PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN WALI MURID MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA TEMPAT PENITIPAN ANAK AULIA)

SKRIPSI

Oleh:

SOFIATUN KHASANAH

NIM: G73215028

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sofiatun Khasanah

NIM : G73215028

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen

Judul Skripsi :Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Wali Murid Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Tempat Penitipan Anak Aulia)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 31 Mei 2019

Saya yang menyatakan,

Sofiatun Khasanah

NIM G73215028

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Sofiatun Khasanah NIM G73215028 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 09 Juli 2019

Pembimbing

Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE., M.Si

NIP. 198209052015031002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Sofiatun Khasanah NIM. G73215028 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 16 Juli 2019, dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam ilmu Manajemen.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I	Penguji II
Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE.,M.Si	Andriani Samsuri, S.Sos., MM.
NIP.198209052015031002	NIP.197608022009122002
Penguji III	Penguji IV
Nurlailah, SE, MM.	Aris Fanani, M. kom
NIP. 196205222000032001	NIP. 198701272014031002

Surabaya, 16 Juli 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141999031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Sofiatun Khasanah
NIM	: G73215028
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen
E-mail address	: khasanah1sofia@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Wali murid Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Tempat Penitipan Anak Aulia)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 31 Juli 2019

Penulis

(Sofiatun Khasanah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Wali Murid melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Tempat Penitipan AnakAulia)"** ini merupakan hasil dari penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid melalui kepuasan sebagai variabel intervening di tempat penitipan anak Aulia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel jenuh sebanyak 30 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah dengan *SPSS 16*. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan *Path Analysis* yang sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan wali murid sedangkan untuk hubungan langsung kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid melalui kepuasan sebagai variabel intervening tidak ada hubungan langsung atau kepuasan tidak memediasi varaibel kulaitas pelayanan terhadap kepercayaan.

Peneliti mengharapkan *Owner* tetap meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan keterampilan dan keahlian dalam mendampingi anak didik dan wali murid serta diharapkan juga agar memberikan pengarahan kepada para bunda atau pengasuh supaya lebih memberikan perhatian mereka secara tulus dan bersifat pribadi kepada anak didik dan wali murid agar bunda atau pengasuh mengerti apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh anak didik serta wali murid dengan begitu wali murid tidak merasa sungkan untuk bercerita apabila ada masalah mengenai tumbuh kembang anak dengan begitu para bunda mengerti apa yang harus dilakukan dalam menghadapi anak didik tersebut.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan, wali murid, tempat penitipan anak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM ..... **i**

PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**

PENGESAHAN ..... **iv**

ABSTRAK ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 12

C. Tujuan penelitian 12

D. Kegunaan penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA **14**

A. Landasan Teori 14

1. Kualitas pelayanan 14

2. Kepercayaan 20

3. Kepuasan 24

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan 30

C. Kerangka Konseptual 33

D. Hipotesis 34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III METODE PENELITIAN 35

A. Jenis Penelitian 35

B. Waktu dan Tempat Penelitian 35

C. Populasi dan Sampel Penelitian 35

D. Variabel Penelitian 36

E. Devinisi Operasional 37

F. Uji Validitas 38

G. Uji Realibilitas 39

H. Jenis dan Sumber Data 40

I. Teknik Pengumpulan Data 41

J. Teknik Analisis Data 43

BAB IV HASIL PENELITIAN 49

A. Deskripsi Umum Objek 49

B. Analisis Data 57

C. Uji Asumsi Klasik 61

D. Uji Hipotesis 63

BAB V PEMBAHASAN 72

BAB VI PENUTUP 80

A. . Kesimpulan 80

B. Saran 81

DAFTAR PUSTAKA 82

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan 30

Tabel 2.2 Kerangka Konseptual..... 33

Tabel 3.1 Devinisi Operasinal..... 37

Tabel 3.2 Skala Instrumen 41

Tabel 4.1 Jadwal Harian TPA Aulia 54

Tabel 4.2 Jadwal Kegiatan TPA Aulia..... 54

Tabel 4.3 *Quality Assurance* 54

Tabel 4.4 Standar Mutu..... 55

Tabel 4.5 Tema dan Sub Tema TPA Aulia 56

Tabel 4.6 Uji Validitas Varaibel Kualitas Pelayanan 57

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Kepercayaan 58

Tabel 4.8 Uji Validitas Kepuasan 59

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas 60

Tabel 4.10 Uji Normalitas..... 61

Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas..... 62

Tabel 4.12 Uji Heterokedastisitas 63

Tabel 4.13 Uji Regresi Sederhana 64

Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi 66

Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Jalur 67

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi Analisis Jalur 1 67

Tabel 4.17 Analisis Jalur Model 2 68

Tabel 4.18 Hasil Koefisiensi Determinasi Analisis Jalur ke 2..... 69

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan dan perkembangan zaman pada era ini membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang terutama pada sektor ekonomi. Perekonomian yang mulanya didominasi oleh sektor industri yang memberikan kontribusi sangat besar bagi perekonomian pada suatu negara khususnya Indonesia. Namun, sekarang industri tersebut merambah ke sektor jasa yang sudah menjangkau berbagai bidang hal tersebut memudahkan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya yang berhubungan dengan industri jasa. Bisnis di bidang jasa merupakan sebuah bisnis yang tidak menggunakan produk. Artinya bisnis dalam bidang jasa ini hanya mengandalkan kinerja pelayanan seseorang dalam melayani konsumennya.Jasa merupakan segala bentuk perbuatan atau aksi yang bisa ditawarkan oleh seseorang kepada pihak lain yang bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik).[1]

Perusahaan jasa menawarkan atau menjual produk kepada konsumennya tidak berbentuk barang namun lebih mengarah kepada perbuatan atau aksi sehingga konsumen hanya bisa menikmati tidak bisa menyimpan atau

[1] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Servis,Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memilikinya. Bidang jasa saat ini mengalami peningkatan dari tahun ke tahun peningkatan tersebut menjadikan biaya kebutuhan akan jasa meningkat juga.Misalnya dalam jasa pendidikan. Mahalnya pendidikan saat ini menjadikan orang tua sekarang dituntut untuk bekerja keras mencari pendapatan yang lebih banyak supaya kebutuhannya tercukupi dan mencapai kesejahteraan dalam kehidupannya. Peran dan status dalam sebuah keluarga saat ini sudah mulai mengalami pergeseran. Sekarang ini peran seorang wanita sebagai ibu tidak hanya sebagai ibu rumah tangga yang mengerjakan pekerjaan rumah dan *full time* mengasuh anaknyaakan tetapi pada zaman sekarang ini peran ibu bergeser menjadi wanita karier karena mereka lebih memilih bekerja. Dalam keadaan seperti ini, sudah menjadi hal yang biasa apabila seorang istri ikut bekerja untuk membantu suami menambah penghasilan keluarga.

Bagi wanita yang belum menikah, bekerja diluar rumah tidak akan memiliki hambatan dalam kehidupannya sebagai wanita karir masalah yang dihadapi hanya masalah pekerjaan saja. Berbeda lagi dengan istri yang bekerja diluar rumah dan sudah memiliki anak menjadikan permasalahan tersendiri.Pasalnya anak tersebut masih membutuhkan perhatian, pendidikan dan kasih sayang. Seorang isteri yang memilih bekerja seringkali menimbulkan problematika dalam menjalankan perannya sebagai ibu dan wanita karier. Istri yang memilih menjadi wanita karier akan membutuhkan seseorang yang akan menggantikannya dalam mengurus pekerjaan rumah dan mengurus anak-anaknya ketika mereka bekerja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sri Mulyani dalam forum " *Empowering Women in the Workplace"* di Bali, Selasa(09/10/2018) dia menyatakan bahwa tidak ada larangan bagi kaum perempuan Indonesia untuk bekerja diluar rumah, akan tetapi Indonesia merupakan Negara yang menomor duakan perempuan dalam kegiatan yang berkaitan dengan pendapatan rumah tangga.[2] Di Indonesia hak-hak dan kesejahteraan anak-anak sangat diperhatikan. Hal ini tertulis dalam undang-undang nomor 35 tahun 2014 tentang perubahan atas undang-undang nomor 23 tahun 2002 tentang perlindungan anak.

Dalam pasal 1 ayat 2 menjelaskan " Perlindungan anak adalah segala kegiatan untuk menjamin dan melindungi anak dan hak-haknya agar dapat hidup, tumbuh, berkembang dan berpartisipasi secara optimal sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, serta mendapat perlindungan dari kekerasan dan deskriminasi ".

Dalam pasal 9 ayat (1a) menjelaskan " Setiap anak berhak mendapatkan satuan pendidikan di satuan pendidikan dari kejahatan seksual dan kekerasan yang dilakukan oleh pendidik, tenaga kependidikan, sesama peserta didik, dan/atau pihak lain.[3]

---

[2] "Dilema perempuan: bekerja atau berumah tangga" dalamhttps://www.voaindonesia.com/a/dilema-perempuan-bekerja-atau-berumah-tangga/4607536.html/diakses pada 10 okt 2018.

[3]"Undang-undang republik Indonesia nomor 35 tahun 2014 tentang perubahan atas undang-undang nomor 23 tahun 2002 tentang perlindungan anak" dalam http//www.kpai.go.id/hukum/undang-undang-republik-indonesia-nomor-35-tahun-2014-tentang-perubahan-atas-undang-undang-nomor 23-tahun-2002-tentang- perlindungan-anak#comment-1345.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagi pasangan suami istri yang memiliki keluarga yang tidak terlalu jauh dengan sanak saudara seperti orang tua, kakak, paman, dan mertua tentunya mereka akan berfikir untuk menjadikan keluarga atau sanak saudara yang dekat sebagai tempat mengasuh dan menitipkan anak-anak merekaselagi mereka pergi bekerja. Lain halnya bagi mereka yang tidak memiliki keluarga dekat. Fenomena wanita karier ini dimanfaatkan sebagai peluang usaha dalam sektor jasa.Salah satu sektor jasa yang sedang berkembang saat ini yaitu *Day Care* atau jasa penitipan anak. Bisnis kreatif di bidang jasa ini menjadi peluang usaha emas bagi masyarakat.Bisnis ini membidik orang tua yang disibukkan dengan pekerjaannya.

Tempat penitipan anak atau *Day Care* merupakan sebuah tempat pendidikan *non-formal* dan pengasuhan anak yang berfungsi sebagai pengganti peran keluarga atau orang tua dalam jangka waktu tertentu selama orangtua memiliki kesibukan dan berhalangan dalam mengasuh anak-anaknya dikarenakan suatu hal seperti bekerja. Sebenarnya menitipkan anak pada tempat penitipan anak bukanlah budaya bagi orang Indonesia. Namun, jika diamati penggunaan jasa tempat penitipan anakpun meningkat dikarenakan kesibukan orang tua dalam bekerja. Tempat penitipan anak memiliki beberapa daya tarik tersendiri yang mampu memikat orang tua untuk menitipkan anak mereka diantaranya yaitu adanya kegiatan pendidikan, dimana anak-anak diberikan permainan yang edukatif dan interaktif. Misalnya menyanyi dan belajar bahasa inggris yang mudah difahami anak dan bermain permainan tradisional.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di Surabaya sudah banyak berdiri tempat penitipan anak (TPA).Ada sekitar 47 tempat penitipan anak (TPA) yang tersebar di Surabaya.[4] Memilih tempat penitipan anak atau *Day Care* yang tepat dan nyaman bagi anak merupakan hal yang paling penting dan harus dipikirkan matang-matang.Selain memilih tempat yang sesuai dengan kantong atau *financial*. Standart pengasuh dan standar tempat penitipan anak juga menjadi pertimbangan orang tua dalam memilih tempat penitipan anak bagi anak mereka karena di khawatirkan terjadi hal-hal yang tidak dinginkan seperti kekerasan pada anak seperti yang terjadi pada anak SD di Surabaya yang mendapat kekerasan seksual yang dilakukan oleh suami pemilik tempat penitipan anak. Berkaca dari kejadian kekerasan di Surabaya pastinya orang tua akan memilih tempat penitipan anak yang memiliki standar kualitas yang benar-benar terpercaya.

Standar kualitas tempat penitipan anak dapat dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut:[5]

a. Jumlah anak

Jumlah anak dan pengasuh akan menentukan kualitas pelayanan di tempat penitipan anak. Usia anak menentukan jumlah tenaga pengasuh yang nanti akan menjadi pendampingnya. Berikut ini tabel jumlah pengasuh dan anak berdasarkan usia.

