

**PENGARUH *CUSTOMER VALUE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA FAKULTAS TEKNIK
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA**

TESIS



Oleh

Mario Gandakusuma, S.T. 8112407.051

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASAJANA

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2009

**PENGARUH *CUSTOMER VALUE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA FAKULTAS TEKNIK
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA**

**TESIS
Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Untuk memenuhi persyaratan
Dalam menyelesaikan program Magister Manajemen**

**Oleh:
Mario Gandakusuma, S.T.
NIM: 8112407051**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA
APRIL 2009**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis oleh Mario Gandakusuma, S.T., dengan judul Pengaruh *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya ini telah diperiksa dan disetujui.

Surabaya, 19 Mei 2009

Pembimbing,

Prof. Drs. Ec. V. Henky Supit, Ak

NIK. 321.95.0237

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

Tesis oleh Mario Gandakusuma, S.T., dengan judul Pengaruh *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya ini telah diuji dan dinilai oleh dewan penguji pada tanggal 16 Mei 2009.

Dewan Penguji

1. Ketua

Dr. Hermeindito Kaaro, MM

2. Anggota

Dr. Ch. Whidya Utami, MM

3. Anggota

Prof. Drs. V. Henky Supit, SE, Ak.

Mengetahui,

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko

NIK. 121.82.0093

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan tesis ini dengan baik dan lancar. Penulisan tesis ini dibuat untuk melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen di UNIKA Widya Mandala, Surabaya ini.

Bersama dengan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. J.S Ami Soewandi selaku Rektor UNIKA Widya Mandala, Surabaya.
2. Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko selaku Direktur Pascasarjana UNIKA Widya Mandala, Surabaya.
3. Prof. Drs. V.Henky Supit, SE, Ak yang dengan sabar membimbing dan meluangkan waktu untuk penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Dr. Hermeindito Kaaro, MM dan Dr. Ch. Whidya Utami, MM,, selaku dosen penguji tesis.
5. Ir. Yohanes Sudaryanto, MT. selaku Dekan Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya periode 2009 – 2014
6. Ir. Rasional Sitepu, M.Eng selaku Dekan Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya periode 2004 – 2009 yang telah memberikan ijin penulis untuk melakukan penelitian
7. Ir. AFL Tobing, MT. selaku Ketua Jurusan Teknik Elektro Unika Widya Mandala Surabaya periode 2004 – 2009.

8. Ir. Suryadi Ismadji, MT., Ph.D, selaku Ketua Jurusan Teknik Kimia Unika Widya Mandala Surabaya periode 2004 – 2009.
9. Julius Mulyono ST., MT. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Unika Widya Mandala Surabaya periode 2004 – 2009.
10. Pak Bambang, Bu Desy, selaku karyawan Tata Usaha Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya.
11. Papa, Mama, Qiu- Qiu Alung, Yiyi Fie Fun, Cynthia Widyastuti dan sanak keluarga yang lain, yang tak pernah berhenti memberikan doa, semangat dan dukungannya agar penulis berhasil dalam menyelesaikan studi di MM, UKWMS dan dapat menyelesaikan penulisan tesis tepat pada waktunya.
12. Andy Untoyo selaku teman seperjuangan dalam mengerjakan tesis. Agustina Suwandi, Wisye Suhartomo, Achmad Zaelani, Gunawan Njoto, Catharina Nurhadi, Henny Kumalasari, Dian Handayani Soeprapto yang telah membantu dalam mencari informasi yang dibutuhkan dan juga sebagai rekan diskusi penulis. Lyaman, Christian Gunawan, yang telah membantu penulis dalam menyebarkan kuisioner. Denny Leinandi yang telah berhasil membangkitkan kembali semangat penulis untuk menyelesaikan tesis, dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberi semangat dan membantu penulis dalam mencari informasi yang dibutuhkan dalam penulisan tesis ini.
13. Antoine De Saint dengan kata – kata mutiaranya “You have to endure caterpillars if you want to see butterflies”.

14. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner yang disebarakan oleh penulis.
15. Seluruh karyawan Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya.
16. Karyawan Tata Usaha MM Widya Mandala (Vivi, Hari, dan Novi), dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya.

Akhir kata, semoga penulisan tesis ini dapat berguna bagi para pembaca yang membutuhkannya.

