

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR SONY SUGEMA COLLEGE (SSC) UNIT SMA – ALUMNI KOTA BANDUNG TAHUN AJARAN 2019 – 2020

Sari Puspa Dewi, Nellyaningsih

Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

\*Email: saripuspadewii@student.telkomuniversity.ac.id

Nellyaningsih18@gmail.com

**Abstrak :** Kesadaran Pendidikan semakin lama semakin kuat di dalam masyarakat. Pendidikan ialah salah satu hal yang dianggap sangat penting oleh masyarakat di Indonesia. Tercatat, jumlah bimbingan belajar pada 2016 mencapai 1.866 usaha, meningkat dari 1.135 usaha pada 2009. Tumbuh suburnya bimbel ini dipengaruhi oleh ketakutan serta kurangnya rasa percaya diri pelajar ketika menghadapi ujian. Upaya mempertahankan kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Pertimbangan pelayanan berkaitan dengan kualitas yang pantas sehingga dapat memuaskan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) Unit SMA – Alumni Kota Bandung Tahun Ajaran 2019 - 2020. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menggunakan teknik *non probability sampling*; purposive. Sampel yang diambil dari penelitian ini sebanyak 84 responden. Berdasarkan analisis deskriptif menggunakan besarnya nilai Kualitas Pelayanan sebesar 87,56% dan nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 90,76% dimana kedua variabel tersebut dinyatakan dalam kategori sangat baik. Sedangkan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 36,7% sedangkan sisanya 63,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Kesadaran Pendidikan semakin lama semakin kuat di dalam masyarakat. Pendidikan ialah salah satu hal yang dianggap sangat penting oleh masyarakat di Indonesia. Perubahan pola pendidikan yang begitu cepat dan silih berganti serta globalisasi di segala bidang termasuk bidang pendidikan, memunculkan persaingan yang ketat di bidang bisnis jasa pendidikan. Tercatat, jumlah bimbingan belajar di Indonesia pada 2017 mencapai 1.866 usaha, meningkat dari 1.135 usaha pada 2009. Tumbuh suburnya bimbel ini dipengaruhi oleh ketakutan serta kurangnya rasa percaya diri pelajar ketika menghadapi ujian.

Dengan semakin banyak nya pesaing bimbingan belajar di Kota Bandung, konsumen mempunyai lebih banyak pilihan untuk memilih Lembaga Bimbingan Belajar yang sesuai dengan kebutuhannya. Sony Sugema College memiliki rangking pertama pada jasa Lembaga bimbingan belajar yang ada di Kota Bandung pada tahun 2015 dan pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi peringkat keempat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manager Marketing Sony Sugema College (SSC) unit SMA – ALUMNI terdapat penurunan siswa Sony Sugema College (SSC) pada setiap tahunnya. Berkurangnya jumlah siswa juga dapat disebabkan berbagai faktor salah satunya adalah kualitas pelayanan yang terdapat di Sony Sugema College (SSC). Menurut, Manager Marketing Sony Sugema College (SSC) terdapat keluhan yang dilaporkan oleh siswa kepada wali kelas atau koordinator lokasi.

Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) unit SMA – ALUMNI Kota Bandung Tahun 2019 – 2020."

### Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang ada di Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) unit SMA – Alumni kota Bandung?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan yang ada di Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) unit SMA – Alumni kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) unit SMA – Alumni kota Bandung?

### Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) unit SMA – Alumni kota Bandung.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan yang dilakukan Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) unit SMA – Alumni kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) unit SMA – Alumni kota Bandung.

### TINJAUAN PUSTAKA

#### Kualitas Pelayanan

##### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2014:268) dalam jurnal Farochi, C., dan Nellyaningsih, N. (2018) kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan

pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Zeithaml and Bitner dalam (Priasa, 2017: 51) dalam jurnal Lutfie, H., & Hidayat, R. (2020) *service quality is a total experience that is only evaluated by consumers*. Yang artinya, kualitas pelayanan adalah keseluruhan pengalaman yang hanya dievaluasi oleh konsumen.

##### 2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016: 137) dalam jurnal Lutfie, H., & Hidayat, R. (2020) terdapat lima (5) dimensi dalam kualitas pelayanan, sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan yang tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf agar bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan.
4. Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
5. Empati (*Emphaty*), yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

#### Kepuasan Pelanggan

##### 1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Priansa (2017: 197) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan kenyataan yang dimiliki oleh konsumen. Dalam jurnal Lutfie, H., Hidayat, R., Zhang, L., & Ouyang, D. (2018) *Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from the comparing a product's perceived performance or outcome to expectations*. Yang artinya, kepuasan adalah perasaan senang seseorang atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk kinerja yang dirasakan atau hasil dari harapan.

**2. Dimensi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Priansa (2017: 210) dalam jurnal Fahri Alwi (2019) elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Harapan (*Expectations*), yaitu harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut.
2. Kinerja (*Performance*), yaitu pengalaman konsumen terhadap kinerja actual barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja actual barang atau jasa tersebut.
3. Perbandingan (*Comparison*), yaitu hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja actual barang atau jasa tersebut.
4. Pengalaman (*Experience*), yaitu harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.
5. Konfirmasi (*Confirmation*) atau Diskonfirmasi (*Disconfirmation*), yaitu konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja actual produk. Sebaliknya, diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja actual produk.

College (SSC) unit SMA – Alumni Kota Bandung Tahun Ajaran 2019 – 2020.

**Metode Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga bimbingan belajar Sony Sugema College (SSC) unit SMA – Alumni Kota Bandung Tahun Ajaran 2019 – 2020, maka jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kasual.

Menurut Sugiyono (2019:16) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2017:35), penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Sedangkan penelitian kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2017: 37) dalam jurnal Fahri Alwi (2019). Dan analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana.

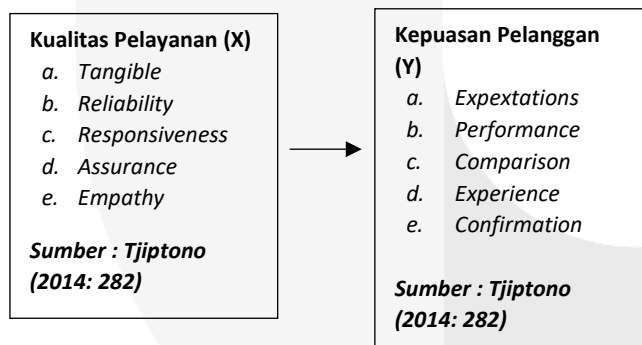
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Deskriptif**

Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan (X) Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) Unit SMA – Alumni Kota Bandung dikategori sangat baik, dengan persentase 87,56%. Angka tersebut diperoleh berdasarkan rata-rata dari persentase skor tiap item pertanyaan yang telah diberikan. Skor tertinggi diperoleh item nomer 5 dengan nilai sebesar 91,90% yang menyatakan bahwa seluruh karyawan Sony Sugema College memiliki rasa kekeluargaan yang sangat baik kepada konsumen. Sedangkan skor terendah diperoleh item nomer 6 dengan nilai sebesar 85,24% dapat dikatakan bahwa jaminan untuk siswa yang tidak lolos Perguruan Tinggi Negeri sangat baik dimata konsumen.

Tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan (Y) Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) Unit SMA – Alumni Kota Bandung dikategori sangat baik, dengan persentase 90,76%. Angka tersebut diperoleh berdasarkan rata-rata dari persentase skor tiap item pertanyaan yang telah diberikan. Skor tertinggi diperoleh item nomer 1

**Kerangka Pemikiran**



**GAMBAR 1 Kerangka Pemikiran**

Sumber : Data Diolah Penulis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas hipotesis dalam penelitian ini adalah “Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga bimbingan belajar Sony Sugema

dengan nilai sebesar 97,38% yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan seluruh karyawan Sony Sugema College sangat baik sesuai dengan harapan. Sedangkan skor terendah diperoleh item nomer 4 dengan nilai sebesar 87,86% yang menyatakan bahwa karyawan Sony Sugema College mampu menyampaikan pembelajaran dengan sangat baik.

**Uji Regresi Linier Sederhana**

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menentukan seberapa pengaruh variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan ) Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) Unit SMA – Alumni Kota Bandung. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan IBM SPSS versi 25 yang diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

**Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	6.674	2.201
Kualitas Pelayanan	.287	.042

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber : Hasil dari IBM SPSS Versi 25

Dari hasil persamaan regresi linier sederhana tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 6.674 artinya Ketika variabel X (Kualitas Pelayan) bernilai 0, maka variabel Y (Kepuasan Pelanggan) akan bernilai 6.674.
- b. Koefisien regresi b sebesar 0,287 memiliki arti bahwa setiap variabel X meningkat 1, maka Y akan meningkat 0,287. Pada koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ini bernilai positif yang berarti terjadi hubungan yang positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Uji Hipotesis**

**Uji T (Uji Parsial)**

Penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikan dari masing-masing variabel pada output hasil regresi linier sederhana dengan menggunakan program aplikasi IBM SPSS versi 25. Jika nilai probabilitas  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai probabilitas  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut ini adalah hasil uji t dengan menggunakan IBM SPSS versi 25 yang diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 2 Hasil Uji t**

Standardized Coefficients	t	Sig.
Beta	3.032	.003
.606	6.891	.000

Sumber : Hasil dari IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 2 di atas diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,891 atau lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,98896. Adapun nilai  $t_{tabel}$  didapatkan dari rumus  $df = n - k$  ,  $(84 - 1 = 83)$  dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 (5%). Nilai signifikan yang dihasilkan pada tabel 2 di atas sebesar 0,000 atau koefisien bernilai lebih kecil dengan nilai profitabilitas sebesar 0,05. Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College Kota Bandung.

**Uji Koefisien Determinasi**

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) Unit SMA – Alumni Kota Bandung. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan IBM SPSS versi 25 yang diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square
1	.606 <sup>a</sup>	.367

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan  
 b. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil dari IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji R kuadrat, diperoleh nilai R square sebesar 0,367 atau 36,7% yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 36,7% sedangkan sisanya 63,3% atau sebesar 0,633 dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dari segi kualitas produk, promosi, lokasi dan lainnya pada perusahaan tersebut.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College Kota Bandung Tahun Ajaran 2019 – 2020, kesimpulan yang dapat diambil yaitu sebagai berikut :

- Penerapan Kualitas Pelayanan yang dilakukan Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) berdasarkan tanggapan responden melalui kuesioner berada di kategori sangat baik sebesar 87,56%. Skor tersebut didapatkan dari pengukuran berdasarkan dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty*.
- Penerapan Kepuasan Pelanggan yang dilakukan Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) berdasarkan tanggapan responden melalui kuesioner berada di kategori sangat baik sebesar 90,76%. Skor tersebut didapatkan dari pengukuran berdasarkan dimensi *Expectations, Performance, Comparisons, Experience* dan *Confirmation*.
- Besaran pengaruh yang dihasilkan dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan berdasarkan hasil analisis output data menggunakan IBM Statistics 25 koefisien determinasi atau R square sebesar 0,367 atau 36,7% yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 36,7% sedangkan sisanya 63,3% atau sebesar 0,633 dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dari segi kualitas produk,

promosi, lokasi dan lainnya pada perusahaan tersebut.

### DAFTAR PUSTAKA

- Kotler,P., Armstrong, G., 2016. Marketing Management. 14th edision, 14th ed. Erlangga, Jakarta.
- Priansa, D.J., 2017. Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Alfabeta BANDUNG, Bandung.
- HERLINA, 2017. Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner. Elex Media, Jakarta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sadiqin, M. H., & Saraswati, T. G. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Lion Air (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom). eProceedings of Management, 5(3).
- Fahri Alwi (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasna Pelanggan PT. Rajawali Nusiondo Cabang Bandung Di Wilayah Bandung : Universitas Telkom
- Alkafi, G. (2016). PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PESERTA DIDIK KELAS XII SMA PADA LEMABA BIMBINGAN BELAJAR GANESHA OPERATION UNIT PANJAITAN BANDAR LAMPUNG TAHUN PELAJARAN 2015/2016.
- Aprilia, Amirah., Farochi, C., & Nellyaningsih, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Hargaterhadap Kepuasan Pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya Kota Bandung Tahun 2018 : Universitas Telkom
- Lutfie, H. (2020). EFFECTIVENESS OF MARKETING TECHNOLOGY WEBSITE QUALITY ON COMPANY PERFORMANCE AND THE IMPACT ON SMART CAMPUS STUDENT SATISFACTION. Jurnal Aplikasi Manajemen, 18(1), 181-188.
- Nellyaningsih, N., & Hidayat, R. (2019). Analisis pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian jasa asuransi. Jurnal Akrab Juara, 4(4), 144–159.
- Lutfie, H., & Hidayat, R. (2020). Important Performance Analysis (IPA) to Know Customer Satisfaction Through The Service Quality of Transmart Carrefour Retail in bandung city. TEST Engineering & Management, 83, 7977–7983.
- Lutfie, H., Hidayat, R., Zhang, L., & Ouyang, D. (2018). Assessing Determinants of Service Quality on Customer Satisfaction: Study Cases of

Superindo Minimarket. *Advanced Science Letters*, 24(4), 2840-2843.

Lutfie, H., Syafrina, I., & Hidayat, R. (2017). The Impact of Green Product through Labeling, Packaging and Product Perception for Purchasing Decision: A Review. *Journal of Economic & Management Perspectives*, 11(3), 368-373.

