

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Azalea Agustin, I Komang Winatha dan Tedi Rusman
Pendidikan Ekonomi PIPS FKIP Universitas Lampung
Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 01 Bandar Lampung

This research aims to determine the influence of service quality, price, facility, and location partially and simultaneously on the customer satisfaction of senior high school students of 12th grade in Hafara Courses at Pagar Alam Bandar Lampung. The population in this research is all students of 12th grade in Hafara Courses at Pagar Alam, Bandar Lampung which are 80 students and the sample used by the researcher is saturation sampling. The research method used in this research is descriptive verification method with *ex facto* approaches and surveys. The hypothesis testing is done by using T test partially and F test simultaneously. The results showed that there is significant effect of service quality, price, facility, and location to customer satisfaction of senior high school students of 12th grade in Hafara Courses at Pagar Alam, Bandar Lampung is 53,2%.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan peserta didik kelas XII SMA di Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh peserta didik kelas XII SMA Program PTN IPA/IPS di Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung dengan jumlah sebanyak 80 orang dan sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh sebanyak 80 responden. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex facto* dan *survey*. Pengujian hipotesis secara parsial uji T dan secara simultan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan peserta didik kelas XII SMA di Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung sebesar 53,2%.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, harga, fasilitas, lokasi, kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Lembaga pendidikan adalah suatu lembaga atau institusi tempat terjadinya proses pendidikan atau belajar mengajar berlangsung. Lembaga pendidikan dapat dikategorikan dalam dua bagian, yaitu pendidikan formal dan pendidikan non formal. Pendidikan formal merupakan pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang dilakukan disekolah. Sedangkan pendidikan non formal merupakan pendidikan yang biasanya dijalankan oleh lembaga swasta dengan tujuan untuk mendukung program pemerintah yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa.

Untuk mendukung berjalannya program pemerintah, lembaga swasta menyelenggarakan pendidikan luar sekolah salah satunya adalah lembaga bimbingan belajar. Lembaga bimbingan belajar merupakan salah satu lembaga pendidikan yang diselenggarakan oleh lembaga swasta yang bergerak dalam bidang jasa dengan tujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kemampuan

akademik siswa dan sebagai wadah bagi siswa untuk melakukan konsultasi belajar.

Lembaga bimbingan belajar kini semakin diminati oleh siswa terutama yang merasa membutuhkan tambahan jam belajar selain jam belajar disekolah. Hal ini terjadi dikarenakan oleh pemerintah yang menetapkan standar nilai kelulusan minimal yang menyebabkan persaingan prestasi belajar siswa semakin meningkat dan banyaknya siswa yang ingin masuk ke universitas favorit.

Dalam penelitian ini yang menjadi konsumen adalah siswa di Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung. Harapan para siswa yaitu mendapatkan pelayanan yang terbaik dan memuaskan dalam semua aspek pelayanan yang diberikan oleh lembaga bimbingan belajar diantaranya aspek pelayanan dalam mengajar, pelayanan dalam administrasi, pelayanan dalam fasilitas, dan lain sebagainya. Jumlah siswa yang mengikuti bimbingan belajar menjadi salah satu aspek

yang menentukan kepuasan konsumen.

Berdasarkan data perkembangan jumlah siswa peserta didik kelas XII SMA di Lembaga Bimbingan Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung dapat diketahui terjadi fluktuasi jumlah siswa selama tiga tahun terakhir. Pada tahun ajaran 2016/2017 terjadi kenaikan sebesar 10 orang. Sedangkan pada tahun ajaran 2017/2018 terjadi penurunan sebesar 6 orang. Penurunan siswa yang terjadi pada tahun ajaran 2017/2018 dapat menjadi dugaan bahwa kepuasan siswa di lembaga bimbingan tersebut kurang memuaskan. Hubungan dari kurang memuaskannya suatu lembaga bimbingan belajar bisa jadi diantaranya dikarenakan pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, harga yang kurang ekonomis, fasilitas yang tersedia belum maksimal, lokasi yang jauh, dan lain sebagainya.

Selain itu dilakukan wawancara dengan 20 siswa untuk mengetahui kondisi pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung untuk mengetahui keluhan

yang dialami oleh para siswa peserta didik tersebut. Dari hasil wawancara diketahui beberapa keluhan siswa diantaranya 1) penjelasan guru kurang dapat dipahami siswa; 2) cara mengajar guru kurang bervariasi; 3) kehadiran guru yang terlambat; 4) jumlah fasilitas komputer yang tersedia belum mencukupi; 5) ventilasi udara yang kurang baik; 6) belum terdapat ruangan khusus konsultasi akademik dan diskusi belajar; 7) tempat parkir yang kurang memadai dan tidak menggunakan atap untuk melindungi kendaraan; 8) ruang kelas kurang luas; 9) lokasi bimbingan belajar cukup jauh dari sekolah siswa. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa kondisi di lembaga bimbingan belajar tersebut kurang memuaskan. Data tersebut juga menjadi salah satu faktor sebab terjadinya penurunan jumlah siswa dilihat dari sisi kualitas pelayanan.