---

[4] http://sekolah.data.kemdikbud.go.id/index.php/chome/pencarian/.

[5]Diantifani Rizkita, *"pengaruh standar kualitas taman penitipan anak (TPA) terhadap motivasi dan kepuasan orang tua (pengguna) untuk memilih pelayanan yang tepat",* (jurnal-universitas pendidikan Indonesia, 2017), hlm 4-5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.1
Jumlah pengasuh dan anak berdasarkan usia

Usia anak	Jumlah pengasuh
0 - < 1 tahun	1 pengasuh : 4 anak
1 - < 2 tahun	1 pengasuh : 6 anak
2 - < 3 tahun	1 pengasuh : 8 anak
4 - < 5 tahun	1 pengasuh : 12 anak
5 - < 6 tahun	1 pengasuh : 15 anak

Sumber : Depdiknas ,2001.

b. Kualitas Pengasuh

Memiliki ilmu dasar tentang anak merupakan sesuatu hal yang harus ada pada diri tenaga pengasuh. Tidak hanya itu, pengalaman dalam mengasuh anak juga diperlukan dengan begitu, pangasuh dapat memberikan perhatian, kenyamanan dan menciptakan suasana yang menyenangkan sehingga pelayanan dan pengasuhan dapat disesuaikan dengan kebutuhan anak.

c. Kurikulum yang tepat

Kurikulum yang digunakan pada tempat penitipan anak merupakan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan bagi anak.

d. Lingkungan dan Fasilitas

Lingkungan yang nyaman, aman dan menyenangkan merupakan bagian dari tempat penitipan anak yang berkualitas. Peralatan permainan yang digunakan sebagai media bermain anak benar-benar harus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperhatikan seperti bebas dari zat kimia dan tidak berbahaya ketika digunakan anak ketika bermain.[6]

e. Mitra dengan wali murid

Fungsi dari tempat penitipan anak bagi orang tua yaitu sebagai pengganti mengasuh anak ketika orang tua ketika disibukkan dengan pekerjaanoleh karena itu, seluruh kegiatan yang ada di tempat penitipan anak perlu dikomunikasikan kepada orang tua. Komunikasi ini memudahkan anak dalam mencapai pertumbuhan dan perkembangan pada anak.

Banyaknya *Day Care* yang berkembang di Surabaya, dengan fasilitas dan pelayanan yang hampir sama menimbulkan persaingan antar tempat penitipan anak. Salah satunya yaitu tempat penitipan anak Aulia. Dalam menanggapi kondisi persaingan seperti ini, salah satu upaya yang harus dilakukan untuk tetap bertahan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan membuat citra yang baik di benak konsumen agar pelanggan tetap bertahan. Kualitas bukanlah sebuah urusan yang mudah, tetapi memang harus dijalani dan merupakan sebuah keunggulan kompetitif untuk lingkaran bisnis yang jalankan untuk sekarang dan masa yang akan datang.[7]

Dalam meningkatkan Pelayanan yang diberikan, tempat penitipan anak Aulia memberikan berbagai misi edukasi, dimana anak diberikan permainan yang bersifat mendidik dan interaktif dengan didampingi oleh pengasuh atau

---

[6] Ningrum Mettyana Christya, *Pendidikan Anak Usia Dini dan Fasilitas Tempat Penitipan Anak di Semarang,* (Tesis Megister – Universitas Diponegoro, 2009)

[7]Armen J. Karbodian, *Pelanggan Selalu Benar,*(Jakarta: Arcan, 1998), hlm 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tenaga ahli yang berkompeten dalam kegiatan belajar mengajar sambil bermain. Selain itu, tempat penitipan anak Aulia juga sudah cukup baik dalam hal memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wali murid dan anak didiknya. Dibuktikan dengan lingkungan tempat tinggal yang bersih, kamar yang nyaman, kamar mandi yang bersih, dan halaman bermain yang cukup luas. Tempat penitipan anak Aulia juga memiliki kehandalan yang bagus pengasuh memberikan perhatian yang baik terhadap keadaan anak didiknya seperti pengasuh tidak pernah telat memberikan susu, makanan dan cemilan serta terdapat program atau kegiatan pemerikasaan gigi yang dilakukan 6 (enam) bulan sekali. Pengasuh juga bekerja secara maksimal dalam mengasuh anak didiknya.

Pengasuh tempat penitipan anak Aulia memiliki daya tanggap yang baik. Mereka memberikan kesempatan kepada wali murid untuk bertanya tentang hal apapun. Mereka juga memberikan penjelasan tentang tumbuh kembang anak. Informasi yang diberikan oleh pengasuh sangat jelas dan mudah difahami oleh wali murid. Tempat penitipan anak Aulia juga memberikan kesempatan kepada wali murid untuk berkonsultasi mengenai tumbuh kembang anak mereka kepada seorang psikolog kesempatan bertanya ini dilakukan ketika kegiatan *Family Gatering*.

Selain itu jaminan atau *Assurance* yang diberikan tempat penitipan anak Aulia yaitu jaminan kualitas bagi anak didik dengan mengacu pada empat sifat Rasulullah yaitu *Shidiq, Amanah, Fathonah, Tabligh*. Pengasuh berharap anak mampu menerapkan sifat-sifat Rasulullah dimanapun mereka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berada dengan memberikan jaminan tersebut anak diharapkan mampu mengenal Allah serta Rasulnya dan mampu melakukan ibadah secara berurutan. Begitu juga dengan *Emphaty* yang dimiliki, tempat penitipan anak Aulia tidak pernah memandang status sosial dari wali murid sehingga siapapun bisa menitipkan anak mereka ditempat ini.

Pelayanan yang berkualitas berfungsi untuk menarik dan menyakinkan pelanggan agar tetap bertahan memilih jasa yang sudah digunakan. Perusahaan harus lebih menekankan pelayanannya secara optimal melalui kualitas pelayanan, karena pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan *feature* mendasar dalam mempertahankan usaha dan memenangkan persaingan di dalam dunia bisnis.[8]

Meskipun fasilitas yang ditawarkan oleh tempat penitipan anak Aulia telah sesuai dengan harapan wali murid, akan tetapi apabila dalam memberikan pelayanan kurang baik akan menimbulkan rasa ketidakpuasan konsumen. Hal tersebut menyebabkan hilangnya kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan dan motivasi orang tua untuk menitipkan anak mereka juga akan menurun. Sedangkan kepercayaan sendiri merupakan sebuah aset penting perusahaan dalam mencapai loyalitas konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan berkualitas tentunya konsumen akan memberikan penilaian yang baik sehingga dapat dikatakan konsumen tersebut percaya pada kemampuan

[8] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa,* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), hlm 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karyawan dalam memberikan pelayanan.[9] Salah satu penelitian terdahulu mengatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen.Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Kadek Brahma Shiro Wididana dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan kepercayaan pasien rumah sakit umum Shanti Graha Buleleng.[10]

Kejujuran dan keuletan pengasuh dalam mendidik dan mengasuh anak didiknya akan menimbulkan kepercayaan orang tua terhadap tempat penitipan anak tersebut. Begitu sebaliknya, pengasuh yang tidak jujur dan tidak berlaku adil kepada anak didiknya dalam memberikan pelayanan akan membuat orang tua tidak percaya dan kecewa terhadap tempat penitipan anak tersebut. Hal tersebut dapat menyebabkan orang tua sebagai konsumen akan beralih menggunakan jasa penitipan anak yang lain.

Lawrence M. Johnson mengatakan bahwa misi dari perusahaan Bancorp Hawaii Inc adalah hubungan dengan pelanggan merupakan sumber dari semua nilai. Budaya kualitas perusahaan berfokus pada manusia. Kualitas bukanlah sebuah urusan yang mudah, tetapi memang harus dijalani dan merupakan sebuah keunggulan kompetitif untuk lingkaran bisnis yang harus jalankan untuk sekarang dan masa yang akan datang.[11] Jadi dapat dikatakan

---

[9] Molden Elrado H, Srikandi K. dan Edy Yulianto, "*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas (survey pada pelanggan yang menginap di jambuwuluk batu resortkota batu)",* (Jurnal – Universitas Brahwijaya, Malang, 2014), hlm 2.

[10] Kadek Brahma Shiro Wididana, "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pasien Rumah Sakit Umum Shanti Graha Buleleng",* (Jurnal – Universitas Warmadewa, Bali, 2017), hlm 91.

[11] Armen J. Karbodian, *Pelanggan Selalu Benar,*(Jakarta: Arcan, 1998), hlm 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa kualitas pelayanan merupakan seuatu tindakan atau usaha sebuah perusahaan dengan memberikan pelayanan secara optimal untuk memenuhi kebutuhan konsumennya yang akhirnya akan menimbulkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen diartikan sebagai sikap konsumen yang menandakan bahwa mereka telah memperoleh serta menggunakan produk atau jasa. Apabila kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan harapannya maka konsumen akan merasa puas. Konsumen yang puas dengan sendirinya akan menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang telah dikonsumsi atau digunakan dan mereka dengan sendirinya akan mempromosikan produk atau jasa tersebut melalui mulut ke mulut (*Word of Mouth)*.[12]

Melihat pentingnya peran tempat penitipan anak dalam hal sebagai pengganti orang tua tidak salah apabila kualitas pelayanan tempat penitipan anak terus dikembangkan serta dioptimalkan sesuai dengan standarnya.Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan sebuah penitipan anak. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan kepada orang tua sudah memenuhi harapan orang tua.Sehingga menimbulkan kepercayaan orang tua dalam memilih tempat penitipan anak.Dengan *Day Care* Aulia sebagai objek penelitian dengan judul

[12] Mowen dan Minor dalam Vinna Sri Yuniarti, S.E., M.M, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Pustaka setia, 2015), hlm.233.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan wali murid?
2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada jasa penitipan anak Aulia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid
2. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada jasa penitipan anak Aulia.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

   Peneliti berharap dari hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan khususnya untuk *Day Care* Aulia, dengan harapan dapat membawa perusahaan dan pihak yang bersangkutan ke arah yang lebih baik lagi.

2. Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan refrensi dan informasi untuk peneliti yang lainnya yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dalam hal di bidang penelitian yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Bagi setiap perusahaan baik itu perusahaan manufaktur atau perusahaan jasa, kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang harus menjadi perhatian manajemen perusahaan. Karena setiap waktu perusahaan akan berhadapan dengan konsumen oleh karena itu perusahaan harus memberikan pelayanan sebaik mungkin terhadap konsumen. Menurut Endar Sugiarto pelayanan merupakan aksi atau tindakan yang dilakukan sebagai tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh yang dilayani.[13] Sedangkan definisi pelayanan menurut Philip Kotler adalah kegiatan yang dapat diberikan kepada pihak lain, yang tidak berwujud dan tidak berkepemilikan.[14]

Menurut Kasmir layanan konsumen memiliki peran yang begitu penting bagi perusahaan yaitu sebagai ujung tombak perusahaan dalam menghadapi konsumen. Dalam kegiatan berbisnis tugas utama dari

[13]Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa,* (Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2002) hlm. 36.
[14]Aprilia Nia Fardiani, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyariana Bakery dan Café Pandanaran Semarang", (Skripsi—Universitas Diponegoro, Semarang, 2013), hlm. 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Customer Service adalah memberikan pelayanan dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen, sehingga kedepannya akan terbangun hubungan baik antara perusahaan dengan konsumennya[15]

Kualitas pelayanan menurut Basu Swasta diartikan sebagai tindakan atau segala upaya pemilik usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen hingga konsumen merasakan kepuasan.[16] Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai sejauh mana perbedaan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterima oleh konsumen secara nyata.

Menurut Lovelock kualitas pelayanan di ibaratkan sebagai bentuk sikap tetapi tidak sama dengan kepuasan, artinya kualitas pelayanan ditimbulkan oleh perbandingan antara keinginan pelanggan dengan kesanggupan penyedia jasa. Kualitas lebih menekankan pada manfaat yang diberikan pada konsumen karena kualitas pelayanan mampu menciptakan nilai tersendiri bagi pelanggan.[17]

1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Perusahaan akan selalu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Dalam mewujudkan pelayanan yang tersebut dapat di ukur melalui dimensi kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman,

[15] Kasmir, *Kewirausahaan,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) hlm 298
[16]Basu Swasta Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta, Liberty, 2008), hlm 71.
[17] LoveLock, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : PT. Indeks, 2010), hlm 151.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Zeithml dan Berry ada lima indikator untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu:[18]

1) *Tangibles* (Bukti Fisik)

Tangibles merupakan bukti nyata yang diberikan oleh pemilik layanan kepada para konsumennya. Dimensi *Tangibles* ini dapat menumbuhkan citra perusahaan di benak konsumen.komponen dari dimensi ini meliputi gedung, tempat parkir, perlengkapan, dan karyawan.

2) *Reliability* (Kehandalan)

Realibility atau kehandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya. Hal yang penting dalam dimensi ini adalah kepuasan konsumen, jadi unsur dari dimensi ini yaitu kemampuan perusahaan dalam menyampaikan layanan secara tepat dan benar.

3) *Reponsiveness* (Ketanggapan)

Reponsiveness (Ketanggapan) merupakan kesediaan karyawan dalam membantu serta memberikan pelayaan kepada konsumen secara tanggap dan cepat. Ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen dapat menumbuhkan persepsi yang positif dalam benak konsumen mengenai pelayanan yang diberikan. Dimensi ini ditekankan pada permintaan dan keluhan konsumen.

[18] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik,* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm 158.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) *Assurance* (Jaminan dan kepastian)

Assurance (Jaminan dan kepastian) merupakan pengetahuan, kesopansantunan, serta kemampuan pegawai untuk menumbuhkan kepercayaan pada diri konsumen. Perusahaan menumbuhkan kesetiaan dan kepercayaan konsumen melalui karyawan yang langsung berinteraksi dengan konsumen. Dimensi ini menekankan pada pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam melakukan pelayanan. Selain itu karyawan harus memiliki *Attitude* yang baik seperti karyawan bersikap ramah dan tamah pada konsumen yang datang. Dengan begitu konsumen akan merasa nyaman dan tenang.

5) *Emphaty* (Perhatian)

Emphaty (Perhatian) merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen secara pribadi dengan upaya memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Ketika memberikan pelayanan kepada konsumen diharapkan pelaku usaha melakukannya dengan sebaik mungkin. Dalam sudut pandang islam mengajarkan bahwasannya dalam memberikan pelayanan jangan sampai memberikan pelayanan yang buruk. Nilai-nilai islami yang harus diterapkan ketika memberikan pelayanan yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. *Fathonah* (Profesional)

Professional yaitu bekerja dengan sungguh-sungguh atau bekerja semaksimal mungkin dan berkomitmen. [19] Profesionalisme ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra ayat 84:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِۦ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.[20]

2. *Tabligh* (Menyampaikan secara langsung)

Orang yang mempunyai sifat tabligh akan berkata jujur dan menyampaikan segala sesuatu secara benar. [21] Karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen khususnya dalam menyampaikan informasi yang penting harus dilakukan secara langsung agar konsumen tersebut mendapatkan informasi dengan jelas . Hal ini di jelaskan dalam Qur'an Surat Al-Maidah ayat 67:

۞يَـٰٓأَيُّهَا ٱلرَّسُولُ بَلِّغْ مَآ أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ ۖ وَإِن لَّمْ تَفْعَلْ
فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُۥ ۚ وَٱللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ ٱلنَّاسِ ۗ إِنَّ ٱللَّهَ لَا
يَهْدِى ٱلْقَوْمَ ٱلْكَـٰفِرِينَ ﴿٦٧﴾

[19] Didin Hafidudin dan Henri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dan Praktik,* (Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003), hlm 63.
[20] Department Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya,* (Surabaya: Pusaka Agung Harapan, 2006), 119
[21]Hermawan Karta Jaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing,* (Bandung: Mizan, 2006), hlm 132.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya: Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia.Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir.[22]

3. *Siddiq* (Jujur)

   Jujur merupakan sifat tidak pernah berdusta atau berkata bohong. Dalam memberikan pelayanan tidak boleh berbohong dengan kata lain pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.

4. *Amanah* (Dapat di Percaya)

   Amanah artinya mempunyai tanggung jawab dalam setiap melakukan pekerjaan dan kewajiban. Dalam memberikan pelayanan harus bertanggung jawab dan berkompeten dalam pekerjaan yang dilakukan.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan perusahaan mampu memenuhi harapan konsumen. Semakin baik pelayanan maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya ketidak puasan konsumen disebabkan oleh buruknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

[22] Department Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya,* (Surabaya: Pusaka Agung Harapan, 2006), 290

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Kepercayaan

2.1 Pengertian Kepercayaan

Dalam dunia bisnis baik di lingkungan *online* maupun *offline* kepercayaan merupakan kunci utama perusahaan untuk membangun hubungan dengan konsumen. Menurut Rousseau et al dalam Addul Naved Tariq dan Nadia Moussaoui kepercayaan adalah keadaan dimana seseorang menerima tindakan yang dilakukan orang lain berdasarkan harapan positif dari perilaku atau niat lain.[23]

Definisi kepercayaan menurut Farida Jasfar yaitu suatu hubungan yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam mengatur sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai tambah barang atau jasa.[24] Sedangkan kepercayaan menurut Moorman et aldalam Asriel Azis yaitu perilaku terhadap mutu dan reabilitas perusahaan dalam memenuhi harapan dan keinginan konsumen di masa depan.[25]

Menurut Mayer et al dalam Ainur Rofiq, ada tiga faktor yang dapat membentuk kepercayaan seseorang terhadap orang lain yaitu:[26]

---

[23] Abdul Naved Tariqan dan Nadia Moussaoui, *The Main Antecendent of Customer Loyalty in Moroccan Banking Sector".International Journalof Business and Management Science,*(Desember, 2009), 101.

[24] Farida Jasfar, *Manajemen Jasa: Pendekatan Tepadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hlm 167.

[25] Moorman et al dalam Asriel Azis, " *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada pengguna jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (PERSERO)),*(Skripsi-Universitas Negeri Yogyakarta, 2006), hlm 10.

[26] Mayer et al dalam Ainur Rofiq, " Pengaruh dimensi kepercayaan (*Trust)* terhadap partisipasi pelanggan *E-commerce* (Studi pada pelanggan *E-commerce* di Indonesia)", (Tesis – Universitas Brahwijaya, 2007), hlm 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Integritas (*Integrity)*

Intergritas erat kaitannya dengan kejujuran dan perilaku penjual saat menjalankan bisnisnya. Apakah informasi yang konsumen dengar dari penjual sudah sesuai dengan realita atau tidak. Jujur berkaitan dengan realita, fakta dan moralitas.

2) Kebaikan Hati (*Benevolance)*

Benevolance atau kebaikan hati merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan keuntungan satu sama lain. Perusahaan bukan hanya mengejar profit semata, namun juga memiliki perhatian untuk mewujudkan kepuasan pada konsumennya.

3) Kemampuan (*Ability)*

Keahlian perusahaan atau penjual dalam menguasai suatu wilayah yang lebih spesifik. Hal ini berkaitan dengan bagaimana perusahaan atau penjual mampu melayani, menyediakan dan memberikan rasa aman kepada konsumennya. Dimensi ini mencerminkan suatu keadaan yang aman. Dimana konsumen merasa ada jaminan bahwa merek akan memperhatikan serta bertanggung jawab terhadap mereka.

Dengan demikian berdasarkan penjelasan definisi kepercayaan diatas dapat disimpulkan bahwa pada intinya kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dalam diri konsumen. Kepercayaan meerupakan aspek

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penting dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan.Terutama mengenai kepercayaan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan, integritas, relibialitas dan informasi yang disampaikan oleh perusahaan kepada konsumen. Penyedia jasa yang berhasil dalam memenuhi janjinya yang diberikan kepada konsumen, akan mampu menjaga dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dalam jangka panjang.

2.2 Membangun Kepercayaan Konsumen

Dalam membangun kepercayaan konsumen dapat melalui empat inti kreadibilitas.Untuk membangun kepercayaan pada orang lain hal pertama yang dilakukan adalah memulai dari diri sendiri. Prinsipnya adalah kreadibilitas atau keadaan yang dapat dipercaya. Ada beberapa unsur yang dapat meningkatkan Kreadibilitas yaitu:[27]

1) Integritas

   Integritas dapat diartikan sebagai kejujuran.Jujur berkaitan dengan masalah realitas, fakta dan moralitas. Kejujuran tidak hanya sekedar tentang sikap dan perkataan akan tetapi konsisten dalam bertindak juga merupakan kejujuran.

2) Niat

   Niat merupakan keinginan dalam hati sesorang untuk melakukan sesuatu pekerjaan.Seseorang dalam memulai sebuah bisnis hendaknya diawali dengan niat. Kepercayaan akan tumbuh diantara

[27] Stephen M.R. Covey, *The Speed Of Trust,* (Tanggerang: Karisma Publishing Grup, 2011), hlm 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dua orang ketika didasarkan satu niat yang sama dan dapat menguntungkan bersama.

3) Kemampuan

Kemampuan dapat diartikan sebagai keahlian individu untuk melakukan segala hal atau tugas dalam suatu pekerjaan. Kemampuan bukan hanya tentang sekedar memberikan pelayanan secara individu akan tetapi lebih pada seluruh aspek dalam bisnis.

4) Hasil

Dimensi ini mengacu pada kinerja dan prestasi. Apabila perusahaan belum berhasil melakukan sesuai dengan realita, maka kredibilitas akan menurun, namun sebaliknya apabila perusahaan berhasil melakukan sesuatu sesuai dengan realita, nama baik akan didapatkannya.[28]

2.3 Manfaat Kepercayaan

Berikut merupakan manfaat dengan adanya kepercayaan menurut Morgan dan Hunt dalam skripsi Dina Amanda:[29]

1. Kepercayaan dapat digunakan oleh pihak *Marketing* untuk menjaga hubungan baik yang sudah dijalain dengan konsumen.
2. Kepercayaan lebih menaruh pilihan pada keuntungan jangka panjang dari pada jangka pendek dengan bertahan pada mitra yang ada.

[28] Stephen M.R. Covey, *The Speed Of Trust,* (Tanggerang: Karisma Publishing Grup, 2011), hlm 109.

[29] Morgan et al dalam Dina Amanda, " Pengujian kepuasan sebagai variabel intervening antara pengaruh kepercayaan dab atribut produk tabungan batara IB terhadap loyalitas nasabah (Studi pada bank tabungan negara (PERSERO) TBK kantor cabang syariah palembang), (Skripsi – UIN Raden Fatah Palembang, 2017), hlm 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Kepercayaan mendorong perusahaan untuk memperhatikan sikap yang nantinya akan mendatangkan risiko dengan cermat, karena perusahaan yakin bahwa kompetitor lain tidak akan mengambil kesempatan yang merugikannya.

3. Kepuasan Konsumen

3.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi sesuai dengan harapan atas jasa atau produk yang dibeli. Pengalaman, keinginan dan kebutuhan, informasi dari ikan serta pengalaman dari teman merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi harapan dan persepsi konsumen.[30] Menurut Zeithaml dan Bitner mengemukakan kepuasan konsumen adalah konsumen yang merasakan kepuasan terhadap barang atau jasa yang sudah dibeli atau digunakan dan akan melakukan pembelian ulang terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Hal seperti ini dapat membangun kesetiaan pada pelanggan.[31] Kepuasan konsumen yaitu level tertinggi dari perasaan seorang konsumen setelah membandingkan tindakan atau kinerja yang didapatkan dengan harapannya.[32]

Fandy Tjiptono berpendapat bahwa kepuasan konsumen memiliki dua variabel utama yang menentukan kepuasaan pelanggan yaitu

[30] Nasution, *Manajemen Mutu Tepadu,* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), hlm 60.
[31] Mamang Etta dan Sopian, *Perilaku konsumen, pendekatan praktis disertai : Himpunan jurnal penelitian,* (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2013), hlm 180.
[32] Kotler dalam Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa,* (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2006), hlm 178.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Expectations dan *Perceived Performance*. Arinya jika *Perceived Performance* melebihi *Expectations*, maka pelanggan tidak akan merasa puas, begitu pun sebaliknya. Kepuasan konsumen dapat tercapai apabila penyampaian informasi penyedia jasa kepada pelanggan sudah sesuai dengan harapan konsumen.[33]

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:[34]

1) Kualitas Produk

   Pelanggan akan merasa puas ketika barang yang dibeli dan mereka gunakan berkualitas tinggi.

2) Harga

   Kualitas produk sama namun harga jual barang yang berbeda menjadikan konsumen cenderung akan memilih produk dengan harga yang murah namun berkualitas.