Surabaya, April 2009

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSYARATAN GELAR	ii
HALAMAN PERSTUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
Bab 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.1. Manfaat Praktis	8
Bab 2 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10

2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Nilai Pelanggan (<i>Customer Value</i>).....	11
2.2.2. Pengertian <i>Customer Value</i>	12
2.2.3. Pentingnya <i>Customer Value</i>	14
2.2.4. Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	16
2.2.5. Aplikasi <i>Customer Value</i> pada Perguruan Tinggi.....	17
2.2.6. Aplikasi <i>Customer Satisfaction</i> pada Perguruan Tinggi	19
 Bab 3 METODE PENELITIAN	 25
3.1. Desain Penelitian	25
3.2. Kerangka Konseptual	25
3.3. Hipotesis.....	27
3.4. Rancangan Penelitian	27
3.5. Populasi dan Sampel	28
3.6. Klasifikasi Variabel	29
3.5.1. Variabel Penelitian	30
3.5.2. Definisi Operasional.....	30
3.7. Instrument Penelitian	36
3.7.1. Wawancara (<i>Interview</i>)	36
3.7.2. Kuisisioner	36
3.7.3. Pengukuran Data	36

3.8. Uji Reliabilitas dan Validitas	37
3.9. Prosedur Pengumpulan Data	37
3.10. Teknik Analisis Data.....	38
3.10.1. Analisis Koefisien Regresi Linier Berganda.....	38
3.10.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi Berganda.....	39
3.10.3. Analisis Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi Parsial	39
3.10.4. <i>Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)</i>	40
3.10.5. Pengujian Hipotesis.....	40
Bab 4 ANALISIS HASIL PENELITIAN	43
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2 Analisis Hasil Penelitian	53
4.2.1 Uji Reliabilitas dan Validitas	53
4.2.2 Hasil Pengujian <i>Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)</i> ..	59
4.2.3 Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi Berganda	61
4.2.4 Koefisien Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi Parsial.....	62
4.2.4 Pengujian Hipotesis	63
4.2.4.1 Uji F	63
4.2.4.1 Uji T	64

Bab 5 PEMBAHASAN	68
5.1 Uji Hipotesis.....	68
5.1.1 Pengaruh Simultan Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen	68
5.1.2 Pengaruh <i>Environtmental</i>	69
5.1.3 Pengaruh <i>Sensory</i>	70
5.1.4 Pengaruh <i>Interpesonal</i>	71
5.1.5 Pengaruh <i>Procedural</i>	73
5.1.6 Pengaruh <i>Deliverable</i>	74
5.1.7 Pengaruh <i>Informational</i>	75
5.1.8 Pengaruh <i>Financial</i>	76
5.1.9 Pengaruh Parsial Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen	77
Bab 6 PENUTUP	81
6.1 Kesimpulan	81
6.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Baru Fakultas Teknik	3
Tabel 1.2 Akreditasi Fakultas Teknik Tiga Universitas Swasta di Surabaya .	4
Tabel 1.3 Biaya Kuliah Fakultas Teknik Tiga Universitas Swasta di Surabaya untuk Angkatan 2008	5
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2 Klasifikasi Tahun Angkatan Responden	44
Tabel 4.3 Klasifikasi Umur Responden	45
Tabel 4.4 Klasifikasi SMU Asal Responden	45
Tabel 4.5 Klasifikasi Alasan Responden	46
Tabel 4.6 Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap <i>Environtmental</i>	47
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap <i>Sensory</i>	48
Tabel 4.8 Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap <i>Interpesonal</i>	49
Tabel 4.9 Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap <i>Procedural</i>	50
Tabel 4.10 Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap <i>Deliverable</i>	51
Tabel 4.11 Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap <i>Informational</i> .	52
Tabel 4.12 Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap <i>Financial</i>	52
Tabel 4.13 Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	54
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas	55
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Environtmental</i>	56

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Sensory</i>	56
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Interpersonal</i>	57
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Procedural</i>	57
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Deliverable</i>	58
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Informational</i>	58
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Financial</i>	58
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	59
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Multikolinearitas	60
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.25 Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi	
Berganda	62
Tabel 4.26 Koefisien Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi Parsial	63
Tabel 4.27 Hasil Uji F	64
Tabel 4.28 Hasil Uji T	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Batang Jumlah Mahasiswa Baru	6
Gambar 3.1 Kerangka konseptual penelitian pengaruh simultan customer value terhadap <i>customer satisfaction</i>	26
Gambar 3.2 Kerangka konseptual penelitian pengaruh parsial customer value terhadap <i>customer satisfaction</i>	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian	75
Lampiran 2: Jawaban Responden	80
Lampiran 3: Hasil SPSS	92

