dari nilai komunalitasnya seperti terlihat pada Tabel 10.

Tabel 10: Komunalitas Variabel-Variabel Reliability

Communalities			
	Initial	Extraction	
X6	1,000		,631
X7	1,000		,746
X8	1,000		,765
X9	1,000		,697

Sumber: Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Nilai komunalitas menunjukkan persentase pengaruh masing-masing variabel pembentuk reliability (F2) yang dapat diterangkan oleh faktor yang terbentuk, seperti X6 (Iuran/biaya sekolah terjangkau oleh siswa) sebesar 63,1%, X7 (Mudah dalam mendapatkan pelayanan) sebesar 74,6%, X8 (Manfaat yang diperoleh sesuai dengan biaya yang dikeluarkan) sebesar 76,5% dan X9 (Pembelajaran yang diperoleh sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan) sebesar 69,7%.

Tabel 11: Nilai Eigenvalues, Persentase Varians dan Persentase Kumulatif Varians dari Variabel Pembentuk Reliability

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,839	70,977	70,977	2,839	70,977	70,977

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Masyarakat Memilih SDIT Al Fityan Kabupaten Gowa
Muh. Akil Rahman

2	0,531	13,271	84,248
3	0,339	8,484	92,732
4	0,291	7,268	100

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Tabel 12 menunjukkan bahwa reliability dapat mewakili komponen pembentuknya sebesar 70,977% dari total varians, yang berarti bahwa terbentuk satu faktor yang mewakili tiga variabel X6 sampai X9 dengan nilai akar ciri (*eigenvalues*) sebesar 2,839 lebih besar dari 1,00.

Tabel 12: Matrik Reliability dengan Rotasi Varimax

Component Matrix ^a		Component 1
X6		,794
X7		,864
X8		,875
X9		,835

Sumber: Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Hasil analisis komponen matrik pada Tabel 12 menunjukkan hubungan atau korelasi setiap variabel (X6 sampai X9) terhadap faktor yang terbentuk (F2). Semakin tinggi nilai komponen matrik setiap variabel, maka semakin kuat hubungannya atau semakin besar pengaruhnya dalam pembentukan reliability (F2), demikian juga sebaliknya. Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa variabel X8 (Manfaat yang diperoleh sesuai dengan biaya yang dikeluarkan) mempunyai hubungan yang paling kuat terhadap reliability (F2) dengan koefisien korelasi 0,875, diikuti variabel X7 (Mudah dalam mendapatkan pelayanan) dengan koefisien korelasi 0,864, selanjutnya variabel X9 (Pembelajaran yang diperoleh sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan) dengan koefisien korelasi 0,835 dan variabel X6 (Iuran/biaya sekolah terjangkau oleh siswa) dengan koefisien korelasi 0,794.

3) Faktor Responsiveness

Tabel 13: Hasil uji KMO dan Bartlett's faktor responsiveness

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,857
	Approx. Chi-Square	252,435
Bartlett's Test of Sphericity	Df	10
	Sig.	,000

Sumber: Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Berdasarkan hasil analisis faktor didapat nilai KMO sebesar 0,857 yang lebih besar dari 0,5; yang berarti bahwa semua variabel yang teramati tersebut layak untuk difaktorkan. Nilai KMO 0,857 (lebih besar dari 0,5) dan nilai Sig 0,000 (nilai sig < 0,05), menyatakan bahwa korelasi antar variabel pembentuk faktor bisa diterangkan oleh variabel lainnya dan analisis faktor tepat dilakukan. Ini menunjukkan bahwa faktor responsiveness (F3) memang benar ditentukan oleh X10 (Tenaga pengajar profesional dalam mengajar), X11 (Kesederhanaan alur pelayanan), X12 (Materi belajar sesuai dengan silabus), X13 (Penyampaian informasi pelayanan yang jelas) dan X14 (Peryaratan teknis dan administrasi sesuai jenis pelayanan).

