

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN DI LEMBAGA KURSUS PENDIDIKAN SEKAR KOTA TEGAL

YUNIETI UTAMIE

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email : sekaryunie@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi dari beberapa faktor. Ini dapat menjadi penilaian bagi suatu lembaga ataupun usaha-usaha tertentu. Kepuasan pelanggan sering kali kita dapat dari pelanggan yang mungkin berkunjung pada lembaga atau perusahaan kita. Pada penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui seberapa pelanggan merasa puas dengan kita atas pelayanan serta hal hal lain yang diberikan. Dengan begitu kita akan selalu membenahi atau meningkatkan pelayanan di lembaga, serta dari pihak lembaga akan mengerti dari para pelanggan mereka akan menilai dari segi mana mereka puas pada usaha kita. Pada Lembaga kursus pendidikan (LKP) Sekar Kota Tegal ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan contohnya dari segi harga, fasilitas, serta kualitas pelayanan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan perhitungan spss dengan metode survey, dengan memberikan instrument kepada para peserta didik dan para alumni lembaga untuk mendapatkan penilaian tentang kepuasan pelanggan di Lembaga Kursus pendidikan Sekar Kota Tegal. Dari hasil survey dan perhitungan spss secara parsial dan simultan Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dengan kata lain ketiga dari faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Lembaga Kursus Pendidikan Sekar Kota Tegal.

Kata Kunci : Harga, Fasilitas, Kualitas pelayanan. Dan Kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Di bidang kursus dan pelatihan era globalisasi yang berkembang pesat, membuat persaingan antar lembaga semakin ketat dalam upaya meningkatkan kualitas peserta didik yang berkompeten. Sehingga lembaga yang bergerak di bidang jasa pelatihan dituntut baik pengelola maupun tenaga instruktur lebih berkompetensi dibidangnya. Sebagai motor penggerak pelaksanaan dalam kursus dan pelatihan diharapkan pengelola lembaga mampu menyukseskan pendidikan dari berbagai segi atau cara. Juga mampu memaksimalkan kompetensinya sehingga dapat menentukan keberhasilan suatu lembaga kursus dan pelatihan dengan baik. Serta mampu memaksimalkan keberhasilan kompetensi sebuah lembaga kursus dan pelatihan dalam kecakapan mengelola sumber daya manusia (SDM) dan dalam mengembangkan dimensi lainnya.

Pengelola harus mampu menjadi leader mengarahkan sebuah lembaga kursus dan pelatihan dalam mencapai tujuan. Seluruh komponen dan sarana kursus dan pelatihan idealnya mampu dimaksimalkan dengan baik sesuai standar kursus dan pelatihan. Dalam usaha pengembangan lembaga kursus dan pelatihan, seorang pengelola lembaga harus mampu memerankan tugas pokok dan fungsinya sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan sebuah lembaga kursus dan pelatihan dengan cara pengelolaan lembaga yang baik, administrasi, menyusun rencana strategi sebagai usaha pengembangan dan penyelenggaraan kegiatan yang lebih inovatif.

Pengelola lembaga kursus dan pelatihan memiliki kewenangan tertinggi dalam manajemen lembaga itu sendiri maupun tenaga instruktur dan serta menentukan kebijaksanaan yang tentu saja sangat berpengaruh kinerja lembaga. Serta memiliki kemampuan dan ketrampilan untuk memimpin sebuah lembaga kursus dan pelatihan. Sebuah lembaga kursus dan pelatihan selain dituntut dalam berkompetensi dibidangnya, pengaruh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam suatu lembaga. Lembaga kursus dan pelatihan (LKP) Sekar merupakan salah satu usaha bergerak dibidang jasa tata rias

pengantin wanita dan pria. Selain memberikan kursus tata arias pengantin, LKP Sekar juga memberikan kursus dan pelatihan hantaran pengantin dan potong rambut yang banyak diminati masyarakat.

Pentingnya keulitas pelayanan untuk menarik pelanggan merupakan acuan pada harga karena pada dasarnya harga juga dapat dikatakan sebagai suatu ukuran alat tukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu produk ataupun jasa. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan selektif dalam memilih salah satu dari banyaknya alternatif yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, ini bisa menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh untuk kepuasan pelanggan (Anindhya Budiarti, Fifin Anggaraini, 2020). Selain dari faktor harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dalam faktor lainpun yakni fasilitas, fasilitas itu sendiri merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penyedia jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Andi Muhammad Irfan, 2018).

Dalam hal ini pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi dan akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Harapan itu biasanya bertumpu pada sebuah salah satu faktor yakni harga pada sebuah lembaga yang notabnya lebih memberikan implikasi yang sangat berpengaruh dalam kepuasan masing-masing..Sebaliknya jika hasil akhir pada pelanggan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan merasakan ketidakpuasan (Yuliantini, 2021).

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Yulianti, 2021) bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial. Peneliti laipun mendapatkan hasil bahwa Fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Andi Muhammad Irfan, 2018). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Rama joko Darmawan, Budhi Satrio, 2017) menyatakan hasil penelitiannya tentang kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan.

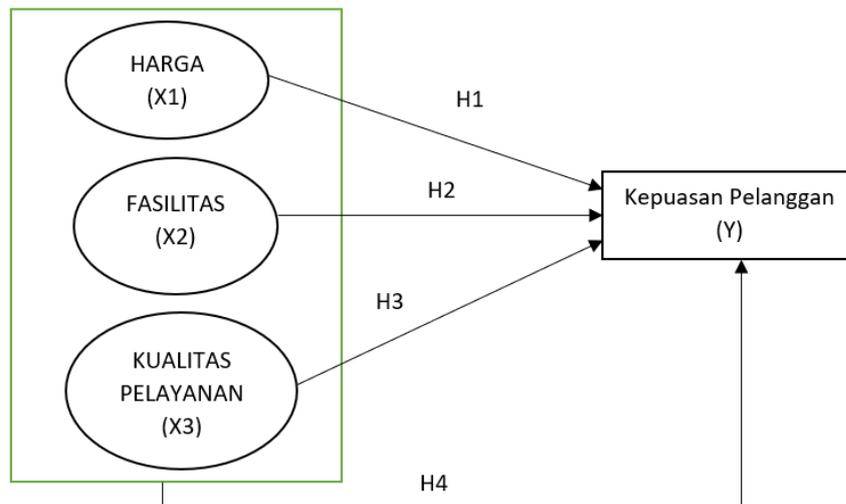
Dalam memberikan penilaian terhadap kepuasan pelanggan di lembaga kursus pendidikan ini yang berdampak pada perkembangan dari lembaga adanya faktor yang mempengaruhinya, beberapa faktornya yaitu harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menganalisis faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di lembaga kursus pendidikan Sekar Kota Tegal. Karena adanya penurunan jumlah peserta didik kursus saat pandemi covid 19 di lembaga kursus pendidikan Sekar Kota Tegal. Sehingga dapat benahi untuk di evaluasi kembali dari faktor faktor tersebut dengan tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal pada lembaga kursus pendidikan.

Dengan adanya dilakukan penelitian ini diharapkan akan dapat dijadikan acuan dalam mengatasi penurunan peserta didik pada lembaga kursus pendidikan. Sehingga untuk kedepannya dapat memberikan pelayanan yang maksimal untuk para peserta didik. Selain itu dapat dijadikan pedoman sebagai dalam merencanakan strategi dalam menarik pelanggan/masyarakat yang akan kursus di lembaga kursus pendidikan Sekar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survey dengan perhitungan analisis data statistik Deskriptif. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk melakukan pengukuran dalam melihat hubungan antara yang fundamental anatara pengamatan empiris dengan hasil data secara kuantitatif. Uji yang akan dihitung meliputi statistik deskriptif, Uji asumsi klasik dan Uji regresi linier berganda. Pada penelitian ini Peneliti akan melakukan survey dengan memberikan pertanyaan yang sama kepada responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta didik dan alumni dari LKP Sekar Kota Tegal. Populasi yang nanti akan digunakan sebanyak 120 responden dari para peserta didik dan alumni LKP Sekar.



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Hipotesis

- H1 : Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan
- H2 : Fasilitas Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan
- H3 : Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan
- H4 : Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan, diperoleh temuan nilai rata-rata (mean) dari setiap variabel harga, fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ditunjukkan pada tabel berikut

Tabel 1. Descriptive Statistics

	N	Range	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	Variance
TotalX1	120	8	32	40	35,14	1,848	3,417
TotalX2	120	19	21	40	34,91	2,126	4,521
TotalX3	120	8	32	40	35,31	1,855	3,442
TotalY1	120	8	32	40	35,42	1,977	3,909
Valid N (listwise)	120						

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa harga, fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki rata-rata yang sepadan atau baik.

Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Model regresi yang baik seharusnya memiliki residu yang berdistribusi secara normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan uji statistic dengan dapat digunakan uji kolmogorov-smirnov, apabila nilai profitabilitas yang diperoleh lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa residu dalam model regresi berdistribusi secara normal.

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52582991
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,055
	Positive	,055
	Negative	-,044
Test Statistic		,055
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan uji kolmogorov smirnov terlihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,200 lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikorelinieritas

Dalam mendeteksi masalah multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF. Apabila nilai VIF lebih kurang dari 10, dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari masalah multikolinieritas.

