

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN DAN NILAI KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM PENENTUAN  
BELAJAR BAHASA INGGRIS DI  
ILP JALAN JAWA  
SURABAYA**



Oleh :

**MARRINY BENAWAN**

**NRP. 11194008**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA  
SURABAYA  
1998**

## ABSTRAK

Pada saat ini banyak orang yang mempelajari bahasa-bahasa asing seperti bahasa Inggris, Mandarin, Jepang dan sebagainya. Khususnya bahasa Inggris, yang umumnya dipergunakan sebagai alat komunikasi atau juga sebagai bahasa pengantar diberbagai negara. Oleh karena itu pada saat ini banyak sekali lembaga-lembaga bahasa asing yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Seorang konsumen memilih sebuah Lembaga Bahasa Asing sebagai tempat belajar, akan berdasarkan pada harapan-harapannya, misalnya : agar dapat berbahasa Inggris dengan baik, maka kualitas / mutu tenaga pengajar harus baik, kualitas materi yang diajarkan, cara pengajaran oleh guru harus baik agar murid dapat mengerti dan memahami materi yang diajarkan. Fasilitas-fasilitas penunjang pelajaran yang disediakan oleh Lembaga Bahasa, pelayanan yang diberikan juga harus baik, disamping penetapan harga, letak tempat yang jauh / dekat dengan tempat tinggal konsumen, promosi yang dilakukan oleh perusahaan, atau juga karena adanya pengaruh ide / pendapat dari anggota keluarga, teman atau dari orang-orang yang berada disekeliling konsumen tersebut. Hal ini semua dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk ikut belajar di salah satu Lembaga Bahasa Asing .

Setelah mengikuti belajar di salah satu Lembaga Bahasa Asing tersebut Konsumen akan merasa puas / tidak puas. Ini semua tergantung dari seberapa besar harapan konsumen tersebut telah terpenuhi. Apabila konsumen merasa puas maka mereka mungkin akan melanjutkan ke tingkat selanjutnya dan mempromosikan Lembaga Bahasa Asing tersebut ke orang lain. Tetapi ada konsumen yang merasa puas tetapi tidak melanjutkan atau pun mempromosikan Lembaga Bahasa Inggris tersebut ke orang lain. Tindakan seperti ini mungkin juga dilakukan oleh konsumen yang merasa kurang puas / tidak puas. Keadaan ini juga sering dihadapi oleh Lembaga Bahasa Inggris ILP di jalan Jawa Surabaya.

Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang dominan berpengaruh dalam pembuatan keputusan konsumen dan sejauh mana konsumen merasa puas belajar di ILP.

Dari hasil analisis regresi berganda dengan mempergunakan program microstat, dapat kita melihat bahwa konsumen merasa puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan, ciri khas produk (native speakers, fasilitas-fasilitas yang disediakan), serta pelayanan yang diberikan.

Walaupun konsumen telah merasa puas terhadap apa yang ILP berikan. hendaknya ILP lebih memperbaiki apa yang telah ada agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.