Suatu lembaga bimbingan belajar diharapkan dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik sehingga konsumen akan merasa puas dan menyebabkan loyalitas konsumen semakin tinggi dalam menggunakan jasa lembaga bimbingan belajar tersebut. Jika

kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan akan menyebabkan konsumen atau siswa beralih ke lembaga bimbingan belajar lainnya.

Menurut Zeithaml (2009:111), dalam mengukur kualitas pelayanan terdapat lima dimensi yang harus diperhatikan yaitu, bukti langsung (*tangibles*) yang meliputi sarana fasilitas dan penampilan karyawan, kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji, daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang sesuai, jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kehormatan seorang karyawan serta kemampuannya untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan, dan kepedulian (*empathy*) yaitu memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, faktor yang juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Tjiptono dan Diana (2016:219) harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan

dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Lembaga bimbingan belajar dalam usahanya yang bergerak di bidang pendidikan harus memberikan harga yang kompetitif sebagai kelebihannya. Biaya pendidikan biasanya menjadi hal penting bagi siswa dalam menentukan lembaga bimbingan belajar mana yang akan mereka pilih, karena kemampuan siswa dalam hal materi tidak sama. Beberapa siswa lebih memilih lembaga bimbingan belajar dengan kualitas yang baik tetapi dengan harga terjangkau, ada juga beberapa siswa yang tidak masalah jika membayar lebih suatu jasa bimbingan belajar yang menawarkan program khusus yang berguna melalui perjanjian tertulis oleh lembaga bimbingan belajar jika hasilnya tidak memuaskan konsumen. Lembaga bimbingan belajar sebisa mungkin untuk memperkecil harga agar dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat, tetapi tetap harus mengedepankan kualitasnya sebaik mungkin.

Dalam data perbandingan harga yang ditawarkan oleh Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar

Hafara Cabang Pagar Alam dengan lembaga bimbingan yang sejenis (Primagama), jumlah perbedaan harga sebesar Rp.50.000,- yang berarti perbedaan harga tidak terlalu jauh. Terdapat kelebihan pada lembaga bimbingan belajar Hafara yaitu, adanya diskon bagi siswa yang mendapat juara kelas 1 sampai 10, diskon anak guru, dan lain sebagainya. Kelebihan ini yang dapat menarik minat konsumen.

Fasilitas juga merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh dalam kepuasan konsumen. Dari informasi yang didapat dari kedua lembaga bimbingan belajar tersebut. Fasilitas yang diberikan oleh masing-masing lembaga bimbingan belajar tidak jauh berbeda, yaitu mendapatkan modul, ruangan memiliki ac, komputer, dan lain sebagainya.

Menurut Kotler (2009:75) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Harga yang ditawarkan harus sebanding dengan fasilitas yang didapat. Dengan menetapkan suatu harga berarti

lembaga bimbingan belajar pun harus memberikan fasilitas yang baik agar mendapatkan kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa puas akan fasilitas yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen itu sendiri.

Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara memberikan fasilitas yang dinilai cukup nyaman bagi konsumen atau siswa, diantaranya yaitu ruang belajar yang memiliki ac, komputer, wi-fi hotspot area, mushola, dan area parkir.

Hal lain yang perlu diperhatikan juga oleh suatu usaha jasa adalah memilih lokasi. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92), lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan dimana operasi dan para stafnya akan ditempatkan. Suatu usaha jasa harus pandai memilih lokasi yang akan ditempati sebagai tempat kegiatan usaha dijalankan. Jika suatu lokasi strategis dan nyaman maka akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung memiliki lokasi yang

terletak dikeramaian dengan akses transportasi yang mudah dijangkau oleh siswa.

Siswa akan memilih lembaga bimbingan belajar yang lokasinya mudah untuk dijangkau. Semakin jauh lokasi usaha, akan mengurangi konsumen karena biaya transportasi untuk sampai ke lokasi semakin mahal. Lokasi yang strategis akan meningkatkan kepuasan konsumen yang kemudian akan diikuti dengan pendapatan perusahaan yang meningkat, karena lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan objek dan subjek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada masa sekarang berdasarkan fakta-fakta yang terlihat atau sebagaimana adanya. Sedangkan verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui

hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berdasarkan data yang ada ditempat penelitian sehingga menggunakan pendekatan *ex post facto* dan *survey*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XII SMA IPA dan IPS peserta Program PTN IPA/IPA Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Ajaran 2018/2019 yang berjumlah 80 siswa yang terbagi dalam 2 kelas yaitu IPA dan IPS. Dengan sampel yang digunakan yaitu seluruh siswa yang berjumlah 80 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik sampel jenuh dengan penentuan sampelnya menggunakan *non probability sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian adalah lembar angket. Lembar angket digunakan pada saat penelitian untuk mengetahui data kualitas pelayanan,

harga, fasilitas, lokasi, dan kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Kelas XII SMA IPA dan IPS Peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Ajaran 2018/2019

