

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN LOKASI DI BIMBINGAN BELAJAR FAVORITA INDONESIA CABANG PERUMAHAN ALAM INDAH, TANGERANG

Oleh:

Riska Kasta Sanusi¹
Yugi Setyarko, S.E., M.M²

Email: rizkasanusi@gmail.com ; yugisetyarko@gmail.com
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

In the business world of education such as learning institutions, consumers' satisfaction has an important role in a company. Maintaining them means improving and growing the company's survival. Favorita Indonesia Tuition Classes Alam Indah Residence Branch, Tangerang. Always strive to maintain a good quality of service of how to give sincerity from teachers and employees to serve Consumers to always perform standard operating procedures (SOP) in terms of quality of service. In addition, the Favorita Indonesia Tuition Classes Alam Indah Branch, also trying to provide a price that matches the quality of the offered guidance. So that all things can create satisfaction for consumers who have attended the Favorita Indonesia Tuition Classes Alam Indah Branch. With the support of a very strategic location, consumers' can easily access the learning guidance Favorita Indonesia branch of Alam Indah Real Estate. The purpose of this research is to know the influence of service quality (X1), price (X2), and location (X3) to consumers' satisfaction (Y) in the Favorita Indonesia Tuition Classes Alam Indah Branch, Tangerang. For the consumers' population 940, with samples taken as many as 100 samples using Taro Yamane formula. Sampling technique used is Probability Sampling by sampling using Simple Random Sampling. The analytical tool used consisted of simple correlation analysis and multiple linear regression analysis. The regression equation formed is $Y = - 0.854 + 0.854 X1 + 0.023 X2 + 0.368 X3$. From the calculation that has been done, seen that the value of Adjusted R Square is 0.909. It can be interpreted that service quality, price, and location variables have influence to consumers satisfaction variable 90,9% while the rest is 9,1% influenced by other variables outside of this research. Service quality and location variables have a significant influence on consumers satisfaction, while the price variable has no effect. After doing research, it can be concluded also that the linear regression model used in this research feasible.

Keyword: Service Quality, Price, Location, Consumer's Satisfaciton

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana yang dilakukan oleh manusia dalam upaya membentuk manusia yang berkualitas sehingga mampu memajukan dan mengembangkan suatu negara. Perubahan pola pendidikan yang begitu cepat dan silih berganti serta globalisasi di segala bidang termasuk bidang pendidikan, memunculkan persaingan yang ketat di bisnis jasa pendidikan seperti lembaga bimbingan belajar. Untuk dapat mengatasi persaingan, perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal dan menciptakan kepuasan kepada para konsumen, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas pada bidang pemasaran di antaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi layanan, strategi harga dan strategi lokasi dengan selalu menekankan kepuasan untuk para konsumen. Apabila konsumen merasa puas maka konsumen akan tertarik kembali untuk mengikuti lembaga bimbingan tersebut. Agar penelitian tidak melebar ke hal-hal tidak diinginkan, maka penulis membatasi masalah yang di teliti yaitu penelitian berfokus pada kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di bimbingan belajar Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah, Tangerang dengan objek penelitian yaitu para siswa SMP dan SMA yang mengikuti bimbingan belajar Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah, Tangerang, yang dilakukan di bimbingan belajar

Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah, Tangerang dengan waktu penelitian selama tiga bulan yaitu pada bulan Oktober-Desember 2017.

KAJIAN TEORI

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah pekerjaan rumah yang harus dikerjakan manajer untuk menilai kebutuhan, mengukur tingkat dan intensitasnya, dan menentukan apakah ada peluang yang menguntungkan (Subagyo, 2010).

Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan yaitu keseluruhan dari ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Abdullah dan Tantri, 2012).

Pengertian Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bias disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Sudaryono, 2014).

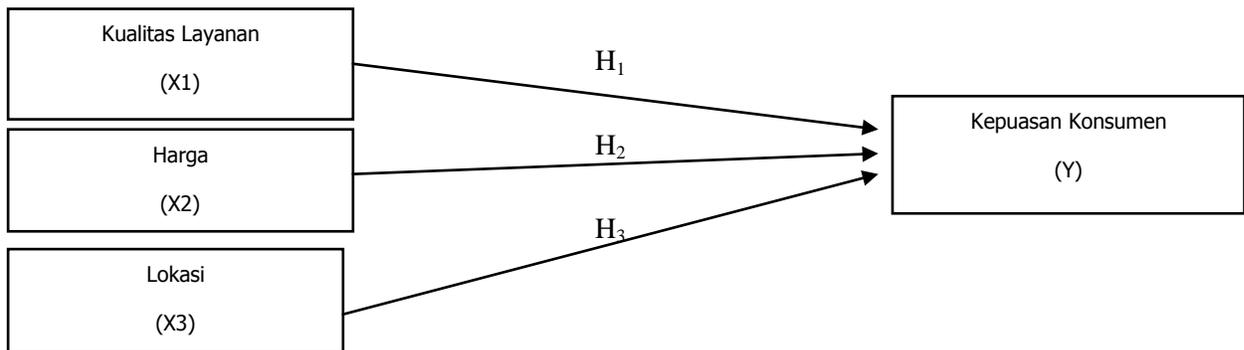
Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan letak atau toko pengecer di daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Rusdiyana, 2014).