Tabel 14: Matrik Korelasi Antar Variabel Pembentuk Faktor responsiveness

		Anti-image Matrices				
		X10	X11	X12	X13	X14
Anti-image Covariance	X10	,474	-,120	-,125	-,087	-,052
	X11	-,120	,414	-,136	-,026	-,145
	X12	-,125	-,136	,483	-,114	,007
	X13	-,087	-,026	-,114	,448	-,179
	X14	-,052	-,145	,007	-,179	,452
Anti-image Correlation	X10	,886 ^a	-,270	-,261	-,190	-,111
	X11	-,270	,849 ^a	-,304	-,061	-,336
	X12	-,261	-,304	,865 ^a	-,246	,015
	X13	-,190	-,061	-,246	,853 ^a	-,399
	X14	-,111	-,336	,015	-,399	,836 ^a

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Hasil analisis *anti image correlation* antar variabel pembentuk faktor responsiveness yang disajikan pada Tabel 14 di atas, tampak bahwa variabel-variabel penyusun faktor responsiveness (X10; X11; X12; X13 dan X14) secara statistik mempunyai korelasi yang sangat signifikan dengan nilai *anti image correlation* lebihdari 0,5. Pengaruh dari setiap variabel terhadap faktor yang terbentuk dapat diketahui darinilai komunalitasnya seperti terlihat pada Tabel 15

Tabel 15: Komunalitas Variabel-Variabel Faktor responsiveness

		Communalities	
		Initial	Extraction
X10		1,000	,682
X11		1,000	,727
X12		1,000	,659
X13		1,000	,693
X14		1,000	,671

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Nilai komunalitas menunjukkan persentase pengaruh masing-masing variabel pembentuk faktor responsiveness (F3) yang dapat diterangkan oleh faktor yang terbentuk, seperti variabel X10 (Tenaga pengajar profesional dalam mengajar) sebesar 68,2%; variabel X11 (Kesederhanaan alur pelayanan) sebesar 72,7%, X12 (Materi belajar sesuai dengan silabus) sebesar 65,9%, X13 (Penyampaian informasi pelayanan yang jelas) sebesar 69,3% dan X14 (Peryaratan teknis dan adminstratif sesuai jenis pelayanan) sebesar 67,1%.

Tabel 16: Nilai Eigenvalues, Persentase Varians dan Persentase Kumulatif Varians dari Variabel Pembentuk Faktor responsiveness

Component	Total Variance Explained					
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,432	68,639	68,639	3,432	68,639	68,639
2	0,519	10,38	79,018			
3	0,402	8,037	87,055			
4	0,375	7,491	94,546			
5	0,273	5,454	100			

Sumber: Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Masyarakat Memilih SDIT Al Fityan Kabupaten Gowa
Muh. Akil Rahman

Tabel 16 menunjukkan bahwa faktor responsiveness dapat mewakili komponen pembentuknya sebesar 68,639% dari total varians, yang berarti bahwa terbentuk satu faktor yang mewakili tiga variabel X10 sampai X14 dengan nilai akar ciri (*eigenvalues*) sebesar 3,342 lebih besar dari 1,00.

Tabel 17: Matrik Reliability dengan Rotasi Varimax

Component Matrix ^a	
	Component 1
X10	,826
X11	,853
X12	,812
X13	,832
X14	,819

Sumber: Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Hasil analisis komponen matrik pada Tabel 17 menunjukkan hubungan atau korelasi setiap variabel (X10 sampai X14) terhadap faktor yang terbentuk (F3). Variabel X11 (Kesederhanaan alur pelayanan) mempunyai hubungan yang paling kuat terhadap faktor responsiveness (F3) dengan koefisien korelasi 0,853, diikuti oleh X13 (Penyampaian informasi pelayanan yang jelas) dengan koefisien korelasi 0,832, selanjutnya X10 (Tenaga pengajar profesional dalam mengajar) dengan koefisien korelasi 0,826, X14 (Peryaratan teknis dan administrasi sesuai jenis pelayanan) dengan koefisien korelasi 0,819 dan X12 (Materi belajar sesuai dengan silabus) dengan koefisien korelasi 0,812.

4) Faktor Assurance

Tabel 18: Hasil uji KMO dan Bartlett's Faktor Assurance

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,902
	Approx. Chi-Square	567,962
Bartlett's Test of Sphericity	Df	36
	Sig.	,000

