

PELANGGAN PADA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR PRIMAGAMA CIKARET BOGOR SELATAN

Suharni Rahayu dan Henna Desna Mulya
Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
dosen00964@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana harga, bagaimana kualitas pelayanan, dan bagaimana kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui juga bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan jasa Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Ciapus Bogor Selatan.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa dari kelas IV SD – XII SMA Primagama sebanyak 60 orang yang kemudian dijadikan sampel dengan teknik sampel *sampling* jenuh. Pengumpulan data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis regresi linear berganda, korelasi *product moment*, uji *t*, uji *F* dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian data menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bimbel Primagama Cikaret Ciapus Bogor Selatan. Dari hasil uji *t* menunjukkan nilai harga (x_1) $t_{hitung} (2,720) > t_{tabel} (2,002)$ dan $sig (0,009) < 0,05$ dan kualitas pelayanan (x_2) $t_{hitung} (8,053) > t_{tabel} (2,002)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ dan dari hasil uji *F* secara bersama-sama antara harga (x_1) dan kualitas pelayanan (x_2) terhadap kepuasan pelanggan (*y*) diperoleh nilai $F_{hitung} (85,035) > F_{tabel} (3,16)$ dan nilai $sig (0,000) < 0,005$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima artinya baik secara parsial maupun simultan harga (x_1) dan kualitas pelayanan (x_2) terhadap kepuasan pelanggan (*y*) berpengaruh positif dan signifikan. Melalui pengujian koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,749 sama dengan 74,9% yang berarti harga dan kualitas pelayanan berpengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi harga dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan. Demikian pula sebaliknya.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya dunia bisnis saat ini sangatlah pesat dan membuat tingkat persaingan semakin ketat. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan akan kemampuan pengembangan potensi dalam proses pembelajaran, banyak bermunculan lembaga-lembaga pendidikan yang menyediakan jasa kursus. Pada umumnya, faktor yang dilihat pelanggan jika ingin menggunakan suatu layanan atau jasa adalah harga dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, hal yang paling diutamakan suatu perusahaan jasa dalam menawarkan layanan atau jasanya kepada pelanggan yang dalam hal ini merupakan jasa Bimbingan Belajar adalah harga dan kualitas pelayanan tersebut.

Lembaga pendidikan belajar yang menawarkan berbagai macam harga khususnya bimbel rumahan yang harganya relatif murah bagi masyarakat sehingga menjadi pesaing besar. Bimbingan belajar di daerah Bogor Selatan mempunyai selisih yang cukup besar. Setiap lembaga bimbingan belajar lainnya tentu mempunyai standar kualitas pelayanan dan caranya masing-masing, standar maupun cara tersebut biasanya menjadi daya tarik pelanggan. Secara

umum perkembangan jumlah siswa yang mendaftar di LBB Primagama Cikaret Bogor Selatan dari tahun 2016 sampai dengan Desember 2018 terus mengalami penurunan. Dilihat segi harga perkembangan jumlah siswa yang menurun, maka dapat di simpulkan bahwa harga tidak sesuai dengan kualitas pelayanan.

Maka dari pembahasan diatas Disini saya akan membahas bagaimana strategi pemasaran merupakan hal yang berperan dalam penyewaan ruang kantor, yang mana saya akan mengambil judul **Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan**

2. Rumusan Masala

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas maka penulis merumuskan permasalahan yang diteliti, sebagai berikut:

- a. Bagaimana harga pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan ?
- b. Bagaimana kualitas pelayanan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan ?
- c. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan ?
- d. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan ?
- e. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan?
- f. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan ?

3. Tujuan penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian agar dapat menjadi solusi dari permasalahan diatas sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui bagaimana harga pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan.
- b. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan.
- c. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan.
- d. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan.
- e. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan.
- f. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Shinta Agustina (2011:2) manajemen pemasaran sebagai suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan dan mengawasi atau mengendalikan secara efisien dan efektif. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2014:5) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran yang

dirancang untuk menciptakan, meraih dan mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan melakukan analisis, perencanaan dan pengendalian program dengan harapan agar menguntungkan untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan..

1. Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2016: 218) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2017:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai dari suatu produk dalam bentuk uang yang harus dikorbankan atau dikeluarkan oleh pelanggan guna mendapatkan produk yang diinginkan, sedangkan bagi produsen atau pedagang harga dapat menghasilkan pendapatan atau sebagai pemasukan bagi produsen tersebut. Peranan Harga

2. Kualitas Pelayanan

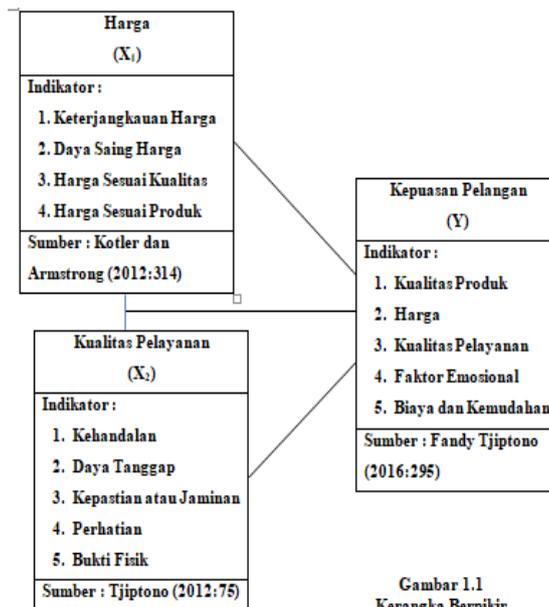
Menurut (Fandi Tjiptono, 2016:101) “ kualitas pelayanan ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut “ Dari definisi tersebut menerangkan bahwa kualitas dinilai dari kemampuannya untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga merupakan suatu ciri-ciri dan karakteristik yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memiliki persepsi di dalam memenuhi atau melebihi harapannya. Kualitas yang tinggi memungkinkan suatu perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan nilai penjualan, dapat bersaing dengan pesaing, dan meningkatkan pangsa pasarnya yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah pelangganlah yang menentukan kualitas produk atau jasa yang disampaikan kepada mereka.

3. Kepuasan Pelanggan

Definisi pelanggan dalam pandangan menurut (Greenberg, 2010)“ pelanggan adalah seorang individu ataupun kelompok yang membeli produk fisik ataupun jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dsb berdasarkan keputusan mereka sendiri “ sedangkan pelanggan menurut (Yamit dalam Kholilurrahman, 2010:21-22) “ pelanggan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk dalam perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang “ Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa pelanggan merupakan setiap orang maupun pihak yang dilayani kebutuhannya oleh perusahaan, departemen maupun lembaga dan siapa saja dapat menjadi pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila mana pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

4. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan metode konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Kerangka teoritis dapat menunjukan secara teoritis hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Maka dapat disusun kerangka berfikir penelitian sebagai berikut



Gambar 1.1
Kerangka Berpikir

5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang di uji dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H_{a1} ≠ 0 : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan
- H_{a2} ≠ 0 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan
- H_{a3} ≠ 0: Terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan.

METODE PENELITIAN

1. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:13) tempat penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal yang objektif, valid dan *reliabel* tentang suatu hal (variabel tertentu). Tempat yang menjadi objek penelitian ini adalah Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret-Ciapus Bogor yang beralamat di Jalan Raya Kapten Yusuf, Gang Madrasah Ruko B 4/2 No. 7 Cikaret Bogor Selatan.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Sifat penelitian dalam penelitian ini adalah asosiatif, menurut Sugiyono (2013:11) penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini metode asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan.

3. Populasi Dan Sample

Menurut Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah siswa bimbingan belajar dari kelas 4 SD hingga kelas 12 SMA pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan dengan

jumlah 60 orang siswa. Dan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampel sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi di gunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2017:85) maka sampel dalam penelitian ini adalah siswa bimbingan belajar Primagama yaitu sebanyak 60 orang siswa.

4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan yaitu kuesioner tertutup yang menggunakan skala *likert* yang dimana alternatif jawaban telah tersedia dan responden cukup memberikan tanda pada jawaban yang dipilih, observasi dan wawancara tidak terstruktur yang dimana peneliti tidak menggunakan pendoman wawancara. Teknik pengumpulan data juga dilakukan dengan studi kepustakaan teknik pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan obyek penelitian atau sumber-sumber lain yang mendukung penelitian

5. Metode Analisa Data

Menurut Sugiyono (2017:147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendepelitian kan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Agar lebih mudah menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden . Analisis data kuantitatif adalah suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dengan angka-angka, analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil. Beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis data kuantitatif penelitian .

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bimbingan belajar di daerah Bogor Selatan mempunyai selisih yang cukup besar. Setiap lembaga bimbingan belajar lainnya tentu mempunyai standar kualitas pelayanan dan caranya masing-masing, standar maupun cara tersebut biasanya menjadi daya tarik pelanggan. Secara umum perkembangan jumlah siswa yang mendaftar di LBB Primagama Cikaret Bogor Selatan dari tahun 2016 sampai dengan Desember 2018 terus mengalami penurunan. Dilihat segi harga perkembangan jumlah siswa yang menurun, maka dapat di simpulkan bahwa harga tidak sesuai dengan kualitas pelayanan.

2. Uji Validitas Dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:124) Uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *Product Moment*. Menurut Sugiyono (2017:126) syarat uji suatu kuesioner apabila menggunakan r_{kritis} bila $r_{hitung} \geq r_{kritis}$ (0,30), data tersebut signifikan (valid) dengan hasil perhitungan uji validitas ini menggunakan taraf signifikan 5%. Berikut ini hasil uji validitas yang diolah dengan program SPSS versi 20, Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua butir kuesioner variabel memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{kritis}$ 0,30 maka seluruh instrumen validitas dinyatakan valid maka kuesioner layak untuk diolah sebagai data penelitian.

b. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2012:130) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Uji ini dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan yang sudah valid. Rumus yang bisa digunakan untuk uji reliabilitas menggunakan rumus metode *cronbachalpha*.

Menurut Sugiyono (2013:184) Kriteria dalam menentukan reliabilitas suatu kuesioner dikatakan handal (*reliabel*) jika *cronbach alpha* $\geq 0,6$. Berikut ini hasil uji reliabilitas yang diolah dengan program SPSS versi 20, Hasil uji reliabilitas masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $\geq 0,6$ sehingga dapat disimpulkan semua instrumen penelitian ini handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

c. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda yaitu suatu metode yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel *independen* (x) terhadap variabel *dependen* (y). Analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel *dependen* dan dua atau lebih variabel *independen* (Sugiyono, 2014:275). Berikut ini adalah hasil perhitungan regresi linear berganda antara harga (x_1), kualitas pelayanan (x_2) dan kepuasan pelanggan (y) dengan dibantu SPSS dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.496	4.496		1.000	.322
	Harga	.262	.096	.235	2.720	.009
	Kualitas Pelayanan	.549	.068	.696	8.053	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil uji analisis regresi linear berganda yaitu $Y = 4,496 + 0,262 X_1 + 0,550 X_2 + e$. Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

Konstanta (β_0) = 4,496. Ini menunjukkan dimana jika variabel harga (x_1) dan kualitas pelayanan (x_2) adalah 0, maka kepuasan pelanggan (y) pengguna jasa bimbingan belajar Primagama Cikaret adalah tetap sebesar 4,496.

Koefisien x_1 (β_1) = 0,262. Ini berarti bahwa variabel harga (x_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (y) sebesar 0,262. Artinya setiap terjadi peningkatan variabel harga (x_1) maka kepuasan pelanggan (y) akan bertambah.

Koefisien x_2 (β_2) = 0,549. Ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (x_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (y) sebesar 0,549. Artinya setiap terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan (x_2) maka kepuasan pelanggan (y) akan bertambah.

d. Uji Koefisien Korelasi (Product Moment)

Uji koefisien korelasi di maksudkan untuk mengetahui tingkat hubungan variabel. harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Sugiyono (2013:248) besarnya koefisien korelasi adalah $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu :

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.749	.740	3.569

Hasil uji korelasi *Product Moment* diperoleh koefisien korelasi dapat dilihat nilai R yaitu 0,865 mendekati +1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat atau searah, dikatakan positif, dimana harga (x_1) dan kualitas pelayanan (x_2) memiliki interpretasi yang berada diantara interval koefisien 0,80 – 1,000 yang berarti tingkat hubungan sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan (y).

e. Uji Koefisien Determinasi(R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Hasil uji koefisien determinasi pada table *Summary* diketahui R Square (0,749) mendekati satu (1). Hal ini berarti besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0,749 sama dengan 74,9% yang berarti harga dan kualitas pelayanan berpengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan sebesar 74,9%. Sedangkan sisanya 25,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

f. Uji Signifikan (Uji t)

Menurut Ghozali (2013:98) Uji beda t-test di gunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas (*independen*) yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel terikat (*dependen*) secara parsial. Adapun uji t menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

H₀ : $p = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*).