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui dengan membeli dan atau menggunakan produk tersebut, karena konsumen yang puas akan melaksanakan bisnis lebih banyak dan lebih sering. Selain itu kepuasan konsumen merupakan emosi yang dihasilkan dari penilaian-penilaian atas rangkaian pengalaman dalam pembelian dan pemakaian produk (Wijayanti, 2014).

Kerangka Teoritis Pemikiran



Hipotesis Penelitian

- Variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.
- Variabel harga mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.
- Variabel lokasi mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen (Y). Untuk populasi dalam penelitian ini adalah para siswa SMP dan SMA yang mengikuti bimbingan belajar Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah, Tangerang. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel di Bimbel Favorita Indonesia cabang Perum Alam Indah untuk menjadi responden dalam penelitian ini, dengan cara *simple random sampling*. *Simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi, asalkan anggota populasi dianggap homogen. Pengumpulan pendapat responden dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka penulis mengambil sampel sebanyak 100 siswa bimbingan belajar Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah, Tangerang yang tergolong sebagai data primer. Data yang berhasil terkumpul kemudian diuji menggunakan perangkat lunak SPSS *Statistic* 20.0 untuk mengetahui apakah data tersebut cukup layak untuk diuji atau dianalisis dan apakah hasil analisis data cukup mewakili keadaan sesungguhnya. Uji yang dimaksud terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Setelah itu, data yang lolos dalam uji tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan metode regresi linier, uji persamaan parsial (uji T), uji keterandalan model (uji f) dan uji koefisien determinan.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Nilai r tabel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus df (*degree of freedom*) = $n - 2 = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1654 yang dilihat dari df 98 pada tabel r dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Dan pada setiap pertanyaan nilai variabel kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Bimbingan Belajar Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah lebih besar dari r tabel yaitu 0,1654. Maka, semua pertanyaan dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah setiap variabel akan dikatakan reliabel jika Cronbach's Alpha > 0,60.

Dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas ini yaitu:

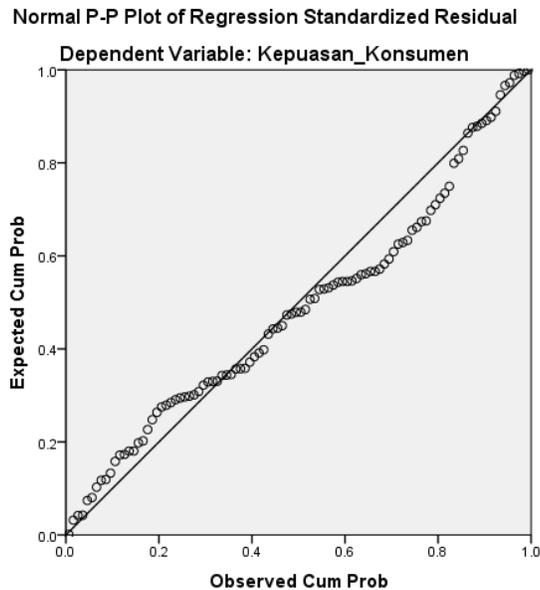
- Cronbach's Alpha > 0,60, maka kuesioner yang diuji reliabel.
- Cronbach's Alpha \leq 0,60, maka kuesioner yang diuji tidak reliabel.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan pada reliabilitas Cronbach's Alpha variabel kualitas layanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumen masing-masing lebih besar > 0,60 yang menunjukkan semua pernyataan untuk variabel kualitas layanan, harga, lokasi, dan kepuasan konsumen adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan menggunakan P-P Plot dapat dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Jadi, dapat dikatakan data pada variabel kepuasan berdistribusi secara normal.



Uji Multikolinieritas

Dikatakan tidak menjadi persoalan multikolearitas jika antar variabel independen memiliki VIF tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1. Maka dapat dinyatakan bahwa antara variabel independen tidak terjadi persoalan Multikolinearitas.

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Kualitas_Layanan	.220	4.553
Harga	.464	2.157
Lokasi	.357	2.797

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa:

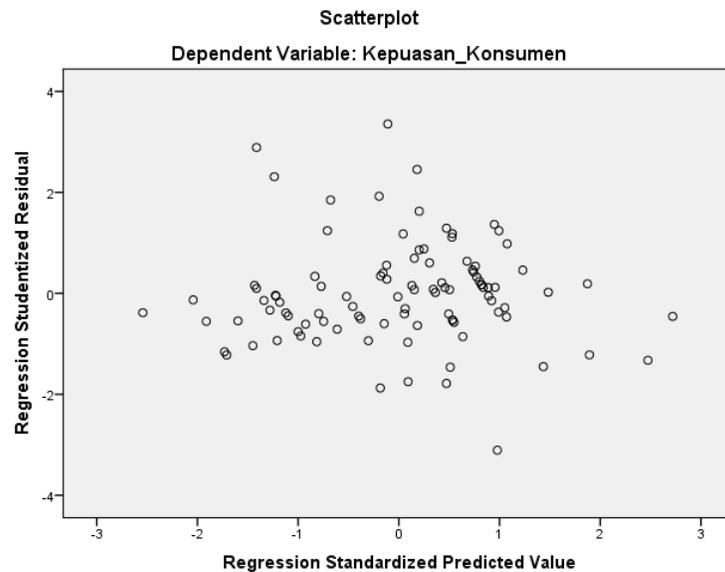
- Variabel kualitas layanan (X_1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar $0,220 > 0,1$ dan memiliki nilai VIF $4,553 < 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kualitas layanan tidak terjadi masalah multikolinieritas dan dapat digunakan sebagai data penelitian.
- Variabel harga (X_2) memiliki nilai *Tolerance* sebesar $0,464 > 0,1$ dan memiliki nilai VIF $2,157 < 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk variabel harga tidak terjadi masalah multikolinieritas dan dapat digunakan sebagai data penelitian.
- Variabel lokasi (X_3) memiliki nilai *Tolerance* sebesar $0,357 > 0,1$ dan memiliki nilai VIF $2,797 < 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk variabel lokasi tidak terjadi masalah multikolinieritas dan dapat digunakan sebagai data penelitian

Uji Heteroskedasitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika titik-titik pada output tersebut membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika titik-titik pada output tersebut tidak membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga model ini layak di gunakan dalam penelitian.

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.854	.510		-1.674	.097		
1 Kualitas_Layanan	.085	.028	.195	3.013	.003	.220	4.553
Harga	.023	.042	.025	.559	.577	.464	2.157
Lokasi	.368	.024	.789	15.553	.000	.357	2.797

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

- Pada variabel Y (kepuasan konsumen) nilai konstanta persamaan diatas adalah -0,854 angka tersebut menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh tetap, bila tingkat kualitas layanan, harga dan lokasi diabaikan.
- Koefisien variabel X_1 (kualitas layanan) diperoleh 0,085 dengan tanda positif, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas layanan mengalami kenaikan 1, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,085. Jadi, semakin baik kualitas layanan maka semakin naik kepuasan konsumen (Y).

- c. Koefisien variabel X_2 (harga) diperoleh 0,023 dengan tanda positif, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan 1, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,085. Jadi, semakin murah harga maka semakin baik kepuasan konsumen (Y).
- d. Koefisien variabel X_3 (lokasi) diperoleh 0,368 dengan tanda positif, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan lokasi mengalami kenaikan 1, maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,085. Jadi, semakin startegis lokasi maka semakin baik kepuasan konsumen (Y).

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.955 ^a	.912	.909	.780153	1.859

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas_Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Untuk hasil koefisien determinasi atau Adjusted R Square sebesar 0,909 atau 90,9%, angka tersebut berarti 90,9% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan, harga, dan lokasi, sedangkan sisanya sebesar 9,1% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.854	.510		-1.674	.097
1 Kualitas_Layanan	.085	.028	.195	3.013	.003
Harga	.023	.042	.025	.559	.577
Lokasi	.368	.024	.789	15.553	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

a. Variabel kualitas layanan (X_1)

Hasil pengujian regresi untuk variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($3,013 > 1,985$) dan nilai signikansi < 0,05 ($0,003 < 0,5$). Dengan hasil tersebut, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa secara parsial kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Variabel Harga (X_2)

Hasil pengujian regresi untuk variabel harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($0,559 < 1,985$) dan nilai signikansi < 0,05 ($0,577 > 0,5$). Dengan hasil tersebut, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa secara parsial harga tiddak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c. Variabel Lokasi (X_3)