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Berdasarkan hasil analisis faktor didapat nilai KMO sebesar 0,902 yang lebih besar dari 0,5; yang berarti bahwa semua variabel yang teramati tersebut layak untuk difaktorkan. Nilai KMO 0,902 (lebih besar dari 0,5) dan nilai Sig 0,000 (nilai sig < 0,05), menyatakan bahwa korelasi antar variabel pembentuk faktor bisa diterangkan oleh variabel lainnya dan analisis faktor tepat dilakukan. Ini menunjukkan bahwa faktor assurance (F4) memang benar ditentukan oleh X15 (Tenaga pengajar sesuai dengan bidang keahlian), X16 (Waktu belajar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dan konsisten), X17 (Wewenang dan tanggung jawab tenaga pengajar dalam penyelenggaraan pengajaran di kelas jelas), X18 (Keterampilan dan keahlian tenaga pengajar sesuai dengan bidang yang diajarkan), X19 (Tenaga pengajar familiar dan mampu menggunakan teknologi IT dalam proses pembelajaran), X20 (Kemampuan para tenaga pengajar untuk menumbuhkan rasa percaya kepada siswa di kelas), X21 (Lama waktu pembelajaran sesuai dengan target yang telah ditetapkan), X22 (Tidak ada dikotomi status dalam pemberian layanan kepada siswa) dan X23 (Berperilaku sopan dan ramah dalam melayani).

Tabel 19: Matrik Korelasi Antar Variabel Pembentuk Faktor Assurance

		Anti-image Matrices								
		X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23
Anti-image Covariance	X1	0,399	-	-	-	-	-	-	0,07	-
	5		0,096	0,053	0,049	0,038	0,014	0,079		0,081
	X1	-	0,364	0,005	-	0,073	-	-	-	0,016
	6	0,096			0,098		0,081	0,093	0,093	
	X1	-	0,005	0,331	-	-	-	0,025	-	-
	7	0,053			0,102	0,008	0,073		0,063	0,121
	X1	-	-	-	0,322	-	0,008	-	0,054	-0,02
	8	0,049	0,098	0,102		0,121		0,042		
	X1	-	0,073	-	-	0,414	-	0,068	-	-
	9	0,038		0,008	0,121		0,146		0,146	0,031
	X2	-	-	-	0,008	-	0,462	-	-	-
	0	0,014	0,081	0,073		0,146		0,023	0,008	0,008
	X2	-	-	0,025	-	0,068	-	0,407	-	-
	1	0,079	0,093		0,042		0,023		0,148	0,065
	X2	0,07	-	-	0,054	-	-	-	0,421	-
	2		0,093	0,063		0,146	0,008	0,148		0,032
	X2	-	0,016	-	-0,02	-	-	-	-	0,421
	3	0,081		0,121		0,031	0,008	0,065	0,032	
	X1	,927 ^a	-	-	-	-	-	-1,195 ^a	0,17	-
	5		0,253	0,147	0,136	0,095	0,032			0,197
X1	-	,893 ^a	0,015	-	0,189	-	-	-2,239 ^a	0,042	
6	0,253			0,285		0,198	0,241			
X1	-	0,015	,914 ^a	-	-	-	0,067	-	-3,24 ^a	
7	0,147			0,311	0,023	0,186		0,168		
X1	-	-	-	,900 ^a	-	0,02	-	0,148	-	
8	0,136	0,285	0,311		0,332		0,115		0,054	
X1	-	0,189	-	-	,850 ^a	-	0,166	-0,35	-	
9	0,095		0,023	0,332		0,333			0,074	
X2	-	-	-	0,02	-	,931 ^a	-	-	-	
0	0,032	0,198	0,186		0,333		0,052	0,019	0,019	
X2	-	-	0,067	-	0,166	-	0,896	-	-	
1	0,195	0,241		0,115		0,052		0,358	0,158	
X2	0,17	-	-	0,148	-0,35	-	-	0,863	-	
2		0,239	0,168			0,019	0,358		0,076	
X2	-	0,042	-	-	-	-	-	-	0,937	
3	0,197		0,324	0,054	0,074	0,019	0,158	0,076		

Sumber: Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Hasil analisis *anti image correlation* antar variabel pembentuk faktor assurance yang disajikan pada Tabel 19 di atas, tampak bahwa variabel-variabel penyusun faktor assurance (X15; X16; X17; X18; X19; X20; X21; X22 dan X23) secara statistik mempunyai korelasi yang sangat signifikan dengan nilai *anti image correlation* lebih dari 0,5.

Pengaruh dari setiap variabel terhadap faktor yang terbentuk dapat diketahui dari nilai komunalitasnya seperti terlihat pada Tabel 20.