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t atau parsial yang diperoleh yaitu $t_{hitung} 2,909 > t_{tabel} 1,665$ dan probabilitasnya (sig.) $0,005 < 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan atau besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen sebesar 10,11%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Gusmi Alkafi (2012) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta didik.

Kemudian menurut Garvin yang dikutip Tjiptono (2012:143) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Kualitas pelayanan merupakan hal yang dikerjakan agar dapat memiliki keunggulan dalam persaingan antar perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka akan menarik konsumen untuk memakai produk atau jasa yang ditawarkan dan akan memuaskan konsumen. Yang menjadi tujuan utama lembaga bimbingan belajar dalam meningkatkan kepuasan konsumen yaitu siswa di lembaga bimbingan belajar tersebut. Siswa merupakan konsumen yang harus diperhatikan pelayanannya untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen yang diharapkan. Jika kebutuhan dan keinginan siswa

sesuai yang diharapkannya maka siswa tersebut tentu akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen atau peserta didik di kelas XII SMA IPA dan IPS di Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Kelas XII SMA IPA dan IPS Peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Ajaran 2018/2019

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t atau parsial yang diperoleh yaitu $t_{hitung} 2,079 > t_{tabel} 1,665$ dan probabilitasnya (sig.) $0,041 < 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan atau besarnya pengaruh harga secara parsial

terhadap kepuasan konsumen sebesar 5,43%.

Hasil penelitian sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Rosvita (2010) dimana harga mempunyai empat indikator antara lain keterjangkauan atas harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Indikator harga merupakan hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu jasa. Hal yang akan di pertimbangkan oleh konsumen diantaranya, apakah konsumen memiliki kemampuan untuk membayar jasa yang diberikan oleh penyedia jasa, apakah harga yang dibayar sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan, apakah harga yang ditetapkan suatu jasa sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan, apakah harga yang ditetapkan suatu jasa sesuai dengan manfaat yang didapat, dan juga konsumen akan membandingkan harga suatu

jasa dengan jasa lain yang sejenis.

Dalam menetapkan harga perusahaan harus mempertimbangkan apakah harga yang sudah ditetapkan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Jika perusahaan menetapkan harga yang terlalu tinggi, maka akan menyebabkan penjualan menurun karena ketidakmampuan konsumen dalam membelinya. Sedangkan jika perusahaan menetapkan harga terlalu rendah, maka akan mengurangi keuntungan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariyanto (2014) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Kelas XII SMA IPA dan IPS Peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Ajaran 2018/2019

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa ada

pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t atau parsial yang diperoleh yaitu $t_{hitung} 3,432 > t_{tabel} 1,665$ dan probabilitasnya (sig.) $0,001 < 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan atau besarnya pengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen sebesar 13,54%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori menurut Suryo Subroto didalam Arianto Sam (2008) yang menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan kegiatan suatu usaha, biasanya dapat berupa benda-benda maupun uang. Lebih luas lagi menurut Zakiah Daradjat dalam Arianto Sam (2008) bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai tujuan.

Fasilitas merupakan sarana yang terlibat untuk memperlancar upaya perusahaan dalam menawarkan produk atau jasanya. Umumnya fasilitas

berupa benda-benda yang berada di lokasi dimana terjadinya penawaran jasa kepada konsumen. Hal-hal yang harus dipertimbangkan dalam menyediakan fasilitas yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior, serta kebersihan terutama yang berkaitan erat dengan kenyamanan konsumen. Tujuannya tidak lain agar konsumen merasa nyaman saat mendapatkan pelayanan jasa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Puput Puspita Sari (2018) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Kelas XII SMA IPA dan IPS Peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Ajaran 2018/2019

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t atau parsial yang diperoleh

yaitu $t_{hitung} 2,165 > t_{tabel} 1,665$ dan probabilitasnya ($sig.$) $0,034 < 0,05$ menunjukkan besarnya pengaruh lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen sebesar 5,90%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori menurut Munawaroh (2013) bahwa salah satu strategi yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah pemilihan lokasi baik lokasi pabrik untuk perusahaan jasa atau retail maupun lokasi perkantorannya. Sedangkan menurut Heizer dan Render (2015) lokasi yang spesifik seringkali mempengaruhi pendapatan daripada terhadap biaya.

Dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Pemilihan lokasi diperlukan pada saat perusahaan mendirikan usaha baru, melakukan ekspansi usaha yang telah ada maupun memindahkan lokasi dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ambika Shastri (2018, Jurnal EMBA vol.2 no.2) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Kelas XII SMA IPA dan IPS Peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Ajaran 2018/2019

Berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji F yang diperoleh yaitu $F_{hitung} 21,280 > F_{tabel} 2,49$ dengan nilai signifikansi (sig.) $0,000 < 0,05$. Kadar determinasi sebesar 0,532 atau 53,2%. Ini berarti variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi sebesar 53,2%, sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Variabel yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel fasilitas dengan dibuktikan dari hasil perhitungan uji t dimana $t_{hitung} 3,432 > t_{tabel} 1,665$. selanjutnya variabel kedua yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel lokasi dengan dibuktikan dari hasil perhitungan uji t dimana $t_{hitung} 2,165 > t_{tabel} 1,665$. Selanjutnya variabel ketiga yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel kualitas pelayanan dengan dibuktikan dari hasil perhitungan uji t dimana $t_{hitung} 2,909 > t_{tabel} 1,665$. Selanjutnya variabel terakhir yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel harga dengan dibuktikan dari hasil perhitungan uji t dimana $t_{hitung} 2,079 > t_{tabel} 1,665$.

Menurut Oliver (2010:50) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Artinya perasaan dan sikap

konsumen sangat penting karena dapat mempengaruhi suatu perusahaan. Apabila konsumen merasa tidak puas dengan hasil yang diperoleh dari pelayanan suatu perusahaan maka konsumen dapat beralih ke perusahaan lainnya.

Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen juga semakin tinggi yang akhirnya menyebabkan keuntungan perusahaan meningkat. Hal ini sesuai dengan teori Barsky dalam Daryanto dan Setyabudi (2014) yang menyatakan bahwa dengan memuaskan konsumen maka organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat dari kinerja perusahaan apakah sesuai dengan harapan atau tidak. Jika kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, akan menyebabkan konsumen merasa puas. Jika

kinerja perusahaan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka akan menyebabkan konsumen merasa kecewa. Konsumen yang merasa puas dapat menjadi pelanggan tetap, akan memberikan komentar baik, dan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada teman-teman atau keluarganya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,005, harga sebesar 0,041, fasilitas sebesar 0,001, dan lokasi sebesar 0,034. Dengan adanya perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa yang harus paling diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah fasilitas, setelah itu kualitas pelayanan, selanjutnya lokasi, dan terakhir adalah harga.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada peserta didik kelas XII SMA IPA dan IPS peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019.
2. Ada pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen pada peserta didik kelas XII SMA IPA dan IPS peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019.
3. Ada pengaruh positif fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada peserta didik kelas XII SMA IPA dan IPS peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara

Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019.

4. Ada pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan konsumen pada peserta didik kelas XII SMA IPA dan IPS peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019.
5. Ada pengaruh positif kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada peserta didik kelas XII SMA IPA dan IPS peserta Program PTN IPA/IPS Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Hafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2018/2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkafi, Gusmi. 2012. *Pengaruh Dimensi Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Peserta Didik Kelas XII SMA pada Lembaga Bimbingan Belajar Ganesh Operation Unit Panjaitan Bandar Lampung Tahun Pelajaran*

2012. Bandar Lampung:
Universitas Lampung.
- Mc Graw-Hill. Companies
Inc.
- Ariyanto. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen imbingan dan Konsultasi Belajar Nurul Fikri Bandar Lampung Tahun Ajaran 2013/2014*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Sam, Arianto. 2008. *Fasilitas Belajar*. <http://sobatbaru.blogspot.com/2008/10/pengertian-fasilitas-belajar.html> (diunduh pada 12 Maret 2019).
- Daryanto dan Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sari, Puput Puspita. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada LBPP LIA Kartini Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Dua Lembang, Rosvita. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian The Siap Minum dalam Kemasan Merek The Botol Sosro*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Shastri, Ambika. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Motor Paramitha Graha Denpasar*. Denpasar. Jurnal EMBA 2.
- Heizer, Jay dan Render, Barry. 2015. *Operation Management (Manajemen Operasi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Manajemnt Mewujudkan Layanan Prima 2*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Vol 1 No 13. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia. 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. Edisi 2
- Zeithaml, Bitner dan Valarie, Gremler. 2009. *Service Marketing-Integrating Costumer Focus Across The Firm Forth Edition*. New York: McGraw Hill.
- Munawaroh, Munjiati. 2013. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Oliver, Richard L. 2010. *Satisfaction, A Behaviour Perspective on The Customer*. New York: