

**ANALISIS PEMBENTUKAN *CONSUMER TRUST*
BERDASARKAN MODEL DONEY
(STUDI PADA DANIEL CREATIVE SCHOOL SEMARANG)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Pasca Sarjana (S2)**

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



Disusun oleh :

Nama : MARGARETHA YOHANNES

NIM : 06.90.0002

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER SAINS MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2009



UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

PROGRAM PASCASARJANA MANAJEMEN

Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Semarang, 50234 Telp. 8316142 – 8441555 (Hunting) pesawat 201 - 202
Fax. 8415429-8445265 Http:// www.unika.ac.id E-Mail : pasca@unika.ac.id Po.Box 8033/SM
Badan Hukum : Yayasan Sandjojo

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS : Analisis Proses Pembentukan Trust (Studi Pada Daniel Creative School Semarang)

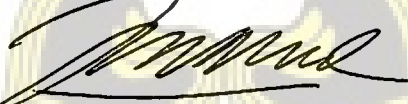
NAMA : Margaretha Yohannes
NIM : 06.90.0002
Program Studi : Program Pascasarjana Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diterima dan diuji dalam Seminar Tesis pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 2 April 2009
Hasil Penilaian : A
Predikat Kelulusan : Istimewa

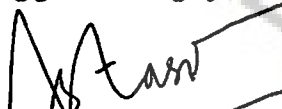
Yang bertanda tangan dibawah ini :

Koordinator Penguji,



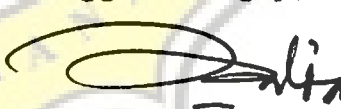
(Dr. Ben Karno Budiprasetyo)

Anggota Penguji,



(Posmaria Sitehang, SE., M.Si)

Anggota Penguji,




(Thomas Budi Santoso, Ed.D)

Pembimbing I,



(Drs. Sentot Suciarto A, MP., Ph.D)

Pembimbing II,



(Ratna Wulandari, SE., M.Si)

Mengetahui
Ketua Program Pascasarjana MSI Manajemen

(Dr. Rustina Untari)



UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER SAINS MANAJEMEN

Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Semarang , 50234 Telp. 8316142 – 8441555 (Hunting) pesawat 201 - 202
Fax. 8415429-8445265 Http:// www.unika.ac.id E-Mail : pasca@unika.ac.id Po.Box 8033/SM
Badan Hukum : Yayasan Sandjojo

HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA : Margaretha Yohannes

NIM : 06.90.0002

PROGRAM STUDI : Program Pascasarjana MSi Manajemen

BIDANG KONSENTRASI : Pemasaran Jasa

JUDUL TESIS : Analisis Pembentukan *Consumer Trust*
Berdasarkan Model Doney
(Studi pada Daniel Creative School Semarang)

DOSEN PEMBIMBING I : Drs. Sentot Suciarto A., MP. Ph.D

DOSEN PEMBIMBING II : Ratna Wulandari, SE., M.Si

Semarang, 8 Juni 2009

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

(Drs. Sentot Suciarto A., MP. Ph.D)

Dosen Pembimbing II

(Ratna Wulandari, SE., M.Si)

ABSTRAK

Adanya persaingan antara beberapa sekolah serta semakin meningkatnya pengetahuan pelanggan mengenai produk dan layanan jasa, membuat beberapa sekolah berpacu untuk lebih memberikan layanan jasa pendidikan yang bermutu serta berusaha tampil beda dengan para kompetitornya, yang diharapkan akan memberikan keuntungan bagi perusahaan tidak hanya dalam jangka waktu pendek namun juga dalam jangka waktu yang lama.

Daniel Creative School merupakan salah satu contoh penyedia layanan jasa pendidikan untuk anak usia dini (PAUD) yang baru berdiri selama \pm 3 tahun yang masih berusaha untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya karena loyalitas pada bidang jasa pendidikan lebih dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen terhadap suatu usaha jasa pendidikan. Hal ini menjadi tantangan yang cukup besar bagi Daniel Creative School untuk mengetahui bagaimana loyalitas terbentuk di konsumen mereka.

Berdasarkan studi literature diketahui bahwa pembentukan loyalitas pada konsumen sebuah usaha jasa dapat dipelajari dengan mempelajari bagaimana *trust* terbentuk karena *trust* ditemukan sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap pembentukan loyalitas. Dengan demikian jika Daniel Creative School ingin menciptakan loyalitas konsumennya maka perlu diketahui model pembentukan *trust* yang dialami oleh konsumen Daniel Creative School, faktor- faktor yang dinilai oleh konsumen sebagai dasar pembentukan *trust* di Daniel Creative School serta faktor- faktor dominan yang membentuk *trust* di Daniel Creative School.

Model pembentukan *trust* yang dialami oleh konsumen Daniel Creative School adalah enambelas orang reponden tersebut melalui *level of trust* keyakinan dan hanya satu orang responden memiliki model pembentukan *trust* tanpa melalui *level of trust* keyakinan. Ada 13 faktor yang dinilai oleh konsumen sebagai dasar pembentukan *trust* terhadap Daniel Creative School serta 5 faktor dominan yang membentuk *trust* di Daniel Creative School.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAKSI	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan dan Pembatasan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Manfaat Penelitian	12
D. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Kualitas Jasa	14
B. Kepuasan Pelanggan	23
C. Loyalitas	28
D. <i>Trust</i>	33
E. <i>Trust</i> sebagai Faktor Utama Pembentuk Loyalitas pada Suatu Usaha	

Jasa	35
F. Proses Pembentukan <i>Trust</i>	36
G. Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)	42
H. Creative Pre-School di Tallahassee Florida	46
I. Operasionalisasi Variabel	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	55
A. Obyek dan Lokasi Penelitian	55
B. Diagram Metodologi Penelitian	57
C. Desain Penelitian	59
D. Desain Analisis	62
E. Tabel Item Pertanyaan untuk <i>in-depth Interview</i>	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Filosofi Daniel Creative School	64
B. Visi dan Misi Daniel Creative School	66
C. Program-program Daniel Creative School	67
1. Aspek Pengembangan	67
2. Pembelajaran DCS	68
3. Newsletter dan Weekly Report	69
4. Fieldtrip	69
D. Hasil Pengumpulan dan Pengolahan Data	70

E. Analisis Responden secara Keseluruhan	77
1. Model Pembentukan <i>Trust</i>	77
2. Faktor-faktor yang Dinilai oleh Konsumen sbg Dasar Pembentukan <i>Trust</i> terhadap DCS	82
3. Faktor-faktor Dominan yang Membentuk <i>Trust</i> di DCS	93
 BAB V PENUTUP	 95
A. Kesimpulan	95
B. Keterbatasan Penelitian	97
C. Saran dan Rekomendasi Penelitian Lanjutan	97
1. Saran	97
2. Rekomendasi Penelitian Lanjutan	99
 DAFTAR PUSTAKA	 x
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Jumlah Siswa Daniel Creative School	9
Tabel 2.1.	Rasio antara Guru dan Anak di Creative Pre-School	52
Tabel 3.1.	Tabel Item Pertanyaan	63
Tabel 4.1.	Tabel Waktu Pembelajaran DCS	68
Tabel 4.2.	Tabel Informasi mengenai Daniel Creative School	71
Tabel 4.3.	Tabel Image dan Harapan Awal terhadap Daniel Creative School	72
Tabel 4.4.	Tabel Kesesuaian antara Kemampuan DCS vs Harapan Orangtua	73
Tabel 4.5.	Tabel Pembentukan Trust di Daniel Creative School	76
Tabel 4.6.	Tabel Rangkuman Hasil Wawancara	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Hubungan antara <i>Trust</i> dan Loyalitas	35
Gambar 2.2.	Hubungan antara <i>Trust</i> dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas	36
Gambar 2.3.	Model Pembentukan <i>Trust</i> 1	38
Gambar 2.4.	Model Pembentukan <i>Trust</i> 2	41
Gambar 2.5.	Model Pembentukan <i>Trust</i> 3	42
Gambar 2.6.	Tahapan Perkembangan Anak untuk Memecahkan Masalah ..	51
Gambar 3.1.	Diagram Metode Penelitian	57
Gambar 4.1.	Model Pembentukan <i>Trust</i> berdasarkan Model Doney	76
Gambar 4.2.	Model Pembentukan <i>Trust</i> berdasarkan tanpa melalui <i>Level of Trust</i> Keyakinan	78

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Panduan Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2 Transkrip Percakapan Hasil Wawancara *In-depth*
- Lampiran 3 Tabel Rangkuman Hasil Wawancara