H_a : $p \neq 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*).

Berikut hasil perhitungan uji parsial menggunakan program SPSS versi 20.

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.496	4.496		1.000	.322
	Harga (X1)	.262	.096	.235	2.720	.009
	Kualitas Pelayanan (X2)	.549	.068	.696	8.053	.000

Uji parsial (uji t) dari masing-masing harga (x₁) dan kualitas pelayanan (x₂) terhadap kepuasan pelanggan (y) dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikansi (*probabilitas*) ditentukan dengan melihat nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dengan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$) = (n - k) = 60 - 3 = 57 atau (2,002) dan nilai signifikansi (*p value*) < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

Hasil uji parsial (uji t) antara harga terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} (2,720) > t_{tabel} (2,002) dan sig (0,009) < 0,05, sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima yaitu “terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari harga terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan”

Hasil uji parsial (uji t) antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} (8,053) > t_{tabel} (2,002) dan sig (0,000) < 0,05 sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima yaitu “terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret Bogor Selatan”.

.PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah maka harga memiliki kategori baik dengan nilai rata-rata 4,08. Berdasarkan rumusan masalah maka kualitas pelayanan memiliki kategori baik dengan nilai rata-rata 4,12. Berdasarkan rumusan masalah maka kepuasan pelanggan memiliki kategori sangat baik dengan nilai rata-rata 4,22. Berdasarkan rumusan masalah maka harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana diperoleh nilai t_{hitung} (2,720) > t_{tabel} (2,002) dan sig (0,009) < 0,05. Berdasarkan rumusan masalah maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan dimana diperoleh nilai t_{hitung} (8,053) > t_{tabel} (2,002) dan sig (0,000) < 0,05. Berdasarkan rumusan masalah maka harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana diperoleh nilai F_{hitung} (85,035) > F_{tabel} (3,16) dan nilai sig (0,000) < 0,005. Dengan persamaan regresi $Y = 4,496 + 0,262x_1 + 0,550x_2 + e$ menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, semakin tinggi harga dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan. Demikian pula sebaliknya.

2. Saran

Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret harus mempertimbangkan kembali harga agar dapat bersaing dengan bimbel lain sehingga dapat harga bimbel akan menjadi pertimbangan bagi calon pengguna jasa bimbel. Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret harus memperhatikan kembali kualitas pelayanan dari segi fasilitas fisik berupa kebersihan ruangan belajar, musolla dan toilet agar siswa dapat merasa nyaman menggunakan jasa bimbingan belajar di Primagama Cikaret sehingga dapat menimbulkan kepuasan bagi siswa. Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cikaret harus meningkatkan kembali kepuasan pelanggan dari segi kualitas baik berupa kualitas produk maupun pelayanan agar secara faktor emosional siswa kagum dengan kualitas yang telah diberikan jasa bimbingan belajar Primagama dan dapat menyebabkan loyalitas siswa pada tahun ajaran baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Shinta, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 1, Universitas Brawijaya Press, Malang, 2011.
- Amirullah, “*Pengantar Manajemen Fungsi-Proses-Pengendalian*”, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2015.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, “*Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*”, Edisi Pertama, BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 2011.
- Buchari Alma, “*Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*”, Alfabeta, Bandung, 2013.
- Damodar N Gujarti, “*Dasar-Dasar ekonometrika Terjemahan Mangunsong R.C*”, Salemba Empat, Buku 2, Edisi 5, Jakarta, 2012.
- Danang Suyonto, “*Metodologi Penelitian Akuntansi*”, Refika Aditama, Bandung, 2016.
- Pasaribu, V. L. D. P. D. (2018). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Kartu Flexi Pt. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) Jakarta*.