3) Kualitas Pelayanan

   Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan. Apabila konsumen merasakan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan, dengan sendirinya akan menimbukan loyalitas konsumen.

4) Emosional

   Pelanggan akan merasa senang dan bangga dengan apa yang telah dia peroleh. Pelanggan juga akan mendapatkan keyakinan bahwa

[33] Syamsi, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada siswa bimbingan dan konsultasi belajar Al-qolam Bandar Lampung,*(Jurnal -), Vol 5, No 1 April 2008, hlm 23.
[34] Rambat Lupiyoadi, *Manjemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik,* Edisi keempat (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm 57.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang lain akan takjub dan kagum dengan dia apabila dia menggukan *Brand* tertentu, sehingga akan timbul kepuasan dalam diri konsumen. kepuasan tersebut dikarenakan nilai sosial.

5) Biaya

Pelanggan cenderung akan merasakan kepuasan apabila pelanggan tidak perlu mengelurakan biaya tambahan untuk barang atau jasa yang mereka beli.

Ada beberapa faktor pendorong kepuasan konsumen menurut Irawan sebagai berikut:[35]

1) Biaya dan kemudahan, artinya pelanggan akan merasa bahwa dirinya puas apabila dimudahkan, merasakan kenyamanan dan biaya yang terjangkau untuk memperoleh barang atau jasa.
2) Kualitas Produk, munculnya kepuasan pada pelanggan setelah pelanggan melakukan pembelian dan menggunakan jasa atau barang yang menurut mereka berkualitas bagus.
3) Harga, harga yang murah merupakan salah satu kepuasan bagi konsumen karena konsumen akan mendapatkan nilai yang tinggi.
4) Emisional, karena adanya tingkat nilai emosional yang diberikan suatu merek jasa atau produk kepada konsumen sehingga menciptakan sebuah kepuasan bagi konsumen.

[35] Hendry Irawan, Juwandi, *Kepuasan Pelayanan Jasa,*(Jakarta : Erlangga, 2004), hlm 37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) *Service Quality,* dalam hal ini nilai kepuasan sulit untuk ditirukan karena kualitas pelayanan memiliki berbagi dimensi salah satunya yaitu SERVQUAL.

3.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller hal yang bijaksana yang harus dilakukan perusahaan yaitu melakukan pengukuran kepuasan konsumen secara berkala.[36] Salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen dengan cara melakukan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkala dengan begitu perusahaan akan selalu mengerti seberapa tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang dijual.

Ada empat dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1) Kritik dan Saran

Suatu perusahaan yang mementingkan pelanggan akan memberikan kesempatan khusus bagi pelanggannya dalam menyampaikan kritik dan saran yang mereka rasakan selama menggunakan atau membeli produk atau jasa kepada perusahaan. misalnya dengan memberikan kotak saran, surat komentar dan lain-lain. kritik dan Saran yang ditulis pelanggan dapat memberikan perusahaan informasi atau ide dan sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan. Dengan adanya kritik dan saran ini perusahaan dapat

[36]Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran*, edisi 12, (Jakarta : PT. Indeks, 2009), hlm 40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengetahui apa yang menjadi keluhan dari konsumennya dengan begitu perusahan dapat cepat tanggap memperbaikinya.

2) Survei Pelanggan

Untuk melakukan sebuah riset pelanggan.Sebagian besar mengunakan metode survei.Survei yang tersebut dapat dilakukan via telepon, email bahkan wawancara langsung dengan pelanggan. Dengan menggunakan metode ini perusahaan akan mudah mendapatkan *Feedback* dari para pelanggannya.

3) *Ghos Shopping*

Cara ini dilakukan dengan mempekerjakan orang lain yang bertindak sebagai konsumen produk dari perusahaan pesaing. Kemudian mereka akan menyampaikan temuan apa saja yang didapat dari perusahaan tersebut khususnya pada kelemahan dan kekuatan perusahaan tersebut.

4) *Lost Customer Analysis*

Dalam hal ini perusahaan menghubungi kembali pelanggannya yang telah berhenti membeli lagi kepada mereka dan pelanggan yang beralih pemasok. Dengan cara seperti ini perusahaan akan mengetahui alasan para pelanggannya berpindah pada tempat lain.

Menurut Fornel dalam Fandy Tjiptono ada 3 (tiga) aspek penting yang perlu ditelaah dalam pengukuran kepuasan pelanggan yaitu:[37]

[37] Fandy Tjiptono, *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan dan penelitian,*(Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm 268.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) *Overal Statisfaction* (Kepuasan secara keseluruhan)
2) *Comfirmation of exspectation* (konfirmasi harapan) dimana tindakan atau kinerja sesuai dengan kenyataan atau harapan
3) *Comparison of ideal* (Perbandingan antara situasi ideal) adalah kinerja dari produk atau jasa dibandingkan dengan produk ideal menurutkonsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Kadek Brahma Shiro Wididana (2017)	Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan kepercayaan pasien rumah sakit umum Shanti Ghara Buleleng	Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepercayaan pasien rumah sakit umum shanti graha buleleng	- Variabel bebas kualitas pelayanan - Variabel terikat yang digunakan kepercayaan. - Metode penelitian kuantitatif	- Objek penelitian - Responden penelitian - Variabel Terikat yang lain adalah Kepuasan - Kepuasan sebagai variabel intervening
2.	I Gede Yogi Pramana Ni Made Rastini (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah bank mandiri cabang veteran denpasar bali	Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepercayaan nasabah bank mandiri cabang veteran denpasar bali	- Variabel bebas yang kualitas pelayanan - Variabel terikat yang digunakan yaitu kepercayaan - Metode penelitian kuantitatif	- Objek penelitan - Responden penelitian - Variabel terikat yang lain adalah Loyalitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.	Novandy N. Rachma Afi Rahmat Slamet (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intevening pada pelanggan ramayanan *departement store* mall dinoyo city malang	Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan ramayanan *departement store* mall dinoyo city malang	- Variabel bebasKualitas pelayanan - Variabel Intervening kepuasan - Metode penelitian kuantitatif	- Objek penelitan - Responden penelitian - Variabel terikat adalah Loyalitas pelanggan
2.	Priasmoro Iskandar Tri Indra Wijaksana	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada penggunaJasatransportasi Pt. Tara megah muliatama (taksi gemahRipah) di kota bandung.	Variabel kepuasan sebagai variabel intervening memiliki pengaruh untuk menghubungkan kualitas pelayanan dan loyalitas	- Variabel bebas yang digunakan kualitas pelayanan - Variabel intervening yang digunakan kepuasan konsumen - Metode penelitian kuantitatif.	- Objek penelitian - Responden penelitian - Variabel terikat adalah Loyalitas pelanggan
3.	Dwi Kartikasari Aryo Dewanto Fatchur Rochman	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap	- Variabel bebas kualitas pelayanan - Variabel terikat	- Objek penelitian - Responden penelitian - Variabel Terikat

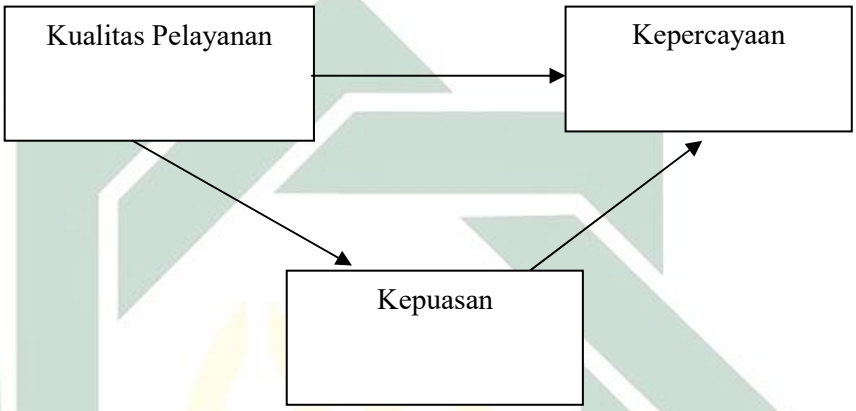
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		kepercayaan di rumah sakit Bunda Kandangan Surabaya	kepercayaan pasien di RSBK Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan melalui kepuasan pasien sebagai variabel *Intervening*	kepercayaan - Metode penelitian kuantitatif	yang lain adalah Kepuasan - Kepuasan sebagai variabel intervening

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Kerangka Konseptual

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual



Sumber : Buku Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, dapat dijelaskan bahwa penelitian ini memiliki satu variabel bebas (kualitas Pelayaan), satu variabel terikat (Kepercayaan), dan satu variabel Intervening (Kepuasan). Kerangka konseptual ini digunakan untuk mengarahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu :

1. Pengaruh kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan wali murid?
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada tempat penitipan anak Aulia?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H_1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan wali murid

H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan wali murid

H_2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan wali murid melalui kepuasan sebagai variabel intervening

H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan wali murid melalui kepuasan sebagai variabel intervening

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penilitian kuantitaif, dimana data yang ada dalam penelitian ini berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.[38] Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode suvei merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu, tetapi peneliti melakukan tindakan pengumpulan data seperti menyebarkan kuesioner sebagi alat untuk menggali data.[39]

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di Tempat Penitipan Anak Aulia di daerah Surabaya berlokasi di di Jl. Pandugo I PD 22 Rungkut Surabaya.Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2019.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari objek yang menjadi bahan penelitian yang memiliki karakteristik sama.[40] Menurut Sugiono

[38] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hlm 7.
[39]Ibid., hlm 6.
[40] Andi Supangat, *Statistika : Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hlm 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristiktertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti.[41]Populasi dalam penelitian ini yaitu orang tua atau wali murid dari anak didik dari Tempat Penitipan Anak (TPA) Aulia.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi.[42] Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah seluruh orang tua atau wali murid anak didik dari tempat penitipan anak Aulia, yang berjumlah 30 wali murid.Teknik pengambilan sampel pada penlitian ini menggunakan sampel jenuh, yaitu dengan mengambil seluruh populasi yang ada pada objek penelitian.[43]

D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada 3 (Tiga) variabel, 1 (satu) variabel independen atau variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab tumbuhnya variabel dependen.[44] Varibel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan.Variabel kedua dari penelitian ini yaitu Variabel dependen (Variabel Terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi varibel dependen yaitu kepercayaan dan variabel ketiga dalam penelitian ini yaitu variabel mediasi (*Intervening Variable*) merupakan variabel yang

[41] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 80.
[42]Ibid., hlm 81.
[43]Ibid., hlm 85.
[44] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati serta di ukur. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel intervening atau varibel mediasi yaitu kepuasan.

E. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Teoritik	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	Philip Kotler pelayanan adalah kegiatan yang dapat diberikan kepada pihak lain, yang tidak berwujud dan tidak berkepemilikan.	Tindakan atau kinerja karyawan yang diberikan kepada konsumen	1. *Tangible* (Bukti Fisik) 2. *Realibility* (Kehandalan) 3. *Reponsiveness* (Ketanggapan) 4. *Assurance* (Jaminan dan kepastian) 5. *Emphaty* (Perhatian) (Parasuraman, Zeithml dan Berry)
Kepercayaan (Y)	kepercayaan menurut Farida Jasfar yaitu suatu hubungan yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam mengatur sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai	Keyakinan dalam diri konsumen.	1. Integritas (*Integrity)* 2. Kebaikan Hati (*Benevolance)* 3. Kemampuan (*Ability)*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	tambah barang atau jasa		
Kepuasan	Zeithaml dan Bitner mengemukakan kepuasan konsumen adalah konsumen yang merakan kepuasan terhadap barang atau jasa yang sudah dibeli atau digunakan dan akan melakukan pembelian ulang terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Hal seperti ini dapat membangun kesetiaan pada pelanggan.	Tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja dengan harapan	**1.** *Overal Statisfaction* **2.** *Comfirmation of exspectation* **3.** *Comparison of ideal*

F. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat yang digunakan untuk menguji keakuratan suatu instrument sehingga dapat meyakinkan apabila hasil yang telah diukur sesuai dengan yang diharapkan.[45] Cara yang digunakan untuk uji validitas adalah *pearson product moment correlation*. Pengujian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing item pernyataan dengan skor total. *pearson product moment correlation* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

[45] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 267.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan

R : Koefisien korelasi antara X dengan Skor total Y

N : Banyaknya Responden

X : Skor dari keseluruhan item

Y : Jumlah skor yang diperoleh dari keseluruhan item

Σ XY: Jumlah perkalian dari X dan Y

Σ X^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi pada X

Σ Y^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi pada Y

Data yang valid terjadi apabila terdapat kolerasi konkret dengan syarat r = 0,05. Apabila ada kolerasi setiap item dengan skor kurang dari 0,05 maka item tersebut dikatakan tidak valid.[46]

Uji ini digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya pertanyaan pada kuesioner yang diajukan kepada responden penelitian. Dengan demikian, peneliti dapat mengetahui seberapa besar responden dalam menjawab kuesioner yang sesuai dengan keinginan peneliti.

G. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengukuran atas kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan indikator dari variabel adapada

[46]Ibid., hlm 267.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kuesioner. Hasil dari penelitian dapat dikatakan realibel apabila ada kesamaan data dalam waktu yang berbeda.[47]

Uji Reliabilitas sangat berbeda dengan uji validitas.Uji reliabilitas lebih menekankan pada masalah konsistensi dan ketepatan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* koefisien yang diukur mempunyai nilai yang beragam antara 0 sampai dengan 10. Koefisien alpha dapat dikatakan reliabel ketika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.[48]

H. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli atau responden. Data primer harus digali sendiri oleh peneliti dengan langsung melibatkan responden yang sudah ditentukan.Untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan menyebar kuesioner, wawancara, dan observasi.[49] Dalam mendapatkan data tersebut, peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen.

---

[47] Ibid., hlm

[48] Suharsimi dalam Asriel Aziz, " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada pengguna jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia (Persero)), (Skripsi- Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), hlm 32 .

[49] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm 129.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang menggunakan media perantara untuk memperoleh data tersebut peneliti perlu mencari dan mengumpulkannya.[50] Data sekunder dalam penelitian ini yaitu buku-buku referensi, *literature* dan artikel yang berhubungan permasalahan peneliti.

I. Teknik Pengumpulan Data

1.Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun beberapa pertanyaan tertulis kepada responden. Teknik mengumpulkan data dengan kuesioner sangat efektif apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang dapat diharapkan responden.[51] Kuesioner yang akan disebar kepada resondendidalamnya mengunakan skala likert. Skala likert merupakan alat yang digunakan untuk menghitung pendapat responden tentang kejadian.[52]

[50] Ibid., hlm 124
[51] Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial, Kuantitatif dan Kualitatif* (Jakarta: Gaung Persada Group, 2008), hlm 77.
[52] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 132

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.2
Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Responden hanya perlu memberi tanda √ (Centang) pada kotak pilihan pada pertanyaan yang dianggap paling sesuai dengan keinginannya.Kuesioner ini merupakan alat paling utama dalam penggalian data yang dilakukan dalam penelitian ini. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan cara manual dengan menggunakan kuesioner yang telah dicetak dan diserahkan langsung oleh peneliti kepada responden.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan wawancara digunakan apabila peneliti ingin mengetahui sesuatu hal yang lebih mendalam dari responden dan jumlah respondennya kecil.Dalam penelitian ini, wawancara hanya akan dilakukan oleh peneliti apabila peneliti ingin menambah wawasan informasi mengenai wali murid atau orang tua anak didik dari tempat penitipan anak Aulia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Observasi

Observasi ini dilakukan langsung oleh peneliti dengan cara penelitian langsung terhadap responden yang sudah ditetapkan menjadi objek penelitian ini.

J. Teknik Analisis Data

Secara umum penelitian ini menggunakan metode analisis yaitu metode kuantitatif yang mana data yang diperoleh berupa angka-angka sehingga analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi sederhana dan Path Analysis (Analisis Jalur) yang pengolahan data dari hasil dilapangan dibantu dengan menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 16.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai alat untuk mengetahui apakah data penelitian yang diambil dari populasi berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara uji *Kolmogorov Smirno.*[53] Setelah dilakukan pengecekan dan apabila nilai probabilitas > 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal begitu pula sebaliknya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearritas digunakan sebagai alat untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel

[53] Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hlm 92

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bebas (Independent). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.[54] Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan cara menganalisis matriks korelasi antar variabel-variabel bebasdan juga melalui pengambilan keputusan dengan nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor (VIF).* Dimana nilai dari tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya apabila nilai *tolerance* < 0,10 atau nilai VIF > 10,00 maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model dari regresi linier sederhana menjadi tidak efisien dan akuratjuga mengakibatkan penggunaan metode hanya maksimum dalam memperhitungkan parameter (koefisien) regresi akan terganggu. Selain itu uji heteroskedastisitas yaitu adanya perbedaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.Pengambilan keputusan dalam menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji Glejer yang mana apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas dan sebaliknya apabila nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

[54] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005) , hlm.85

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) yang secara linier. Analisis ini memiliki tujuan untuk mengetahui arah dari hubungan anatar variabel independen (X) dengan variabel dipenden (Y) apakah memiliki hubungan yang positif atau negatif dan akan digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apakah variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Rumus regresi liniear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen

X : Variabel Independen

a : Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b : koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan).

a. *Path Analysis* (Analisis Jalur)

Analisis jalur merupakan proses dari penelitian yang digunakan untuk menguji kemampuan dari hubungan yang terjadi secara spontan atau sebaliknyaantara variabel dependen terhadap variabel independen. Menurut Fraenkel dan Wallen dari korelasi sebab akibat diantar tiga variabel atau lebih.Analisis jalur (path analys) merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan kausal antara variabel yang mana digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel bebas terhadap variabel terikat.

Sehingga analisis tersebut memiliki perbedaan dengan teknik analisis lainnya yang mana pengujiannya menggunakan variabel *mediating / intervening* atau dengan kata lain sebagai perantara, seperti x→y→z.[55] Dalam penelitian ini rangka operasi yang digunakan menganalisis terdiri dari 2 persesuaian regresi dalam membentuk hasil intervening yang akan terjadi. Persamaan tersebut yaitu:

1. Pengaruh langsung : Y = a + B1X
2. Pengaruh tidak langsung : Z = a + B1X + B2Y

Keterangan :

Y : Variabel dependen

Z : Variabel Intervening

B1 : Koefisien Regresi

a : Koefisien Konstanta

X : Variabel Independen

b. Uji Parsial (T- test)

Uji persial atau T-tets digunakan untuk menguji T pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabeldependen. Pengujian ini dilakukan dengan

[55]Imam, Ghozali.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), Hlm 101

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membandingkan antara nilai T hitung dengan T tabel, jika T hitung dengan T tabel signifikan dibawah 5% maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan begitu sebaliknya.

Dalam penelitian ini, uji T digunakan sebagai metode yang akan menguji signifikansi hubungan dari variabel X dan Y, apakah variabel X (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel Y (kepercayaan konsumen).[56]

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H1:Kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh terhadap kepercayaan wali murid

H0 :Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan wali murid

H2: Kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh terhadap kepercayaan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada tempat penitipan anak Aulia

H0: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada tempat penitipan anak

[56]Ibid. hlm. 75

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dasar pengambilan keputusannya yaitu melihat angkasignifikansi, diantaranya:[57]

- Jika kemungkinan > 0.05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
- Jika probabilitas < 0.05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

c. Koefisien Determinasi (*Adjusted* R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan tambahan pengaruh yang diberikan kepada variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.Nilai R^2 yang memiliki arti kecil dan yang mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangatlah terbatas dan apabila nilai dari R^2 mendekati satu berarti dibutuhkan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen.

[57]Imam, Ghozali.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS.* Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005. hlm 85

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek

a. Sejarah Day Care Aulia

Perubahan sosial dan budaya dalam kehidupan masyarakat memberikan kesempatan kepada kaum wanita untuk berperan aktif dalam segala bidang tidak dapat dipungkiri lagi peran wanita pada masa ini menjadi ganda yaitu menjadi ibu rumah tangga sekaligus menjadi wanita karier atau pekerja. Peran ganda wanita tersebut menimbulkan berbagai dampak positif dan negatif. Misalnya untuk dampak positif ada pemasukan tambahan keluarga untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Sedangkan untuk dampak negatif yang sering timbul terutama terlihat pada konflik pengaturan waktu antara peran wanita sebagai istri yang mengurus rumah serta mendidik anak-anak dan peran wanita sebagai wanita karier.

Melihat konflik peran ganda seorang wanita dalam berumah tangga akan menimbulkan masalah besar bagi keluarga. Berpijak pada kepedulian tersebut ibu Risanti mendirikan tempat penitipan anak Aulia. Ibu Risanti merupakan alumni program studi pertanian Universitas Brawijaya Malang. Ketertarikannya terhadap anak-anak membuat ibu Risanti memilih untuk mengambil sekolah pendidikan anak Diploma 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah itu, ibu risanti memutuskan untuk mendirikan tempat penitipan anak. Tempat penitipan anak tersebut diberinama tempat penitipan anak Aulia.[58]

Tempat penitipan anak Aulia berdiri pada tanggal 27 Mei 2017 berlokasi di Jalan Pandugo I PD 22 Rungkut Surabaya. Jumlah anak didik tempat penitipan anak Aulia sekitar 33 anak dan kriteria anak yang dititipkan mulai dari umur 3 bulan sampai 8 tahun.Tempat penitipan Aulia memiliki empat (4) tenaga pendidik atau pengasuh. Dalam melakukan perekrutan bunda pengajar, tempat penitipan anak aulia memiliki beberapa aspek dalam koridor wawancara yaitu aspek dunia anak, konsep diri, pengalaman kerja, pekerjaan, dan ibadah atau akhlak.

Para pengasuh tempat penitipan anak Aulia diberikan pelatihan tentang dunia anak. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan informasi mengenai bagaimana cara mengasuh dan merawat anak dengan baikdan kegiatan ini juga digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan tempat penitipan anak Aulia.

Fasilitas yang diberikan oleh tempat penitipan anak aulia yaitu:

1. Tenaga ahli yang kompeten
2. Tenaga pendidik yang sabar dan bersahabat
3. Stimulasi sesuai tahapan tumbuh kembang anak
4. Pengenalan al-quran sejak dini
5. Ruangan yang nyaman

[58] Risanti, Kepala Aulia *Daycare*, wawancara pribadi, Surabaya, 19 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Kunjungan dokter dan konsultasi psikologis anak berkala
7. *Check up* dokter gigi berkala
8. Makan siang dan snack yang sehat dan bergizi
9. Tempat bermain *outdoor* dan *indoor*
10. *Field trip* (jalan-jalan)
11. Buku penghubung
12. *Smart Parent* (Program orang tua)

b. Tujuan

1. Orang tua lebih tenang dalam beraktifitas karena anak dalam pengawasan
2. Mengurangi kekhawatiran orang tua akan tindak negatif jika anak ditinggal sendiri (penculikan, menonton televisi, berlebihan)
3. Menghemat biaya pembelian mainan
4. Anak belajar bergaul dan bersosialisasi[59]

c. Visi dan Misi

Visi Aulia *Day care*

Mengasuh dan mendidik buah hati dengan cinta dalam rangka mewujudkan generasi tangguh dan berakhlak islami

Misi Aulia *Day care*

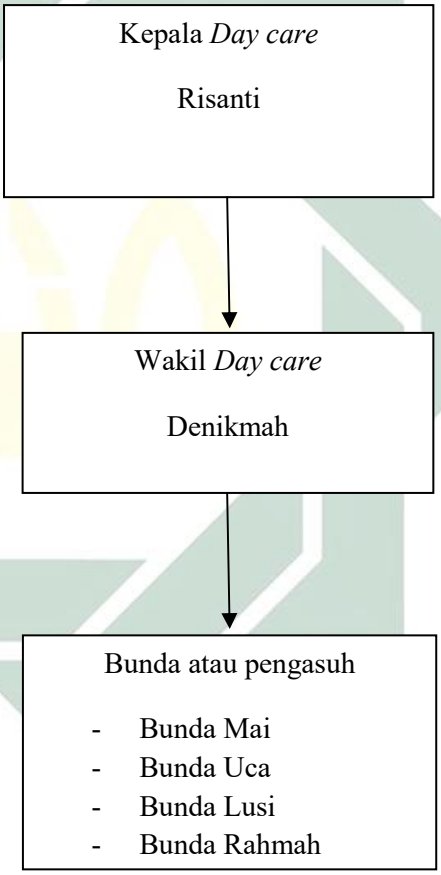
- Menjadi rumah pengasuhan yang aman dan nyaman
- Sebagai sahabat orang tua dalam mengasuh ananda
- Mendidik dan merawat anak dengan penuh cinta

[59] auliadaycare.weebly.com/index.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Menstimulasi tumbuh kembang anak sesuai tahapan perkembangannya
- Menanamkan dasar-dasar pemahaman agama dan kecintaan kepada Allah melalui ciptaanNya dan lingkungan sekitar
- Membentuk karakter dasar kepribadian islami

d. Struktur Organisasi



Sumber : Buku SOP Tempat Penitipan Anak Aulia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Kegiatan Harian

Tabel 4.1
Jadwal Harian TPA Aulia

No	Jam	Keterangan
1	07.00 – 08.00	Kedatangan anak
2	07.00 – 08.15	Pengecekan kondisi anak dan peralatan yang dibawa
3	08.15 – 09.00	Makan pagi
4	09.00 – 10.00	Istirahat pagi bagi balita, menyanyi dan menari (balita)
5	10.00 – 10.30	Bermain sambil belajar sesuai perkembangan usia masing-masing anak
6	10.30 – 10.24	Bermain bebas
7	10.45– 11.00	Cuci tangan bersama
8	11.00 – 13.45	Tidur siang
9	13.45 – 14.30	Makan dan minum susu
10	14.30 – 15.00	Bermain dan belajar
11	15.00 – 15.30	Mandi
12	15.00 – 16.30	Aktivitas bebas dan bersosialisasi dengan lingkungan sekitar (tetap dalam pengawasan)
13	16.30 – 17.00	Makan dan minum susu sore
14	17.00 – 18.00	Siap-siap dijemput orang tua

Sumber: auliadaycare.weebly.com/index.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Jadwal Kegiatan TPA Aulia

Tabel 4.2
Jadwal Kegiatan Aulia *Day care*

No	Tanggal	Keterangan
1	28 Mei 2019	*Family Gatering*
2	5 Mei – 6 Juni 2019	Puasa ramadhan jam kerja 07-30 – 16-30
3	4 - 9 Juni 2019	Libur hari raya idul fitri
4	24 Juli 2019	Pemeriksaan Gigi
5	12 - 16 Agustus 2019	Lomba memperingati hari kemerdekaan
6	24 Desember 2019	Pemeriksaan Umum

Sumber: Buku agenda tempat penitipan anak Aulia

Tempat penitipan anak aulia sangat memperhatikan tumbuh kembang anak.Pemilik tempat penitipan anak aulia menerapkan kurikulum yang sesuai dengan umur anak didiknya. Pengasuh memberikan jaminan kualitas bagi anak didik dengan mengacu pada empat sifat Rasulullah yaitu:

Tabel 4.3
Quality Assurance

Quality Assurance	Sifat Rasulullah SAW
Iman kokoh dan akhlak terpuji	Shidiq
Kuat dan sehat	Amanah
Logis Kreatif	Fathonah
Adaptif dan Komunikatif	Tabligh

Sumber: Buku SOP tempat penitipan anak Aulia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel standar mutu di atas pengasuh berharap anak mampu menerapkan sifat-sifat rasulullah sesuai dengan standar jaminan yang diberikan dengan penjelasan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Standar Mutu

Quality Assurance	Standar Mutu
Iman Kokoh	Anak mengenal Allah serta Rasulnya dan mampu melakukan ibadah secara berurutan.
Akhlak Terpuji	Anak terbiasa saling menghormati sesama dan berperilaku sopan santun
Kuat dan Sehat	Anak mampu mengkoordinasikan organ tubuh fisik dan memiliki tubuh yang sehat
Logis Kreatif	Anak mampu memahami dan mengenal konsep, berkerasi dan dapat berfikir logis
Adaptif	Anak mampu beradaptasi dengan lingkungan
Komunikatif	Anak mampu berkomukasi secara baik dan mampu mengekspresikan gagasan baik secara verbal maupun non verbal

Sumber: Buku SOP tempat penitipan anak Aulia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.5
Tema dan Subtema Stimulasi Harian *Daycare* Aulia

TEMA	SUBTEMA	PERIODE
Diri Sendiri	1. Identitas 2. Tubuhku	Juli
Keluargaku	1. Keluarga Inti 2. Keluarga Besar	Agustus
Lingkunganku	1. Rumahku 2. Sekolahku	September
Tanaman	1. Tanaman Sayur 2. Tanaman Buah 3. Tanaman Hias	Oktober
Negaraku	1. Indonesia 2. Pahlawanku	November
Kebutuhan Hidup	1. Makanan 2. Minuman	Januari
Alat Komunikasi	1. Cetak 2. Eletronik	Februari
Hewan	1. Hewan Jinak 2. Hewan Buas	Maret
Alam Semesta	1. Peristiwa Alam 2. Benda – benda Alam	April

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kendaraan	1. Kendaraan darat 2. Kendaraan laut 3. Kendaraan udara	Mei

Sumber: Buku Agenda tempat penitipan anak Aulia

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Uji signifikasi dilakukan dengan membandingkan antara nilai r table dengan r hitung dengan taraf signifikansi 5%. Apabila nilai r hitung > dari r tabel maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Begitupun sebaliknya apabila nilai r hitung < dari r tabel maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid atau tidak sah. Diperoleh rumus degree of freedom (df) = n-2 dalam hal ini n adalah jumlah sampel.[60] df = 30-2 = 28. Berikut perhitungan hasil uji validitas dari masing-masing variabel:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

No	Item	Taraf Kesalahan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Item1	0,05	0,527	0,374	Valid
2	Item2	0,05	0,684	0,374	Valid
3	Item3	0,05	0,398	0,374	Valid
4	Item4	0,05	0,686	0,374	Valid
5	Item5	0,05	0,724	0,374	Valid
6	Item6	0,05	0,723	0,374	Valid

[60] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Undip, 2018) hlm 51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7	Item8	0,05	0,474	0,374	Valid
8	Item9	0,05	0,723	0,374	Valid
9	Item10	0,05	0,554	0,374	Valid
10	Item11	0,05	0,556	0,374	Valid
11	Item12	0,05	0,711	0,374	Valid
12	Item15	0,05	0,391	0,374	Valid

Sumber : kuesioner yang telah diolah dengan SPSS 16 th 2007

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari setiap masing-masing item pertanyaan variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai R_{hitung} lebih besar daripada $R_{tabel.}$ Maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan valid atau sah.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (Y)

No	Item	Taraf Kesalahan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Item1	0,05	0,494	0,374	Valid
2	Item2	0,05	0,480	0,374	Valid
3	Item3	0,05	0,600	0,374	Valid
4	Item4	0,05	0,600	0,374	Valid
5	Item5	0,05	0,533	0,374	Valid
6	Item6	0,05	0,532	0,374	Valid
7	Item7	0,05	0,651	0,374	Valid

Sumber : kuesioner yang telah diolah dengan SPSS 16 th 2007

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari setiap masing-masing item pertanyaan variabel kepercayaan (Y) memiliki nilai R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel}. Maka dapat disimpulkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa setiap item pertanyaan dari variabel kepercayaan valid atau sah.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

No	Item	Taraf Kesalahan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Item1	0,05	0,401	0,374	Valid
2	Item4	0,05	0,705	0,374	Valid
3	Item5	0,05	0,647	0,374	Valid
4	Item6	0,05	0,548	0,374	Valid

Sumber : kuesioner yang telah diolah dengan SPSS 16 th 2007

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari setiap masing-masing item pertanyaan variabel kepuasan (Z) memiliki nilai R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dari variabel kepuasan valid atau sah.

Kesimpulan dari keseluruhan hasil masing-masing item pertanyaan variabel kualitas pelayanan, variabel kepercayaan dan variabel kepuasan memiliki nilai R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} sehingga pertanyaan tersebut dikatakanvalid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, variabel kepercayaan dan kepuasan pada uji-uji berikutnya.

2. Reliabilitas

Kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waktu.[61] Uji reliabilitas yang dilakukan peneliti menggunakan rumus *Croanbach Alpha*. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila nilai dari *Croanbach Alpha* >0,6. Berikut hasil perhitungan reliabilitas masing-masing variabel menggunakan SPSS 16 tahun 2007.

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Croanbach Alpha*	Nilai r Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X)	0,799	0,6	Reliabel
2	Kepercayaan (Y)	0,631	0.6	Reliabel
3	Kepuasan (Z)	0,764	0,6	Reliabel

Sumber : pengolahan data melalui SPSS 16 th 2007

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dari keseluruhan variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang reliabel karena memiliki koefisien nilai *Croanbach Alpha* lebih dari 0,6. Maka pertanyaan dari seluruh variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan dapat dikatakan reliabel atau handalsebagai alat ukur suatu variabel.

[61] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Universitas diponegoro, 2018) hlm 43

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.10
Hasil uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.46924525
Most Extreme Differences	Absolute	.224
	Positive	.224
	Negative	-.218
Kolmogorov-Smirnov Z		1.228
Asymp. Sig. (2-tailed)		.098

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil pengelolaan data primer menggunakan SPSS 16 th 2007

Pada uji normalitas jika nilai signifikansi > 0.05, maka nilai residula dikatakan berdistribusi normal. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual dikatakan tidak berdistribusi normal. Berdasarkan data diatas diketahui bahwa nilai signifikasi 0,98. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Uji Multikolonieritas

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.871	.860		2.177	.038		
	kualitas_pelayanan	.153	.187	.150	.816	.422	.970	1.031
	Kepuasan	.273	.182	.276	1.501	.145	.970	1.031

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Hasil pengelolaan data primer menggunakan SPSS 16 th 2007

Nilai yang umum untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10.[62] Berdasarkan hasil uji multikolonieritas diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance kualitas pelayanan 0,970 dan nilai VIF 1.031 sedangkan nilai tolerance kepuasan konsumen 0,970 dan nilai VIF 1.031 dari niali tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan tidak ada multikolonieritas karena nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0.10.

[62] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Universitas Diponegoro) hlm 108

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.073	.318		.228	.821
	kualitaspelayanan	.000	.069	.000	-.004	.997
	Kepuasan	.099	.067	.277	1.473	.152

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil pengelolaan data primer menggunakan SPSS 16 th 2007

Pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas ini menggunakan uji Glejer dimana jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas dan sebaliknya apabila nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heterokedastisitas. Dari data diatas dapat dilihat nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0.997 dan nilai dari variabel kepuasan sebesar 0.152 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

D. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Pengujian hipotesis yang pertama menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan persamaan Y= a + bX dengan menggunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bantuan program SPSS 16. Dipotesisi pertama (H1) mempunyai dugaan sebagai berikut:

H1 :Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid tempat penitipan anak Aulia

H0 : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid tempat penitipan anak Aulia

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan:

H1 diterima apabila nilai signifikansi < 0,05 atau t hitung > dari t tabel

H0 ditolak apabila nilai signifikansi > 0,05 atau t hitung < dari t tabel

Tabel 4.13
Hasil Regresi Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.148	5.950		2.882	.008
	Kualitaspelayanan	.271	.115	.406	2.351	.026

a. Dependent Variable: kepercayaan

Sumber: Hasil pengelolaan data primer menggunakan SPSS 16 th 2007

dari output yang diperoleh diketahui nilai Constan (a) sebesar 17.148 sedang nilai kualitas pelayanan sebesar 0,271. Sehingga persamaan regresi dapat ditulis

Y = a+bX

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Y = 17.148 + 0.271

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

Konstanta sebesar 17.148, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepercayaan adalah sebesar 17.148

Koefisien regresi X sebesar 0.271 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan maka nilai kepercayaan bertambah sebesar 0,271 koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepercayaan (Y) adalah positif.

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel *coefficients* dapat diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.026< 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepercayaan.

Berdasarkan nilai t: diketahui nilai T_{hitung} sebesar 2.351

Cara mencari Nilai T_{tabel}

T_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05/2 = 0,025 dengan derajat kebebasan df = 30- 2 = 28 jadi diperoleh hasil untuk t tabel sebesar 2.048[63]

Kriteria pengujian :

jika –t tabel ≤ t hitung ≤ t tabel maka Ho diterima

Jika –t hitung < - t tabel atau t hitung > t tabel maka Ho ditolak

Berdasarkan signifikansi :

[63] Duwi priyanto, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis,* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET), hlm 145

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika signifikansi > 0,05 maka Ho diterima

Jika signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai t tabel < dari t hitung (2.048 < 2.351) maka H1 diterima jadi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan wali murid tempat penitipan anak Aulia.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.14
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.406[a]	.165	.135	2.334

a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan

b. Dependent Variable: kepercayaan

Sumber: Hasil pengelolaan data primer menggunakan SPSS 16 th 2007

Dari hasil data diatas nilai R square sebesar0,165jadidapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tempat penitipan Aulia secara langsung mampu menjelaskan variabel kepercayaan sebesar 0,165 atau 16,5 % sedangkan sisa lainnya sebesar 83,5 dijelaskan oleh variabel yang lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Path Analysis* (Analisis Jalur)

Tabel 4.15
Hasil Uji Analisis Jalur

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.863	3.452		4.885	.000
	Kualitas Pelayanan	.080	.067	.221	1.201	.240

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Hasil pengelolaan data primer menggunakan SPSS 16 th 2007

Mengacu pada output regresi model 1 pada bagian tabel *Coefficients* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variable kualitas pelayanan yaitu X = 0,240 > dari 0.05 hasil tersebut memberikan kesimpulan bahwa regresi model 1 yakni variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variable Z atau kepuasan.

Tabel 4.16
Hasil Koefisiensi Determinasi Analisis jalur 1

Model Summary

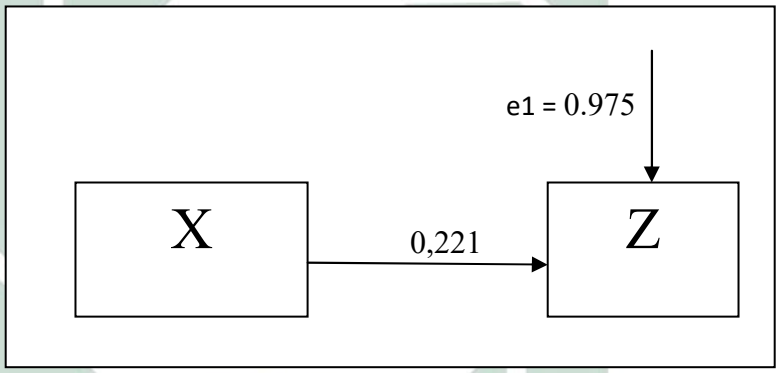
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.221[a]	.049	.015	1.354

a. Predictors: (Constant), Kualitaspelayanan

Sumber: Hasil pengelolaan data primer menggunakan SPSS 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan R square yang ada pada model summary adalah sebesar 0,049 dapat disimpulkan bahwa sumbangan X terhadap Z adalah sebesar 4,9% sementara sisanya 95,1% merupakan kontribusi dari variabel yang lain atau variabel yang tidak ada didalam penelitian ini. Sementara itu untuk nilai e1 dapat dicari dengan rumus e1 = √(1- 0,049)= 0,975 dengan demikian diperoleh diagram alur jalur model satu sebagai berikut:



Sumber : Buku Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25

Tabel 4.17
Analisis Jalur Model 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.572	7.962		1.202	.240
	Kualitaspelayanan	.235	.116	.352	2.021	.053
	Kepuasan	.449	.320	.244	1.403	.172

a. Dependent Variable: kepercayaan

Hasil pengelolaan data primer menggunakan SPSS 16 tahun 2007

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mengacu pada output regresi model II pada bagian tabel *Coefficients* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variable kualitas pelayanan yaitu X = 0,53> dari 0.05 dan nilai signifikansi varibel kepuasan Z sebesar 0,172 hasil tersebut memberikan kesimpulan bahwa regresi model II yakni variable kualitas pelayanan dan variabel kepuasan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y atau kepercayaan.

Tabel 4.18
Hasil Koefisiensi Determinasi Analisis Jalur ke 2

Model Summary

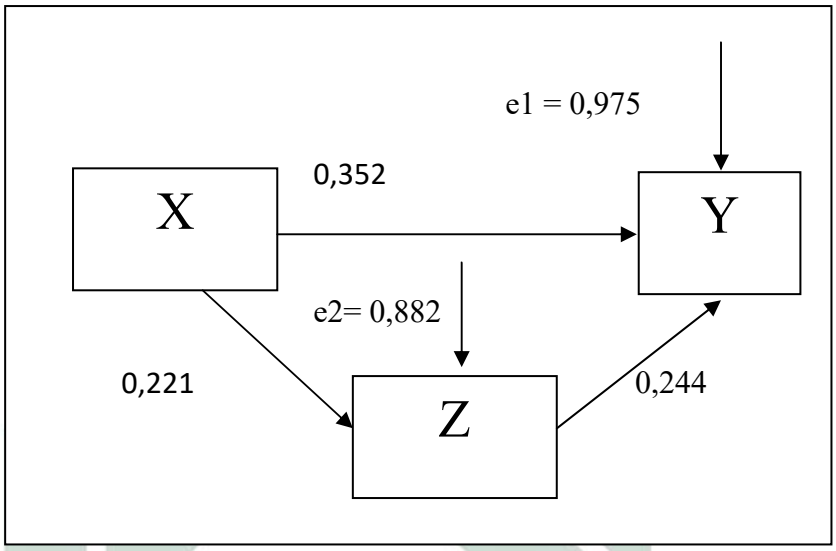
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.471[a]	.222	.164	2.295

a. Predictors: (Constant), kepuasan, Kualitaspelayanan

Sumber: Hasil pengelolaan data primer menggunakan SPSS 16 th 2007

Berdasarkan R *square* yang ada pada model *summary* adalah sebesar 0.222 dapat disimpulkan bahwa sumbangan X dan Z terhadap Y adalah sebesar 22,2 % sementara sisanya 77,8% merupakan kontribusi dari variabel yang lain atau variabel yang tidak ada didalam penelitian ini. Sementara itu untuk nilai e2 dapat dicari dengan rumus e2 =√(1-0,222)= 0,882 dengan demikian diperoleh diagram alur jalur model satu sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Sumber : Buku Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25

Hipotesis ke 2 pengaruh kualitas pelayanan (X) melalui kepuasan (Z) terhadap kepercayaan (Y) :

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pengaruh langsung yang diberikan X terhadap Y sebesar 0,352. Sedangkan pengaruh tidak langsung X melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X terhadap Z dengan nilai beta Z terhadap Y yaitu: 0,221 x 0,244 = 0,0539. Dari perhitungan tersebut maka pengaruh keseluruhan yang diberikan X terhadap Y adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu 0,352 + 0,0539 = 0,4059.

Menurut Tony Wijaya suatu variabel bisa dikatakan sebagai variabel intervening jika nilai hubungan tidak langsung lebih besar dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan langsung.[64] Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,352 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,049 yang berarti nilai langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen bukan sebagai variabel mediasi. Maka secara tidak langsung X melalui Z tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Y.

[64] Alfi Ainiyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jemput Paket Gratis Tehadap Loyalitas Konsumen dengan kepuasan sebagai Variabel Intervening(Studi pada PT Pos Indonesia (PERSERO) UPT Sidoarjo), hlm 97*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PEMBAHASAN

Tempat penitipan anak sekarang ini sangat dibutuhkan oleh kebanyakan orang tua, apalagi orang tua yang keduanya memilih untuk bekerja. Tempat penitipan anak diwilayah Surabaya sangat banyak salah satunya yaitu Tempat penitipan anak Aulia yang sekaligus menjadi objek dalam penlitian ini. Penelitain ini berfokus pada tiga variabel. Variabel pertama kualitas pelayanan (X) sebagai vaiabel independen, kedua Kepercayaan (Y) sebagai variabel dependen dan kepuasan (Z) sebagai variabel intervening atau mediasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid tempat penitipan anakAulia. 2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid tempat penitipan anakAulia melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Masing-masing tujuan akan dibahas sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid *Daycare* Aulia

   Penelitian yang dilakukan, menunjukkan hasil bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid *Daycare* Aulia. Hasil yang menyatakan H1 diterima dapat dilihat dari tabel 4.12 yaitu tabel koefisien yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,026dan nilai t hitung sebesar 2.351. Berdasarkan signifikansi H0 ditolak dan H1 diterima apabila nilai signifikansi < dari 0,05 begitu juga dengan t hitung H1diterima apabila nilai t tabel < dari t hitung. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikansi terhadap kepercayaan wali murid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tempat penitipan anak Aulia di terima (H1 diterima dan H0 ditolak).

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat ditemukan bahwa kepercayaan wali murid untuk menitipkan anaknya pada tempat penitipan anak Aulia terbentuk dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh tempat penitipan anak Aulia.

Jika dilihat dari segi kualitas pelayanan tempat penitipan anak Aulia sudah sepenuhnya memberikan pelayanan yang baik. Indikator fisik atau *tangible* berupa mainan, halaman untuk bermain, kamar madi yang bersih dan kamar tidur yang nyaman. Tempat penitipan anak Aulia juga memiliki kehandalan yang baik seperti pengasuh memberikan tanggapan dan perhatian yang baik terhadap keadaan anak didiknya dan pengasuh juga bekerja secara maksimal dalam mengasuh anak didiknya.

Pengasuh tempat penitipan anak Aulia memiliki daya tanggap yang baik. Mereka memberikan kesempatan kepada wali murid untuk bertanya tentang hal apapun. Mereka juga memberikan penjelasan tentang tumbuh kembang anak. Informasi yang diberikan oleh pengasuh sangat jelas dan mudah difahami oleh wali murid sehingga *Owner* diharapkan tetap meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan keterampilan dan keahlian dalam mendampingi anak didik dan wali murid serta diharapkan juga memberikan pengarahan kepada para pengasuh supaya lebih baik dalam memberikan perhatian mereka secara tulus dan bersifat pribadi kepada anak didik dan wali murid. Selain itu jaminan atau *Assurance* yang diberikan *Daycare* Aulia yaitu jaminan kualitas bagi anak didik dengan mengacu pada empat sifat Rasulullah yaitu *Shidiq,*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Amanah, Fathonah, Tabligh. Begitu juga dengan *Emphaty* yang dimiliki, *Daycare* Aulia tidak pernah memandang status sosial dari wali murid sehingga siapapun bisa menitipkan anak mereka ditempat ini.

Dari hasil observasi peneliti tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Daycare* Aulia sudah cukup baik. Hal ini dapat didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

Responden pertama (bunda Raffa) :

Awalnya saya mencari di internet tempat penitipan anak disekitar daerah sini. Kemudian saya menemukan tempat penitipan anak Aulia ini. Ketika saya datang ke sekolah anak saya yang besar, saya sempat bertanya kepada orang tua dari teman anak saya. Mereka ternyata juga merekomendasikan tempat penitipan anak Aulia. Setelah mendapatkan informasi mengenai TPA tersebut, besoknya saya melakukan survei. Persepsi awal saya tentang *Daycare* Aulia tempatnya bersih, dan nyaman. Saya sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang ada disini karena anak saya merasa nyaman berada disini, pendidikan yang diberikan sesuai dengan tumbuh kembang anak saya. Tidak hanya itu, antar wali murid ada interaksi satu sama lain, jadi kami bisa *sharing* tentang segala hal mengenai anak. Saya menitipkan kedua anak saya kira-kira satu tahunan jadi saya sudah percaya dengan TPA ini.[65]

[65] Bunda Raffa, Wali Murid, *Wawancara Pribadi,* 28 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Responden kedua (bunda Indri):

Saya dapat informasi tempat ini rekomendasi dari teman katanya tempatnya bagus, bersih dan nyaman. Saya tidak langsung mengambil keputusan untuk menitipkan anak disini. Sebelum saya menitipkan anak disini saya melakukan survei kecil-kecilan dengan datang kesini untuk memastikan apa yang dibilang teman saya benar atau tidak. Setelah saya survei, ternyata memang tempatnya bersih, bagus, nyaman dan disini TPAnya berbasis islami. Awal saya kesini langsung bertemu dengan Ibu Risanti pemilik TPA Aulia, bunya sangat ramah dan pengasuhnya disini juga sangat *Welcome* dengan orang baru setahu saya pengasuh disini rata-tara sarjana. Saya menitipkan anak disini sudah 1 tahun. Saya merasa puas dengan pelayanan disini karena sebelum anak saya disini dia belum bisa mandiri, belum bisa ke kamar mandi sendiri, lepas celana sendiri dan makan sendiri tapi setelah saya titipkan dia disini, semakin hari menunjukkan tumbuh kembang yang bagus dan yang paling membuat saya kaget anak saya bisa hafal doa sehari-hari dan bisa membaca surat-surat pendek. Melihat tumbuh kembang anak yang sangat bagus saya menjadi percaya bahwa tempat ini sangat cocok untuk anak saya. Saya merasa tidak sia-sia bekerja keras mencari uang untuk membiayai anak saya disini. Sebernarnya Ada keinginan saya untuk menitipkan anak kedua saya disini tapi tidak sekarang. Saya juga sudah merekomendasikan tempat ini kepada teman-teman saya.[66]

[66] Bunda Indri, Wali Murid, *Wawancara Pribadi*, 28 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Responden ketiga (bunda Tyta)

Saya tahu tempat ini rekomendasi saudara katanya ada tempat penitipan anak di dekat rumah namanya tempat penitipan anak Aulia. Saudara saya bilang tempatnya nyaman, bersih dan terawat cocok untuk anak yang masih bayi. Setelah melakukan survei, ternyata sesuai dengan yang di informasikan saudara saya tempatnya bersih, rumahnya bagus, kamar untuk bayi juga nyaman dan pengasuhnya ramah-ramah. Setelah mengetahui keadaan tersebut saya memutuskan untuk menitipkan anak saya biru disini. Saya merasa puas karena saya merasa bahwa anak saya memiliki waktu istirahatnya cukup, minum susunya tidak pernah telat dan setiap kali saya menjemput anak saya, anak saya sudah dalam keadaan wangi dan saya percaya pada pengasuh disini bahwa anak saya akan terjamin segalanya. Umur anak saya masih 3 bulan.[67]

Responden keempat (bunda dina)

Saya mendapatkan informasi TPA Aulia ini rekomendasi dari teman saya. Teman saya mengatakan bahwa tempat ini sangat nyaman, bersih, dan pengasuhnya ramah. Setelah mendapatkan cerita seperti itu saya melakukan survei untuk memastikan kebenarannya. Kalau saya pribadi menitipkan anak kan gak boleh sembarangan harus benar-benar dilihat bagaimana tempatnya bersih atau tidak, sikap pengasuhnya cekatan terhadap anak atau tidak terus sikap teman-temannya kadang kan ada anak yang suka usil atau mengganggu yang membuat anak sampai-sampai gak kerasan. Kenyamanan anak saya yang

[67] Bunda Tyta, Wali Murid, *Wawancara Pribadi,* 28 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

paling utama. Dari hasil survei yang saya lakukan, saya memutuskan untuk menitipkan anak saya ditempat ini karena saya merasa cocok dengan tempat ini. Mengenai kepuasan saya merasa puas karena tempatnya nyaman, bersih, anak-anaknya baik-baik, pengasuhnya ramah terhadap anak dan cara mendidik anak ditempat ini itu sangat tersistem atau sesuai dengan umur anak, anak diajari mandiri. Mengenai kepercayaan saya percaya dengan TPA Aulia karena anak saya tumbuh kembangnya bagus. Saya tidak rugi menitipkan anak disini karena sama saja dengan saya mempekerjakan *baby sister*. Kalau disini anak saya diajari berbagai hal dan itu menguntungkan bagi saya, kalau sama *baby sister* belum tentu anak saya diajari seperti ini. saya menitipkan anak saya dari umur 3 bulan. [68]

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan wali murid untuk menitipkan anak mereka pada tempat penitipan anak Aulia di bentuk oleh kualitas pelayanan yang diberikan, namun tidak hanya kualitas pelayanan yang membentuk kepercayaan wali murid. Kepercayaan tersebut juga dibentuk oleh faktor lain yaitu rekomendasi dari teman atau keluarga, tempat penitipan yang dekat dengan rumah dan informasi melalui internet sebagai sumber wali murid untuk percaya menitipkan anak mereka pada tempat penitipan anak Aulia. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak sepenuhnya memberikan pengaruh terhadap kepercayaan konsumen dalam hal menitipkan anak pada tempat penitipan anak. Seperti pada Penelitian yang dilakukan oleh Chiun, *et al* (2010) dan Chiao Yang (2010)

[68] Bunda Dina, Wali Murid,*Wawancara Pribadi*, 28 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menyatakan bahwa sumber informasi *WOM,* iklan rekomendasi *online* memiliki pengaruh terhadap kepercayaan konsumen.[69]

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan melalui kepuasan sebagai vaiabel intervening

Penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan wali murid tempat penitipan anak Aulia melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Hasil yang menyatakan H0 diterima dapat dilihat dari tabel koefisien persamaan kedua yang diperoleh nilai signifikansi untuk vaiabel kualitas pelayanan sebesar 0,352 dan nilai signifikansi kepuasan sebesar 0,244. Berdasarkan signifikansi H1 ditolak dan H0 diterima apabila nilai signifikansi > dari 0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikansi terhadap kepercayaan wali murid tempat penitipan anak Aulia ditolak (H0 diterima dan H1 ditolak).

Menurut Tony Wijaya suatu variabel bisa dikatakan sebagai variabel intervening jika nilai hubungan tidak langsung lebih besar dari hubungan langsung.[70] Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dapat diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,352 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,0539 yang berarti nilai langsunglebih besar dari pada pengaruh tidak langsung hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen bukan sebagai

---

[69] Chiun *et al* dalam Riana Piarna,"*Pengaruh Sumber Informasi Dan Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi Pada E-Commerce(Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)*hlm, 17

[70] Alfi Ainiyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jemput Paket Gratis Tehadap Loyalitas Konsumen dengan kepuasan sebagai Variabel Intervening(Studi pada PT Pos Indonesia (PERSERO) UPT Sidoarjo),*(Skripsi – Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya),hlm 97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel mediasi. Maka secara tidak langsung X melalui Z tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Y.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa kepuasan konsumen tidak ikut serta dalam menbentuk kepercayaan wali murid tempat penitipan anak Aulia untuk menitipkan anak mereka pada tempat penitipan anak Aulia. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwasannya kepercayaan wali murid tempat penitipan anakAulia tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan, melainkan di pengaruhi olehfaktor lain yaitu rekomendasi saudara atau teman wali murid dan informasi melalui internet.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari analisis data yang dibuktikan dengan uji hipotesis dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan wali murid tempat penitipan anak Aulia. Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan wali murid untuk menitipkan anaknya pada tempat penitipan anak Aulia di bentuk oleh kualitas pelayanan yang diberikan dan di dukung dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa wali murid percaya menitipkan anak mereka juga di bentuk oleh faktor lain yaitu rekomendasi dari teman atau saudara, dekat dengan rumah dan informasi dari internet.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan wali murid melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Dibuktikan melalui analisis jalur dengan perolehan nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada nilai pengaruh tidak langsung hal ini menunjukkan bahwa kepuasan bukan sebagai variabel mediasi atau intervening antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Bagi Instansi

Hasil analisis dalam penilitian ini memaparkan bahwa ada pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayan wali murid dalam menitipkan anaknya di tempat penitipan anak Aulia, sehingga *Owner* diharapkan tetap meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan keterampilan dan keahlian dalam mendampingi anak didik dan wali murid serta diharapkan juga agar memberikan pengarahan kepada para bunda atau pengasuh supaya lebih memberikan perhatian mereka secara tulus dan bersifat pribadi kepada anak didik dan wali murid supaya bunda atau pengasuh mengerti apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh anak didik serta wali murid dengan begitu wali murid tidak merasa sungkan untuk bercerita apabila ada masalah mengenai tumbuh kembang anak dengan begitu para bunda mengerti apa yang harus dilakukan dalam menghadapi anak didik tersebut.

Bagi Peneliti selanjutnya

Pada peneliti selanjutnya, alangkah sebaiknya memperluas penelitian ini dengan meneliti menggunakan faktor yang lain yang dapat pempengaruhi kepercayaan konsumen misalnya dengan menambahkan variabel *Word of Mouth*. Peneliti selanjutnya juga bisa menggunakan metode yang lain dalam meneliti kepercayaan konsumen denga cara wawancara dengan harapan hasil yang diperoleh jauh lebih baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Amanda, Dina. "*Pengujian kepuasan sebagai variabel intervening antara pengaruh kepercayaan dan atribut produk tabungan batara IB terhadap loyalitas nasabah (Studi pada bank tabungan negara (PERSERO) TBK kantor cabang syariah palembang),* (Skripsi – UIN Raden Fatah Palembang, 2017).

Azis, Asriel. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada pengguna jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (PERSERO)*),(Skripsi-Universitas Negeri Yogyakarta, 2006).

Ainiyah, Alfi, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Jemput Paket Gratis Tehadap Loyalitas Konsumen dengan kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT Pos Indonesia (PERSERO) UPT Sidoarjo),*(Skripsi – Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabya, 2018).

Bunda Raffa, Wali Murid,*Wawancara Pribadi,*28 Mei 2019.

Bunda Indri,Wali Murid,*Wawancara Pribadi,*28 Mei 2019.

Bunda Tyta,Wali Murid,*Wawancara Pribadi,*28 Mei 2019.

Bunda Dina,Wali Murid,*Wawancara Pribadi,*28 Mei 2019.

Etta, Mamang dan Sopian, 2013.*Perilaku konsumen, pendekatan praktis disertai:Himpunan jurnal penelitian,* Yogyakarta : Penerbit Andi.

Fardiani, Aprilia Nia. "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyariana Bakery dan Café Pandanaran Semarang",* (Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang, 2013).

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP

Gunawan, Imam. 2016.*Pengantar Statistika Inferensial,*Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

H, Deddy Rakhamt dan Muhammad Riza F, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga,Kepercayaan,Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi pada Pelanggan Telkom Speedy di Palangka Raya)*, (Jurnal – Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hafidudin, Didin dan Henri Tanjung, 2003.*Manajemen Pemasaran Syariah dan Praktik,*Jakarta: Gema Insani Inpress.

Hendry Irawan, Juwandi. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa,*Jakarta : Erlangga.

Iskandar, 2008.*Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial, Kuantitatif dan Kualitatif*Jakarta: Gaung Persada Group.

Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa: Pendekatan Tepadu*, Jakarta:Ghalia Indonesia.

J. Karbodian, Armen. 1998. *Pelanggan Selalu Benar,*Jakarta: Arcan.

Lock, Love. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : PT. Indeks.

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

M.R.Covey,Stephen. 2011.*The Speed Of Trust,*Tanggerang: Karisma Publishing Grup.

Nasution, 2001.*Manajemen Mutu Tepadu,* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Priyanto, Duwi, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis,* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET).

Riana, Piarna,"*Pengaruh Sumber Informasi Dan Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi Pada E-Commerce(Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia),*(Jurnal – Universitas Brawijaya, 2011).

Risanti, Kepala Aulia *Daycare*, *wawancara pribadi*, Surabaya, 19 Maret 2019.

Rizkita,Diantifani. "*pengaruh standar kualitas taman penitipan anak (TPA) terhadap motivasi dan kepuasan orang tua (pengguna)untuk memilih pelayanan yang tepat",*(Jurnal-universitas pendidikan Indonesia, 2017)

Rofiq, Ainur. " *Pengaruh dimensi kepercayaan (Trust) terhadap partisipasi pelanggan E-commerce (Studi pada pelanggan E-commerce di Indonesia)*", (Tesis – Universitas Brahwijaya, 2007).

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif,*Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiarto, Endar. 2002.*Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa,*Jakarta: PT. Gramedia Utama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015)

Supangat, Andi. 2007.*Statistika : Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Swasta Irawan, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Liberty.

Syamsi, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada siswa bimbingan dan konsultasi belajar Al-qolam Bandar Lampung,*Jurnal Vol 5, No 1 April2008

Tariqan, Abdul Naved dan Nadia Moussaoui, *The Main Antecendent of Customer Loyalty in Moroccan Banking Sector".International Journalof Business and Management Science,*(Desember, 2009)

Tjiptono,Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa,* Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Chandra,Gregious. 2016.*Servis,Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Yuniarti,Vinna Sri S.E., M.M, 2015.*Perilaku Konsumen*, Bandung: Pustaka setia.

auliadaycare.weebly.com/index.html

https://www.voaindonesia.com/a/dilema-perempuan-bekerja-atau-berumah-tangga/4607536.html/ diakses pada 10 okt 2018.

http//www.kpai.go.id/hukum/undang-undang-republik-indonesia-nomor-35-tahun-2014-tentang-perubahan-atas-undang-undang-nomor-23-tahun-2002-tentang- perlindungan-anak#comment-1345.Diakses pada 12 oktober 2018.

http://sekolah.data.kemdikbud.go.id/index.php/chome/pencarian/diakses pada 12 oktober2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id