Tabel 20: Komunalitas Variabel-Variabel Faktor Assurance

	Communalities	
	Initial	Extraction
X15	1,000	,641
X16	1,000	,645
X17	1,000	,710
X18	1,000	,710
X19	1,000	,552
X20	1,000	,592
X21	1,000	,591
X22	1,000	,572
X23	1,000	,633

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Nilai komunalitas menunjukkan persentase pengaruh masing-masing variabel pembentuk faktor assurance (F4) yang dapat diterangkan oleh faktor yang terbentuk, seperti variabel X15 (Tenaga pengajar sesuai dengan bidang keahlian) sebesar 64,1%, X16 (Waktu belajar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dan konsisten) sebesar 64,5%, X17 (Wewenang dan tanggung jawab tenaga pengajar dalam penyelenggaraan pengajaran di kelas jelas) 72%, X18 (Keterampilan dan keahlian tenaga pengajar sesuai dengan bidang yang diajarkan) 71%, X19 (Tenaga pengajar familiar dan mampu menggunakan teknologi IT dalam proses pembelajaran) 55,2%, X20 (Kemampuan para tenaga pengajar untuk menumbuhkan rasa percaya kepada siswa di kelas) 59,2%, X21 (Lama waktu pembelajaran sesuai dengan target yang telah ditetapkan) 59,1%, X22 (Tidak ada dikotomi status dalam pemberian layanan kepada siswa) 57,2% dan X23 (Berperilaku sopan dan ramah dalam melayani) 63,3%.

Tabel 21: Nilai Eigenvalues, Persentase Varians dan Persentase Kumulatif Varians dari Variabel Pembentuk Faktor assurance

Component	Total Variance Explained					
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,646	62,734	62,734	5,646	62,734	62,734
2	0,751	8,343	71,077			
3	0,629	6,991	78,068			
4	0,493	5,478	83,545			
5	0,394	4,382	87,927			
6	0,342	3,797	91,724			
7	0,293	3,259	94,983			
8	0,267	2,971	97,954			
9	0,184	2,046	100			

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Tabel 21 menunjukkan bahwa faktor assurance dapat mewakili komponen pembentuknya sebesar 62,734% dari total varians, yang berarti bahwa terbentuk satu faktor yang mewakili sembilan variabel X15 sampai X23 dengan nilai akar ciri (*eigenvalues*) sebesar 5,646 lebih besar dari 1,00.

Hasil analisis komponen matrik pada Tabel 22 menunjukkan hubungan atau korelasi setiap variabel (X15 sampai X23) terhadap faktor yang terbentuk (F4). Variabel X18 (Keterampilan dan keahlian tenaga pengajar sesuai dengan bidang yang diajarkan) mempunyai hubungan yang paling kuat terhadap faktor assurance dengan koefisien korelasi 0,843, diikuti oleh variabel X17 (Wewenang dan tanggung jawab tenaga pengajar dalam penyelenggaraan pengajaran di kelas jelas) koefisien korelasi 0,842, X16 (Waktu belajar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dan konsisten) koefisien korelasi 0,803, X15 (Tenaga pengajar sesuai dengan bidang keahlian) koefisien korelasi 0,801, X23 (Berperilaku sopan dan ramah dalam melayani) koefisien korelasi 0,796, X20 (Kemampuan para tenaga pengajar untuk menumbuhkan rasa percaya kepada siswa di kelas) koefisien korelasi 0,769, X21 (Lama waktu pembelajaran sesuai dengan target yang telah ditetapkan) koefisien korelasi 0,769, X22 (Tidak ada dikotomi status dalam pemberian layanan kepada siswa) koefisien korelasi 0,756 dan terakhir X19 (Tenaga pengajar familiar dan mampu menggunakan teknologi IT dalam proses pembelajaran) koefisien korelasi 0,743.

Tabel 22: Matrik Faktor assurance dengan Rotasi Varimax

Component Matrix ^a		Component
		1
X15		,801
X16		,803
X17		,842
X18		,843
X19		,743
X20		,769
X21		,769
X22		,756
X23		,796

Sumber: Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

5) Faktor Emphaty

Berdasarkan hasil analisis faktor didapat nilai KMO sebesar 0,5 yang lebih besar atau sama dari 0,5; yang berartibahwa semua variabel yang teramati tersebut layak untuk difaktorkan. Nilai KMO 0,5 (lebih besar atau sama dari 0,5) dan nilai Sig 0,000 (nilai sig < 0,05), menyatakan bahwa korelasi antar variabel pembentuk faktor bisa diterangkan oleh variabel lainnya dan analisis faktor tepat dilakukan. Ini menunjukkan bahwa faktorempathy (F5) memang benar ditentukan X24 (Tenaga pengajar memerhatikan perkembangan atau kemampuan siswa dalam proses pembelajaran) dan X25 (Tenaga pengajar memberikan perhatian langsung kepada siswa yang lambat dalam memahami materi pelajaran).

Tabel 23 Hasil uji KMO dan Bartlett's faktor Emphaty

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
	Approx. Chi-Square	101,981
Bartlett's Test of Sphericity	Df	1
	Sig.	,000

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Hasil analisis *anti image correlation* antar variabel pembentuk faktor empathy yang disajikan pada Tabel 23 di atas, tampak bahwa variabel-variabel penyusun faktor empathy (X24 dan X25) secara statistic mempunyai korelasi yang sangat signifikan dengan nilai *anti image correlation* lebih dari 0,5.

Tabel 24: Matrik Korelasi Antar Variabel Pembentuk Faktor emphaty

		Anti-image Matrices		
		X24	X25	
Anti-image Covariance	X24		,351	-,283
	X25		-,283	,351
Anti-image Correlation	X24		,500 ^a	-,805
	X25		-,805	,500 ^a

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Pengaruh dari setiap variabel terhadap faktor yang terbentuk dapat diketahui darinilai komunalitasnya seperti terlihat pada Tabel 25.

Tabel 25: Komunalitas Variabel-Variabel Faktor emphaty

		Communalities	
		Initial	Extraction
X24		1,000	,903
X25		1,000	,903

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Nilai komunalitas menunjukkan persentase pengaruh masing-masing variabel pembentuk faktor emphaty (F5) yang dapat diterangkan oleh faktor yang terbentuk, seperti variabel X24 (Tenaga pengajar memerhatikan perkembangan atau kemampuan siswa dalam proses pembelajaran) sebesar 90,3% dan X25 (Tenaga pengajar memberikan perhatian langsung kepada siswa yang lambat dalam memahami materi pelajaran) sebesar 90,3%.

Tabel 26: Nilai Eigenvalues, Persentase Varians dan Persentase Kumulatif Varians dari Variabel Pembentuk Faktor Emphaty

		Total Variance Explained				
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,805	90,269	90,269	1,805	90,269	90,269
2	0,195	9,731	100			

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

Tabel 26 menunjukkan bahwa faktor emphaty dapat mewakili komponen pembentuknya sebesar 90,269% dari total varians, yang berarti bahwa terbentuk satu faktor yang mewakili dua variabel X24 dan X25 dengan nilai akar ciri (*eigenvalues*) sebesar 1,805 lebih besar dari 1,00.

Hasil analisis komponen matrik pada Tabel 27 menunjukkan hubungan atau korelasi setiap variabel (X14 sampai X16) terhadap faktor yang terbentuk (F5). Variabel X24 (Tenaga pengajar memerhatikan perkembangan atau kemampuan siswa dalam proses pembelajaran) dan X25 (Tenaga pengajar memberikan perhatian langsung kepada siswa yang lambat dalam memahami materi pelajaran) sama kuat hubungannya terhadap faktor emphaty dengan koefisien korelasi 0,95.

Tabel 27: Matrik Faktor emphaty dengan Rotasi Varimax

		Component
		1
X24		,950
X25		,950

Sumber : Olah Data Mentah dengan SPSS, 2016

5. Pembahasan

a. Faktor berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa

Berdasarkan hasil analisis faktor di atas, menyatakan bahwa dari kelima faktor yang ada dalam penelitian yaitu, faktor tangible, reliability, faktor responsiveness, faktor assurance dan faktor empathy berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

Hal ini sejalan dengan Model SERVQUAL (*service quality*) atau biasa disebut *gap model* yang dikembangkan Zeithaml et al (2006), banyak dipakai sebagai landasan konsep penelitian tentang kepuasan konsumen dibanyak tempat. Model ini mengemukakan bahwa konsumen tidak menerima kualitas layanan dalam satu dimensi saja melainkan di atas banyak faktor yang relevan dengan konteks yang tercakup dalam lima dimensi kualitas pelayanan : *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan atau kepedulian), *assurance* (jaminan kepastian), *emphaty* (perhatian), *tangibles* (wujud nyata).

Penjelasan dari masing-masing pengaruh faktor dijelaskan sebagai berikut :

1. Faktor tangible (wujud nyata)

Faktor tangible memiliki persentase dengan nilai KMO MSA sebesar 0,863 dan jumlah varians sebesar 70,313%. Oleh karena itu faktor tangible berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

Bagi masyarakat yang juga sebagai konsumen dalam melihat dan mengambil keputusan memilih sekolah, hal yang wajar jika faktor wujud nyata menjadi yang pertama kali menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Faktor tangible ini lebih pada ketersediaan fasilitas fisik dalam menunjang pelayanan kepada konsumen, dan di Al Fityan faktor ini telah menjadi standar fasilitas pada setiap cabang Al Fityan. Faktor nyata tersebut antara lain sarana/prasaran bersih, rapi dan teratur, tata letak peralatan dan perlengkapan sekolah memadai dan baik, fasilitas belajar lengkap, penampilan tenaga pengajar bersih dan rapi, lingkungan, sarana/prasarana realtif aman.

Meskipun dari hasil penyebaran angket kepada responden dimana ada juga responden yang mengajukan beberapa informasi di luar angket yang menyatakan beberapa sarana dan prasaran hendaknya senantiasa dijaga standar kebersihannya. Misalnya ketersediaan makanan di kantin yang sehat dan terjangkau oleh siswa serta kebersihan WC/toilet.

2. Reliability (kehandalan)

Reliability memiliki persentase dengan nilai KMO MSA sebesar 0,804 dan jumlah varians sebesar 70,977%. Berdasarkan hasil dari analisis reliability di atas hal ini mendakan bahwa reliability berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

Dalam pemasaran jasa faktor reliability (kemampuan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat), menjadi salah satu faktor penentu dalam hal konsumen menjatuhkan pilihannya. Kehandalan atau *reliability* yang mencakup pelayanan dari sisi administrasi yang berkorelasi dengan manfaat yang diterima oleh konsumen menjadi hal yang signifikan dalam memengaruhi konsumen untuk membuat keputusan memilih sebuah layanan misalnya pendidikan sekolah dasar. Indikator iuran/biaya sekolah yang terjangkau oleh siswa, mudah dalam mendapatkan pelayanan, manfaat yang diperoleh sesuai dengan biaya yang dikeluarkan, pembelajaran yang diperoleh sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan menjadikan faktor ini sebagai salah satu faktor pertimbangan bagi konsumen memilih layanan.

3. Faktor Responsiveness (ketanggapan atau kepedulian)

Faktor responsiveness memiliki persentase dengan nilai KMO MSA sebesar 0,857 dan jumlah varians sebesar 68,639%. Hal ini mendakan bahwa faktor responsiveness berpengaruh terhadap terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Masyarakat Memilih SDIT Al Fityan Kabupaten Gowa Muh. Akil Rahman

Indikator dalam faktor responsiveness (kemampuan untuk membantu konsumen dan meningkatkan kecepatan pelayanan) antara lain tenaga pengajar profesional dalam mengajar, kesederhanaan alur pelayanan, materi belajar sesuai dengan silabus, penyampaian informasi pelayanan yang jelas, persyaratan teknis dan administratif sesuai dengan jenis pelayanan, menjadi bagian dari pertimbangan konsumen dalam memilih SDIT Al Fityan.

Berdasarkan hasil olah data pada table 4.21 menunjukkan bahwa pada faktor ini, indicator X11 yakni kesederhanaan alur pelayanan memberikan 72,7% terhadap faktor yang terbentuk. Ini menyatakan bahwa indicator X 11 cukup baik karena mampu menjelaskan sebagian besar varian dalam faktor ini.

4. Faktor Assurance

Faktor assurance memiliki persentase dengan nilai KMO MSA sebesar 0,902 dan jumlah varians sebesar 62,734%. Berdasarkan hasil dari analisis faktor, ini mendakan bahwa faktor assurance berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa. Faktor assurance berkaitan dengan (jaminan kepastian) : kompetensi yang dimiliki sehingga memberikan rasa aman, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, perilaku dan sifat yang dapat dipercaya. Indikator yang ada dalam faktor ini berisikan 9 indikator. Sebagian besar masyarakat sesuai dengan fenomena dalam memilih sekolah bagi anak-anak mereka, setelah faktor tangible dikalkulasi maka faktor berikutnya yang akan dilihat adalah faktor assurance ini. Adanya rasa aman yang muncul dalam diri orang tua bahwa ketika anaknya disekolahkan di tempat ini, maka akan terbangun kompetensi pada diri sang anak sesuai dengan orientasi orang tua dalam mendidik dan mengarahkan anak. Visi orang tua tentang masa depan anak sesuai dengan visi sekolah yang artinya bahwa visi sekolah membantu mewujudkan visi orang tua dalam membesarkan anak.

Hal ini sesuai dengan angka communalities pada indikator X 17 (wewenang dan tanggung jawab tenaga pengajar dalam penyelenggaraan pengajaran di kelas jelas) dan X 18 (keterampilan dan keahlian tenaga pengajar sesuai dengan bidang yang diajarkan) masing-masing memberikan sumbangan sebesar 71%, menjelaskan bahwa sebagian besar varians di dalam faktor faktor assurance.

Jika melihat profil SDIT Al Fityan yang berisikan visi, misi, karakteristik, dan tujuan pembentukan karakter dimana fokusnya pada terbangunnya kohesifitas antara ilmu umum dan ilmu agama, maka hal ini menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk memilih Al Fityan terutama bagi orang tua yang tidak memiliki banyak waktu untuk mendidik anak di rumah. Kekhawatiran orang tua terhadap serbuan arus modernisasi dengan teknologi informasi (baca : internet sebagai penyangga utama) yang menjadi ujung tombak misalnya dalam bentuk media sosial (facebook, BBM, Line, Whatsapp dll) menjadikan orang tua semakin selektif memilih sekolah. Sehingga tidak mengherankan fenomena sekolah swasta dengan sistem *full day* dan mengusung diksi sekolah *Islam Terpadu* menjadi laris manis menjelang pendaftaran siswa baru.

Informasi ini juga terungkap pada saat penyebaran angket dimana beberapa responden menyatakan bahwa faktor munculnya rasa aman dalam diri orang tua terhadap pembentukan karakter anak yang sesuai dengan nilai-nilai yang dianut (agama) menjadi faktor yang signifikan dalam mengambil keputusan menyekolahkan anak.

5. Faktor Emphaty

Faktor emphaty memiliki persentase dengan nilai KMO MSA sebesar 0,5 dan jumlah varians sebesar 90,269%. Berdasarkan hasil dari analisis faktor emphaty di atas dapat dikatakan hal ini mendakan faktor emphaty berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa.

Faktor emphaty (perhatian) fokus pada sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada masyarakat, kemudahan untuk melakukan kontak komunikasi yang baik, antara penyedia jasa layanan dan pengguna jasa layanan. Ada 2 (dua) indikator dalam faktor ini yaitu X 24 (tenaga pengajar memerhatikan perkembangan kemampuan siswa dalam proses

pembelajaran) dan X 25 (tenaga pengajar memberikan perhatian langsung kepada siswa yang lambat dalam memahami materi pelajaran) dimana masing-masing indikator ini memberikan sumbangan sebesar 90,3 %.

Pada layanan jasa, dimana yang menjadi karakteristiknya adalah *intangibility*, *inseparability*, *variability* dan *perishability* menempatkan faktor *emphaty* menjadi salah satu faktor signifikan dalam memberikan memuaskan kebutuhan konsumen. Jika konsumen tidak puas pada sebuah produk yang nyata, bisa dipegang maka konsumen bisa mengembalikan atau menukarnya kepada produsen, sementara layanan jasa ketika konsumen mengalami ketidakpuasan maka yang akan dilakukan adalah memilih layanan yang lain.

Dalam profil Al Fityan persoalan hubungan yang baik dengan membangun *emphaty*, yang jika dalam bahasa Al Fityan dari 10 karakteristik yang dibangun diantaranya ada 6 karakteristik yang bersinggungan dengan membangun *emphaty*. Hal ini juga didukung pada table 4.31 dimana masing-masing indikator ini memberikan sumbangan 90,3 %, yang dapat dikatakan bahwa indikator ini cukup baik karena mampu menjelaskan sebagian besar varians di dalam faktor ini.

b. Faktor yang dominan berpengaruh

Kelima faktor di atas dapat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa. Ada dua faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan Kab. Gowa, diambil berdasarkan nilai tetinggi *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Kedua faktor tersebut adalah faktor *tangible* dengan KMO sebesar 0,863 berdasarkan dan faktor *Assurance* dengan KMO sebesar 0,902 ..

Hasil olah data ini juga menunjukkan bahwa hipotesis yang dibangun dalam penelitian terbukti, jika faktor *assurance* dan faktor *tangible* menjadi faktor dominan dalam memengaruhi masyarakat memilih SDIT Al Fityan.

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat disimpulkan :

1. Masyarakat dalam memilih sekolah dipengaruhi oleh beberapa faktor dimana dalam penelitian ini mengidentifikasi ada 5 faktor yang memengaruhi. Diantaranya adalah faktor *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.
2. Dari 5 (lima) faktor tersebut maka penampilan fisik yang ditunjukkan lewat sarana dan prasarana (faktor *tangible*) serta adanya rasa aman atau terjaminnya perasaan orang tua (faktor *assurance*) ketika menyekolahkan anaknya di SDIT Al Fityan menjadikan SDIT Al Fityans sebagai pilihan bagi orang tua siswa. Kedua faktor menjadi faktor dominan yang memengaruhi masyarakat memilih SDIT Al Fityan.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan maka ada beberapa saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini, yaitu :

1. SDIT Al Fityan sebagai penyedia layanan di sector jasa, hendaknya senantiasa memerhatikan atau mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat memilih SDIT Al Fityan. Apalagi di tengah persaingan yang semakin sengit karena munculnya sekolah-sekolah yang sejenis. Kemampuan mengidentifikasi faktor-faktor ini akan berdampak pada kemampuan SDIT Al Fityan menyediakan tawaran kepada masyarakat tentang sebuah sekolah yang mengintegrasikan antara ilmu umum dan ilmu agama.
2. Walaupun faktor *tangible* dan *assurance* menjadi faktor dominan yang memengaruhi masyarakat dalam memilih SDIT Al Fityan, namun faktor-faktor lain hendaknya juga terus

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Masyarakat Memilih SDIT Al Fityan Kabupaten Gowa Muh. Akil Rahman

ditingkatkan. Antara satu faktor dengan faktor lain saling terhubung dan saling mendukung sehingga ada upaya untuk bersama-sama menyalurkan ke 5 (lima) faktor ini dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., Kumar, V., Day, G.S., 2004. *Marketing Research*, 8th ed. John Wiley & Sons. USA
- Churchill, Jr. Gilbert A. And Iacobucci, Dawn., 2005. *Marketing Research Methodological Foundation*, 9th ed, Thomson, Ohio
- Fitzsimmons, J.A., Fitzsimmons, M.J., 2006, *Service Management : Operation, Strategy, and Information Technology*, 5th ed, McGraw-Hill, New Jersey
- Ghozali, I., 2001. "Analisis Multivariat: Edisi pertama . BP-Undip, Semarang
- Hawkins, Del I, Roger J. Best, Kenneth A. Coney, 2004, *Consumer Behavior ; Building Marketing Strategy*, 9th ed, McGraw-Hill, New York
- Kartajaya, Hermawan, 2002. *Hermawan Kartajaya on Marketing*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kasali, Rhenald, 2005. *Change*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Keegan, Warren J, Mark C. Green, 2003. *Global Marketing*, 3rd ed, Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, Philip, 2000. *Marketing Management*, The Millennium ed, Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, 2006. *Principles of Marketing*, 11th ed, Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan, 2003. *Marketing Management an Asian Perspective*, 3rd ed, Prentice Hall, Singapore
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, Hean Tat Keh, Xiongwen Lu, 2005. *Service Marketing in Asia ; Managing People, Technology, and Strategy*, 2nd ed, Prentice Hall, Singapore
- Malhotra, Naresh K., 2004. *Marketing Research, An Applied Orientation*, 4th ed, Prentice Hall, New Jersey
- McCarthy, E. Jerome, William D. Perreault, Jr, 2005. *Basic Marketing ; A Global-Managerial Approach*, 15th ed, McGraw-Hill, New York
- Pawitra, Teddy. 2004. Peta dan Paradigma Baru Pemasaran Abad ke-21. *Value Marketing ; Paradigma Baru Pemasaran*. PT Mizan Publika. Jakarta
- Peter, J. Paul, Jerry C. Olson, 2005. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 7th ed, McGraw-Hill, New York
- Setiadi, Nugroho J, 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Kencana, Jakarta
- Subroto, Budiarto, Diah Natalisa. 2004. Commitment to Service Quality to Increase Customer Satisfaction. *Value Marketing ; Paradigma Baru Pemasaran*. PT Mizan Publika. Jakarta
- Sugiyono, 2004. *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung
- Susanto, A.B. 2004. *Value Marketing Paradigma Baru Pemasaran*. PT Mizan Publika. Jakarta
- Walpole, Ronald E, 1995, *Pengantar Statistik*, Edisi ke 3, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler, 2006. *Service Marketing : Integrated Customer Focus Across The Firm*, 4th ed, McGraw-Hill, New York.