Hasil pengujian regresi untuk variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($15,553 > 1,985$) dan nilai signikansi < 0,05 ($0,000 < 0,5$). Dengan hasil tersebut, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa secara parsial lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	602.377	3	200.792	329.904	.000 ^b
	Residual	58.429	96	.609		
	Total	660.806	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas_Layanan

hasil perhitungan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear yang di estimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Interpretasi Hasil Penelitian

Dari hasil interpretasi nilai variabel-variabel yang diikutsertakan dalam penelitian ini, dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan variabel kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen bimbingan belajar Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah, Tangerang menurut para responden sudah cukup baik. Dari sekian banyak hasil interpretasi nilai rata-rata jawaban responden, mendapat interpretasi setuju. Sehingga dapat diberi interpretasi hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian yang didapat ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di bimbingan belajar Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah, Tangerang. Kualitas layanan yang diberikan akan mempengaruhi minat konsumen yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen itu sendiri.

2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian yang didapat ini menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di bimbingan belajar Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah, Tangerang. Harga yang diberikan oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi minat konsumen dalam memilih produk yang diberikan. Maka harga sangat berpengaruh dalam suatu perusahaan yang berhubungan dengan konsumen, karena dengan harga yang sesuai yang diberikan perusahaan maka hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen yang diperoleh akan baik.

3. Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian yang didapat ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di bimbingan belajar Favorita Indonesia cabang Perumahan Alam Indah, Tangerang. Lokasi yang didirikan oleh suatu perusahaan akan diikuti dengan jumlah konsumen yang cukup tinggi, sehingga konsumen akan lebih tertarik dengan lokasi yang diberikan.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini merupakan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 dari hasil pengolahan tersebut diperoleh kesimpulan berdasarkan hasil penelitian mengenai keterkaitan Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Bimbel Favorita Indonesia cabang Perum Alam Indah. Penulis akan menyampaikan kesimpulan dari hasil penelitian ini, sebagai berikut:

a. Keterkaitan Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bimbel Favorita Indonesia cabang Perum Alam Indah.

b. Keterkaitan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bimbel Favorita Indonesia cabang Perum Alam Indah.

c. Keterkaitan Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bimbel Favorita Indonesia cabang Perum Alam Indah.

Implikasi Manajerial

Bimbel Favorita Indonesia sebagai salah satu bimbingan belajar yang harus terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada siswa yang datang ke bimbel Favorita Indonesia seperti segi bukti fisik sebagai wujud eksistensi, kehandalan, memberikan perhatian secara khusus sebagai faktor penting dalam melayani siswa agar mereka merasa puas dan terus memilih Bimbel Favorita Indonesia sebagai bimbingan belajar yang baik dengan kualitas yang terbaik untuk para siswa.

Bimbel Favorita Indonesia juga harus tetap memperhatikan harga yang dipatok untuk tetap kompetitif, apabila suatu saat adanya pesaing yang membuka usaha sejenis seperti bimbel Favorita Indonesia maka harus dibarengi dengan peningkatan kualitas layanan yang diberikan, agar siswa maupun orang tua siswa tidak berpindah ke lain bimbingan belajar dan yang terpenting siswa merasa puas atas layanan yang diberikan oleh pihak bimbel Favorita Indonesia. Selain itu bimbel Favorita Indonesia juga harus memperhatikan lokasi untuk membuka cabang yang lainnya, karena dengan mudahnya siswa menuju ke bimbel Favorita Indonesia maka semakin banyak siswa yang akan ikut bimbel Favorita Indonesia dengan di tunjang kualitas layanan yang baik dan harga yang sepadan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku :

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Depok : PT Grafindo Persada

Rusdiana. 2014. *Manajemen Operasi*. Bandung : Pustaka Setia

Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing In Business*. Edisi 1. Jakarta : Mitra Wacana Media

Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia

Wijayanti, FI. Titik. 2014. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Edisi ke 2. Jakarta : PT Gramedia

Jurnal Penelitian Sebelumnya :

- Hana Ofela, Sasi Agustin. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi*. Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 5, Nomor 1, Januari 2016.
- Anggraeni, Ria. 2017. *Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Vanilla Café Tulungagung*. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Simki-Economic, Vol 01, No. 03, Tahun 2017.
- Sari, Rita Novita. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Hypermarket Mall Samarinda Central Plaza di Samarinda*. eJournal Administrasi Bisnis 2016, 4 (4): 1113-1126.
- Nyoman Ayu Trisnayani, I Made Tegeh, Putu Rahayu Ujjanti. 2017. *Studi Korelasi Tingkat Pendidikan Orang Tua dan Motivasi Belajar Anak Usia Dini*. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. e-Journal Pendidikan Anak Usia Dini Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini (Volume 5. No. 2 – Tahun 2017).