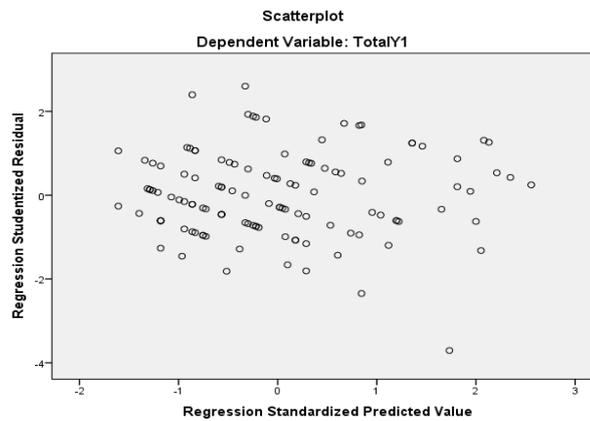
Tabel 3. Uji multikorelinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
TotalX1	,623	1,606
TotalX2	,827	1,209
TotalX3	,642	1,557

Berdasarkan tabel diatas dilihat bahwa nilai VIF pada setiap variabel kurang dari 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikorelinieritas anatar variabel bebas dalam model.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji homogenitas varians residu dalam sebuah model regresi. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan nilai residualnya (SRESID)



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa dalam model tidak terdapat heterokedastisitas karena pada gambar tidak ada pola yang jelas serta titik titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menandakan bahwa dalam model, variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama atau konstan. Sehingga asumsi tidak adanya heteroskedastisitas atau adanya homoskedastisitas sudah terpenuhi untuk persamaan regresi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa faktor dari kepuasan pelanggan yaitu Harga (X1), Fasilitas (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

**Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda
 Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,199	3,254		2,520	,013
	Harga	,136	,097	,127	1,399	,164
	Fasilitas	,100	,073	,108	1,366	,175
	Kualitas Pelayanan	,537	,095	,504	5,632	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Bila hasil perhitungan dari print out komputer dengan bantuan program spss versi 24 dimasukan ke dalam persamaan di atas diperoleh nilai sebesar:

$$Y = 8,199 + 0,136 (X1) + 0,100 (X2) + 0,537 (X3)$$

Dari persamaan diatas diperoleh koefisien regresi bernilai positif dari Harga (X1), Fasilitas (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini berarti bahwa:

- Konstanta sebesar 8,199 dapat diartikan sebelum dipengaruhi variabel Harga (X1), Fasilitas (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3), maka Kepuasan Pelanggan positif.
- Koefisiensi regresi $b_1 = 0,136$ artinya apabila harga (X1) meningkat maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat dengan asumsi variabel Fasilitas (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) dianggap konstan.
- Koefisiensi regresi $b_2 = 0,100$ artinya apabila Fasilitas meningkat maka kepuasan pelanggan (Y) Akan meningkat dengan asumsi variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan dianggap konstan.
- Koefisiensi regresi $b_3 = 0,537$ artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan (Y) Akan meningkat dengan asumsi variabel Harga (X1) dan Fasilitas (X2) dianggap konstan.

5. Koefisien determinasi (R^2)

Analisis ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabelnya independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 5. koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,636 ^a	,404	,389	1,545

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga

Berdasarkan tabel diatas tampak bahwa dari hasil perhitungan diperoleh adjusted R square (R^2) sebesar 0,389 adengan kata lain hal ini menunjukkan bahwa besar presentase variasi kepuasan pelanggan yang bisa dijelaskan oleh variasi ketiga variabel bebas yaitu Harga, Fasilitas, dan Kualitas pelayanan adalah sebesar 38.9% sedangkan sisanya sebesar $(1-R^2) = 61,1\%$ dijelaskan oleh sebab lain diluar model.

Harga yang merupakan satu-satunya unsure bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tiak bisa dikesampingkan oleh perusahaan (Nuruddin Mahmud, 2021). Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat meningkatkan penjualan, mempertahankan market share serta mempengaruhi stabilitas harga, dan mencapai laba yang maksimum.

Fasilitas merupakan salah satu faktor yang menunjukkan kepuasan konsumen. Semakin baik fasilitas yang ditawarkan maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Fasilitas juga merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dari kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Menurut Cristina, 2013 (Anindyta Budiarti, Fifin Anggraini, 2020) merupakan preseptif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa transfer, maksudnya kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi perusahaan karean kualitasakan menjadi penilaian konsumen.

Jadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di LKP Sekar Kota Tegal yaitu Harga, fasilitas, Kualitas pelayanan. Dengan diketahuinya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan maka dapat dilakukan perubah perubahan yang dapat membuat para peserta didik dan alumni akan merasa puas dengan hasil maksimal yang diberikan oleh pihak LKP.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian “Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di LKP Sekar Kota Tegal” dapat disimpulkan bahwa secara parsial parsial dan simultan harga, fasilitas dan kualitas pelayanan memberlkan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dengan kata lain ketiga dari faktor teresebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di lembaga kursus pendidikan Kota Tegal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fifin dan Anindhyta Budiarti. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek*.
- Irfan, Muhammad Andi (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *jurnal ekonomi islam*. Vol. 9, No 2, Desember 2018. ISSN: 2579-6453
- Isnaini, Siti. (2018). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan Lembaga Kursus Pendidikan Andini Jombang. *journal of Business and innovation Management*. Volume 1 Nomor 1, Oktober 2018.
- Mahmud, Nuruddin. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Transmart Setiabudi Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna*. Vol. 3, No. 1, April 2021. ISSN: 2746-1173.
- Yuliantini. (2021). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan Di Busana Muslim Alisha Kota Bandung.