ABSTRAK

Perguruan tinggi adalah salah satu tempat studi setelah SMU. Perguruan tinggi berfungsi sebagai suatu lembaga untuk mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) untuk menghadapi dunia kerja. Saat ini terdapat banyak perguruan tinggi di Surabaya. Hal ini mengakibatkan munculnya persaingan antar perguruan tinggi. Saat ini persaingan tidak hanya dalam hal biaya saja, tetapi sudah mengarah ke kualitas produk dan jasa. Tidak tertutup kemungkinan masyarakat akan memilih suatu perguruan tinggi yang mematok biaya tinggi tetapi memiliki kualitas produk dan pelayanan lebih baik. Harapan mahasiswa saat ini adalah memperoleh pendidikan dan keahlian yang baik dan dapat dijadikan sebagai bekal di dunia kerja, jika harapan ini terpenuhi maka mereka akan merasa puas dan dengan sendirinya akan mereferensikan perguruan tinggi tersebut. Berdasarkan pernyataan tersebut maka kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah suatu hal yang harus diperhatikan oleh suatu perguruan tinggi. Kepuasan pelanggan tersebut dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah nilai pelanggan (*customer value*). *Customer value* ini terdiri dari tujuh dimensi yaitu *enviromtmental*, *sensory*, *interpersonal*, *procedural*, *deliverable*, *informational*, dan *financial*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *cusomer value* secara simultan dan parsial terhadap *customer satisfaction* Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. *Customer satisfaction* merupakan variabel terikat (Y), sedangkan *customer value* adalah variabel bebas (X), dimana *enviromtmental* (X_1), *sensory* (X_2), *interpersonal* (X_3), *procedural* (X_4), *deliverable* (X_5), *informational* (X_6), dan *financial* (X_7). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari kuisioner yang diisi oleh responden. Responden adalah mahasiswa fakultas teknik yang masih terhitung sebagai mahasiswa aktif (mengikuti perkuliahan pada semester ganjil 2008) dan tidak sedang berada pada semester satu. Sampel yang diambil sebanyak 163 sampel. Alat pengukuran menggunakan skala Likert, dan diolah menggunakan analisis regresi berganda, dengan melakukan uji-uji seperti analisa deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (multikolineritas, heterokedastisitas, autokorelasi), uji hipotesis (uji F dan t).

Hasil penelitian yang diperoleh menyebutkan bahwa *customer value* berpengaruh secara simultan dan parsial pada *customer satisfaction* Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Nilai Adjusted R^2 adalah 0,786 artinya variabel X (*enviromtmental*, *sensory*, *interpersonal*, *procedural*, *deliverable*, *informational*, dan *financial*) mempengaruhi variabel Y (keputusan konsumen) sebesar 78,6%, sisanya sebesar 21,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : perguruan tinggi, *customer satisfaction*, *customer value*

ABSTRACT

A university is a place to continue our study after graduated from senior high school. The function of a university is to prepare human sources to face the world. Nowadays, there are a lot of universities in Surabaya so that they have to compete each other tightly. The competition is not only about the school fee but it's also about the quality of product and service. There is a possibility for people to choose a university with better quality of product and service though it has higher school fee. University's students hope they'll get better education to face the world, and if this hope is fulfilled, automatically they'll be satisfied with the university and promote the university. Based on that statement, a university should pay more attention to customer satisfaction. Customer satisfaction is influenced by many things, and one of them is the customer value. The customer value contains of 7 dimensions, such as *environmental*, *sensory*, *interpersonal*, *procedural*, *deliverable*, *informational*, and *financial*.

This research is conducted to know and analyze the simultaneously and partial effect of customer value to customer satisfaction in Technique Faculty of Widya Mandala Catholic University, Surabaya. Customer satisfaction is dependent variable (Y) and customer value is independent variable (X), where *environmental* (X_1), *sensory* (X_2), *interpersonal* (X_3), *procedural* (X_4), *deliverable* (X_5), *informational* (X_6), and *financial* (X_7). Data used in this research is primary data from the questioner filled by respondents. The respondents are active students in technique faculty (join the classes in odd semester 2008) and they're not in their 1st semester. There are 163 samples. Measuring tool used is Likert scale, and being processed by using multiple regression analysis, by using experiments, such as descriptive, validity test, reliability test, classic assumption test (multicollinearity, heterokedastisity and autocorrelation), and hypothesis test (F and t test).

The research result states that customer value simultaneously and partial influences customer satisfaction in Technique Faculty of Widya Mandala Catholic University. Adjusted score R^2 is 0, 786, it means that X variable ((*environmental*, *sensory*, *interpersonal*, *procedural*, *deliverable*, *informational*, dan *financial*) influences Y variable (customer decision) as 78,6%, and the rest 21,4% influenced by other variables.

Keywords : university, *customer satisfaction*, *customer value*