

## Abstrak

Kepuasan adalah hasil akhir yang diinginkan oleh individu ketika menggunakan proses penyampaian manfaat produk. Dengan kepuasan, seorang pemasar mampu mendapatkan kesepakatan dengan pelanggan potensial tentang produk baik berupa barang atau jasa yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Academic Toward Student Entitlement* pada Kepuasan Mahasiswa. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Aktif Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha Tahun Ajaran Genap 2013/2014. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sub variabel dari *academic toward student entitlement* yaitu *product value of education* berpengaruh pada Kepuasan Konsumen. Diharapkan, hasil penelitian ini menjadi salah satu masukan bagi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha untuk meningkatkan kepuasan konsumen khususnya mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

**Kata Kunci:** *Product Value of Education, Social Promotion, Role of Proffesors, Teaching Assistant, Administrators, Shopper or Scholars* dan Kepuasan

## **Abstract**

*Satisfaction is the end result desired by the individual when using the process of delivering the benefits of the product. With satisfaction, the marketer is able to get a deal with potential customer about the products in the form of goods or services on offer. This study aims to examine and analyse the effect of the student toward academic entitlement on student satisfaction. This sample is an active student majoring in management maranatha christian university teachings even 2013/2014. Result showed that the sub variables of student academic entitlement toward the product value of education effect on customer satisfaction. Expected, the result of this reseacrh in to one of the inputs for majoring in management maranatha christian university to improve customer satisfaction.*

**Key Words:** *Product Value Of Education, Social Promotion, Role Of Proffesors, Teaching Assistant, Administrators, Shopper or Scholars, and satisfaction.*

## DAFTAR ISI

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| KATA PENGANTAR .....                                                | i         |
| ABSTRAK.....                                                        | iv        |
| DAFTAR ISI.....                                                     | v         |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                 | x         |
| DAFTAR TABEL.....                                                   | xiv       |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                              | 1         |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                                 | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                           | 10        |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                          | 11        |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                                        | 11        |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....                                          | 14        |
| 2.1 Perilaku Konsumen dan Model Perilaku Konsumen .....             | <b>14</b> |
| 2.2 <i>Stimulus</i> .....                                           | 14        |
| 2.3 <i>Organism</i> .....                                           | 18        |
| 2.4 <i>Respon</i> .....                                             | <b>19</b> |
| 2.5 Produk sebagai salah satu rangsangan <i>Marketing Mix</i> ..... | 20        |
| 2.6 Mengelola jasa.....                                             | 22        |
| 2.7 Pengelolaan <i>Service Of education</i> .....                   | <b>25</b> |
| 2.8 <i>Product value of education</i> .....                         | 26        |
| 2.9 <i>Social Promotion</i> .....                                   | 26        |
| 2.10 <i>Role Of Proffesors</i> .....                                | <b>27</b> |
| 2.11 <i>Teaching assistant</i> .....                                | 28        |
| 2.12 <i>Administrators</i> .....                                    | 28        |
| 2.13 <i>Shopper or scholars</i> .....                               | <b>29</b> |
| 2.14 <i>Attitude</i> .....                                          | 29        |
| 2.15 Kepuasan .....                                                 | 30        |
| 2.16 Kerangka Pemikiran.....                                        | <b>31</b> |
| 2.17 Penelitian Terdahulu .....                                     | 33        |
| 2.18 Rerangka Teoritis .....                                        | 39        |
| 2.19 Pengembangan Hipotesis .....                                   | <b>40</b> |
| 2.20 Model Penelitian .....                                         | 44        |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....                                 | 46        |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                           | <b>46</b> |

|                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                                                         | 47        |
| 3.3 Metoda Pengumpulan Sampel dan Ukuran Sampel .....                                 | 47        |
| 3.4 <i>Dimensi Operasional Variabel</i> .....                                         | <b>50</b> |
| 3.5 Metoda Pengumpulan Data .....                                                     | 67        |
| 3.6 Uji Validitas dan Hasil Uji Validitas.....                                        | 68        |
| 3.7 Uji Reliabilitas.....                                                             | <b>73</b> |
| 3.8 Uji Outlier .....                                                                 | 75        |
| 3.9 Uji Heterokedastisitas.....                                                       | 76        |
| 3.10 Metoda Analisis Data .....                                                       | <b>78</b> |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....                                           | 79        |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                                            | 80        |
| 4.1.1 Hasil <i>Product Value Of Education</i> berpengaruh pada kepuasan konsumen..... | <b>80</b> |
| 4.2 Ringkasan Hasil Pembahasan.....                                                   | 81        |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                 | 82        |
| 4.4 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu .....                                    | <b>95</b> |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....                                                         | 96        |
| 5.1 Simpulan.....                                                                     | 96        |
| 5.2 Implikasi Manajerial .....                                                        | <b>96</b> |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian .....                                                     | 97        |
| 5.4 Saran.....                                                                        | 97        |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                  | <b>98</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| TABEL 2.1 Model Perilaku Konsumen.....                                            | 15 |
| TABEL 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                              | 33 |
| TABEL 3.1 Metoda Sistem Random .....                                              | 49 |
| TABEL 3.2 <i>DOV</i> .....                                                        | 51 |
| TABEL 3.3 Hasil Uji Validitas.....                                                | 69 |
| TABEL 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....                                             | 74 |
| TABEL 3.5 Hasil Uji Outlier.....                                                  | 76 |
| TABEL 3.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....                                       | 77 |
| TABEL 4.1 Hasil Uji <i>Product Value Of Education</i> pada Kepuasan Konsumen..... | 80 |
| TABEL 4.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....                           | 96 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 32 |
| Gambar 2.3 Kerangka Teoritis.....  | 39 |
| Gambar 2.4 Model Penelitian .....  | 44 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|            |                      |
|------------|----------------------|
| Lampiran 1 | Jurnal Utama         |
| Lampiran 2 | Kuesioner            |
| Lampiran 3 | Uji Validitas        |
| Lampiran 4 | Data Ordinal         |
| Lampiran 5 | Daftar Riwayat Hidup |