

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MEMILIH JASA PENDIDIKAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS *STEAKHOLDER* DI SMP RAUDLATUL JANNAH WARU SIDOARJO

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tentang bagaimana persepsi dan kualitas pelayanan agar wali murid merasa puas serta loyal telah memilih jasa pendidikan. Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Populasi Populasi dalam penelitian ini adalah Wali Murid jenjang IX sejumlah 85 siswa tetap di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu sampel jenuh. Dengan jumlah sampel 85 responden. Pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitas.. Teknik analisis data yaitu menggunakan Analisis Jalur (*Path Analys*) dan Uji Sobel dengan bantuan menggunakan SPSS 16. Dari hasil penelitian Uji hipotesis kesatu menguji Uji hipotesis I menguji variabel X1 (persepsi) berpengaruh signifikan terhadap Z (kepuasan). nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ hal ini menunjukkan jika H_0 ditolak dengan kata lain variabel X1 (persepsi) berpengaruh signifikan terhadap variabel Z (kepuasan). Uji hipotesis kedua menguji variabel X2 (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap Z (kepuasan). nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan jika H_0 ditolak dengan kata lain variabel X2 (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Z (kepuasan). Uji hipotesis ketiga menguji variabel X1 (persepsi) berpengaruh signifikan terhadap Y (loyalitas). nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan jika H_0 ditolak dengan kata lain variabel X1 (persepsi) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (loyalitas). Uji hipotesis keempat menguji variabel X2 (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap Y (loyalitas). nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan jika H_0 ditolak dengan kata lain variabel X2 (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (loyalitas). Uji hipotesis kelima menguji variabel Z (kepuasan) berpengaruh signifikan terhadap Y (loyalitas). nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$ hal ini menunjukkan jika H_0 ditolak dengan kata lain variabel Z (kepuasan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (loyalitas). Pengujian hipotesis keenam menguji pengaruh mediasi dilakukan dengan menggunakan rumus Sobel didapatkan hasil dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,475 tersebut lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,989, maka dengan demikian model pengaruh tidak langsung dari variabel persepsi (X1) terhadap loyalitas (Y) melalui kepuasan (Z) tidak dapat diterima. Dengan demikian Hipotesis 6 **ditolak**. Menguji pengaruh mediasi dilakukan dengan menggunakan rumus Sobel didapatkan hasil dengan Nilai t_{hitung} sebesar 1,711 tersebut lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,989 yang berarti bahwa parameter mediasi tersebut tidak berpengaruh. Maka dengan demikian model pengaruh tidak langsung dari variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas (Y) melalui kepuasan (Z) tidak dapat diterima. Dengan demikian Hipotesis 7 **ditolak**.

Kata Kunci : Persepsi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PERCEPTION AND QUALITY OF SERVICE TO THE SATISFACTION OF CHOOSING EDUCATION SERVICES AND ITS IMPACT ON STAKEHOLDER'S LOYALTY IN RAUDLATUL JANNAH WARU SIDOARJO

*This study is intended to find out about how perceptions and service quality make student's guardians feel satisfied and loyal for choosing the educational services. This research is a quantitative research. The population in this study was the guardians of the IX level students of 85 permanent students at Raudlatul Jannah Waru Middle School, Sidoarjo. The sampling technique is to use non-probability sampling technique that is saturated sample. With a sample size of 85 respondents. Data collection is by using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis techniques are using Path Analysis and Sobel Test with the help of using SPSS 16. From the results of the first hypothesis test which tests the hypothesis test I which tests the variable X1 (perception) significantly influence Z (satisfaction). a significance value of $0.001 < 0.05$ this indicates that if H_0 is rejected in other words the X1 variable (perception) has a significant effect on the Z variable (satisfaction). The second hypothesis test tested the variable X2 (service quality) significantly influence Z (satisfaction). a significance value of $0,000 < 0.05$ this indicates if H_0 is rejected in other words the variable X2 (service quality) has a significant effect on the variable Z (satisfaction). The third hypothesis test tested the variable X1 (perception) significantly influence Y (loyalty). A significance value of $0,000 < 0.05$ this indicates if H_0 is rejected in other words the X1 variable (perception) has a significant effect on the Y variable (loyalty). The fourth hypothesis test tested the variable X2 (service quality) significantly influence Y (loyalty). A significance value of $0,000 < 0.05$ this indicates that if H_0 is rejected, in other words the X2 variable (service quality) has a significant effect on the Y variable (loyalty). The fifth hypothesis test tested the variable Z (satisfaction) significantly influence Y (loyalty). the significance value of $0.040 < 0.05$ shows that if H_0 is rejected in other words the Z variable (satisfaction) has a significant effect on the Y variable (loyalty). The sixth hypothesis testing tested the effect of mediation carried out using the Sobel formula obtained results with a tcount of 1.475 is smaller than ttable of 1.989, then the indirect effect model of the perception variable (X1) on loyalty (Y) through satisfaction (Z) is not acceptable. Thus, Hypothesis 6 is **rejected**. Testing the effect of mediation is done by using the Sobel formula obtained results with a t-value of 1.711 is smaller than ttable of 1.989 which means that the mediation parameters have no effect. So thus, the indirect effect model of the service quality variable (X2) on loyalty (Y) through satisfaction (Z) cannot be accepted. Thus, Hypothesis 7 is **rejected**.*

Keywords: Perception, Service Quality, Satisfaction, and Loyalty.