

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BIMBINGAN BELAJAR GENIUS

Dewi Maryunizah

Akademi Sekretaris dan Manajemen Kencana Bandung

dewimaryunizah@asmkencana.ac.id

Ary Yanuarti

Akademi Sekretaris dan Manajemen Kencana Bandung

aryyanuarti@asmkencana.ac.id

Abstrak

Dalam dunia jasa pendidikan harga merupakan salah satu tolak ukur untuk mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut penulis harga merupakan suatu nilai yang dapat ditukar dengan barang atau jasa yang dibutuhkan sesuai dengan kemampuan seseorang dalam membeli. Harga berbanding lurus dengan kualitas yang akan didapatkan oleh konsumen. Namun, bukan berarti harga murah kualitas yang didapatkan pun kurang baik. Adapun harga yang relatif minim namun konsumen mendapatkan kepuasan yang diharapkan. Kepuasan menurut penulis adalah segala sesuatu yang dirasa oleh konsumen memenuhi harapan. Pengaruh harga dan kualitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam membeli produk jasa. Dibuktikan dengan hasil perolehan 0,887 artinya hubungan antara harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen adalah erat dan kuat. diketahui besarnya nilai R Square sebesar 0,754 atau dapat dikatakan bahwa besarnya koefisien determinasi kepuasan konsumen sebesar 75,40% artinya bahwa kepuasan konsumen 75,40% dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas dan sisanya 24,60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada studi ini.

Kata Kunci: *Harga, Kualitas, kepuasan*

Pendahuluan

Dewasa ini jasa pendidikan memegang peranan penting dalam pengembangan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, akan tetapi minat dan perhatian pada spek kualitas jasa pendidikan bisa dikatakan baru berkembang bdalam satu dekade ini. Menurut Kotler dan Keller dalamSupranto(2011:227):

“Jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara

prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apa pun”.

Dalam dunia pendidikan formal pada umumnya siswa hanya mendapatkan pembelajaran dalam kelas selama waktu pembelajaran berjalan.karena keterbatasan waktu dan jumlah siswa yang relatif banyak, siswa masih perlu bimbingan diluar sekolah untuk menambah pengalaman belajar. Bimbingan belajar formal merupakan salah satu tempat yang memfasilitasi

siswa agar pengetahuan bidang akademik dapat didapatkan secara keseluruhan. Dalam mendapatkan fasilitas pendidikan bimbingan belajar ini, orang tua siswa dibebankan untuk membayarkan sejumlah harga agar mendapatkan pelayanan sehingga siswa terpenuhi kebutuhan dalam bidang akademiknya.

Namun dalam fenomena yang ada, banyak orang tua memiliki pemikiran bahwa lembaga non formal yang menarif harga cukup tinggi, akan memberikan pelayanan dan hasil yang memuaskan sesuai dengan harapan. Pada kenyataannya tidak seperti itu, proses belajar bukan dilihat dari harga yang menentukan keberhasilan belajar , namun dilihat dari berbagai faktor lain seperti kualitas tenaga pengajar, tempat yang nyaman dan sebagainya. Dari fenomena yang ada, penulis melakukan penelitian untuk membuktikan apakah pengaruh harga dan kualitas dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Maka berdasarkan pembahasan diatas peneliti mengambil judul "**Pengaruh Harga dan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen Bimbingan Belajar Genius**"

Kajian Literatur

Fungsi bisnis pendidikan dalam era globalisasi ini merupakan sesuatu yang sudah biasa dilakukan oleh seseorang yang memiliki ilmu bisnis dan akademik yang mumpuni. Disamping itu Harga merupakan salah satu isyarat pangsa pasar yang paling penting. Harga mempunyai banyak sebutan; sewa, tarif, iuran, premi, honorarium dan sebagainya. Penelitian yang dilakukan Rajput, et.al. (2012) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap perilaku membeli di Pakistan. Harga memiliki pengaruh yang besar terhadap konsumen untuk membeli. Setiap konsumen

memiliki persepsi terhadap tingkat harga suatu produk. Persepsi ini dimulai dari harga terendah hingga harga tertinggi yang bisa diterima, hingga terbentuk spektrum harga.

Sedangkan kualitas menurut para ahli adalah Menurut Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Leon G Schiffman (2015: 139) menyatakan bahwa it is more difficult for consumers to evaluate the quality of service than the quality of products. This is true because of certain distinctive characteristic of service: they are intangible, they are variable, they are pershable, and they are simultaneouly produced and consumed. Menurut Kotler dalam Etta Mamang Sangadji (2013: 99) menyatakan bahwa kualitas pelayanan atau jasa merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Kotler (2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Tjiptono (2017) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli,dimana persepsi terhadap kinerja alternative produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

Dalam penelitian ini peneliti menarik hipotesis yaitu :

Ho : Tidak ada pengaruh secara parsial dan simultan terhadap harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen Bimbingan Belajar Genius.

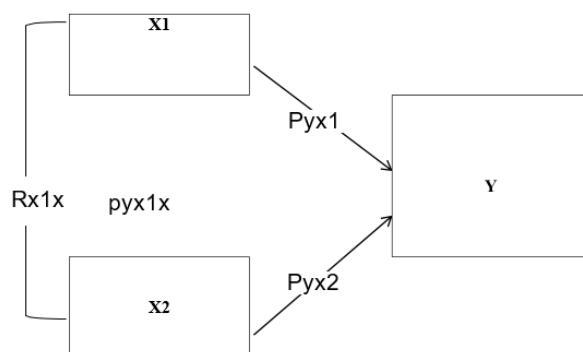
Ha : Adanya pengaruh secara parsial dan simultan terhadap harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen Bimbingan Belajar Genius.

Metode Penelitian

Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun tujuan yang digunakan dalam metode ini adalah untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel harga, kualitas dan kepuasan konsumen. sifat penelitian ini adalah verifikatif yang mana ingin mengetahui kebenaran dari suatu hipotesis. metode penelitian yang digunakan adalah metode *field studies* dan metode *explanatory survey*. Metode *field studies* atau metode survei merupakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk melihat keadaan yang menjadi objek penelitian apa adanya, dengan melihat data dan informasi yang ada dari sample, tanpa memberikan perlakuan khusus.

Teknik pengumpulan data menggunakan angket, yaitu menggunakan kuesioner yang diberikan pada responden.

Adapun perhitungan secara analisis:



Gambar 1: analisis jalur

Hasil

Uraian	Jumlah	Percentase
Perempuan	68	80,0 %
Laki – laki	17	20,0 %
Total	85	100.0%

Tabel 1: Responden berdasarkan jenis kelamin

	Jumlah	Frekuensi %
Di Bawah 30 Tahun	45	52,94%
30 - 35 Tahun	16	18,82%
36 - 40 Tahun	12	14,11%
Di Atas 40 Tahun	12	14,11%
Total	85	100.0%

Tabel 2: Responden berdasarkan usia

Pekerjaan	Jumlah	Percentase
Wiraswasta	45	52,94%
PNS	15	17,64%
NON PNS	25	29,41%
Total	85	100.0%

Tabel 3: Responden berdasarkan jenis pekerjaan

No	Indikator	Nilai	Kategori
1	X ₁₋₁	3,60	Baik
2	X ₁₋₂	3,50	Baik
3	X ₁₋₃	3,60	Baik
4	X ₁₋₄	3,10	Baik
5	X ₁₋₅	3,70	Baik
6	X ₁₋₆	3,74	Baik
7	X ₁₋₇	3,36	Baik
	RATA-RATA	3,51	Baik

Hasil dan Pembahasan

Tabel 4: Rekapitulasi nilai harga

No	Indikator	Nilai	Kategori
1	X ₂₋₁	4,10	Baik
2	X ₂₋₂	3,53	Baik
3	X ₂₋₃	4,50	Sangat Baik
4	X ₂₋₄	3,50	Baik
5	X ₂₋₅	4,00	Baik
6	X ₂₋₆	3,60	Baik
7	X ₂₋₇	4,00	Baik
	RATA-RATA	3,89	Baik

Tabel 5: Rekapitulasi nilai Kualitas pelayanan

No	Indikator	Nilai	Kategori
1	Y	4,50	Sangat Baik
2	Y	4,20	Sangat Baik
3	Y	4,10	Sangat Baik
4	Y	3,90	Baik
5	Y	4,06	Baik
6	Y	4,10	Sangat Baik
7	Y	4,17	Sangat Baik
	RATA-RATA	4,14	Sangat Baik

Tabel 6: Rekapitulasi nilai Kepuasan konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,6	0,847	17

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Tabel 7 : Uji Realibilitas Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,6	0,819	8

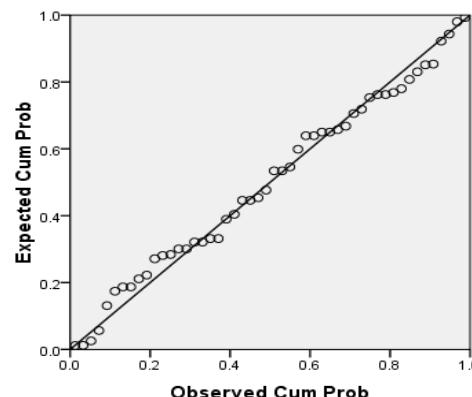
Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Tabel 8 : Uji Realibilitas Variabel X2

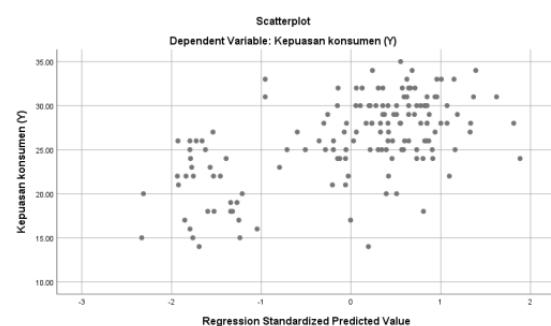
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,6	0,796	10

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Tabel 9 : Uji Realibilitas Variabel Y**Gambar :1 Normalitas Data**

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa jawaban responden menyebar dengan baik. Hal tersebut dapat terlihat bahwa gambar mengikuti garis dan berada di sekitar garis.

**Gambar :2 Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar diatas memperlihatkan bahwa data terpencar di sekitar angka 0 (0 pada sumbu Y), dan tidak membentuk

suatu pola atau trend garis tertentu. Dengan demikian, data tersebut dapat dikatakan bersifat homoskedastisitas/ tidak terjadi heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan untuk analisis regresi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan beberapa jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen bimbingan belajar genius.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen bimbingan belajar genius.
3. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen bimbingan belajar genius dibuktikan dengan hasil perolehan 0,887 artinya hubungan antara harga dan garansi produk terhadap keputusan pembelian adalah erat dan kuat. diketahui besarnya nilai R Square sebesar 0,754 atau dapat dikatakan bahwa besarnya koefisien determinasi (KP) sebesar 75,40% artinya bahwa keputusan pembelian 75,40% dipengaruhi oleh variabel harga dan garansi produk dan sisanya 24,60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada studi ini.

Penutup

Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Ada beberapa saran dari peneliti :

1. Perusahaan hendak membuat inovasi baru.
2. Membuat revolusi terbaru bagi kemajuan perusahaan.
3. Membuat perancangan ulang agar kepuasan konsumen semakin meningkat.

Daftar Pustaka

Rachmadi, J. 2009. Perilaku Konsumen. PT Indeks. Jakarta. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen

Perhitungan Manual & Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta. Rajawali Subagyo dan Zulistiani, Pengaruh Potongan Harga, Garansi, Dan Variasi Produk

Rachmadi, J. 2009. Perilaku Konsumen. PT Indeks. Jakarta. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen

Habibah dan Sumiati. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Kota Bangkalan Madura. Jurnal Ekonomi & Bisnis, Hal 31-48. Volume 1 Nomor 1 Maret 2016

Petunjuk Penulisan:

- Naskah yang disampaikan harus asli, belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan di media cetak atau online.

- Naskah menggunakan bahasa Indonesia baku, setiap kata asing dicari padanannya dalam bahasa Indonesia baku, dan tidak perlu menyertakan bahasa asingnya.
- Isi tulisan bukan merupakan tanggung jawab redaksi. Redaksi berhak mengedit redaksional tanpa mengubah arti dan Redaksi berhak menolak naskah yang tidak memenuhi syarat dan akan dikembalikan.
- Tulisan ilmiah dikirimkan dengan format:
 - ❖ Naskah diketik dalam 1 (satu) spasi dengan menggunakan Ms. Word (Font Arial, ukuran 12 pitch), dengan jumlah kata minimal 3500-7000 kata atau 8 – 15 halaman kertas A4 (sudah termasuk gambar, table, ilustrasi, dan daftar pustaka), dengan batas pengetikan adalah batas kiri dan kanan 2.5 cm sedangkan atas dan bawah 3 cm.
 - ❖ Semua jenis rumus ditulis menggunakan Mathematical Equation (bagi pengguna MS Word ada di bagian Insert => Equation), termasuk pembagian/fraksi, Zigma, Akar, Matriks, Integral, Limit/Log, Pangkat, dsb