

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN WALI MURID PADA LEMBAGA PAUD AR-RIDHO, DI KEC. CIBUNGBULANG, BOGOR

Lia Maryani¹, Fajar Sidiq², Subanul Yaum³

¹ STIE Manajemen Bisnis Indonesia dan liamaryanii641@gmail.com

² STIE Manajemen Bisnis Indonesia dan fajarsidiq372@gmail.com

³ STIE Manajemen Bisnis Indonesia dan unabbanu321@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Apr 9, 2024

Revised Jun 20, 2024

Accepted Jul 11, 2024

Kata Kunci:

Kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

Keywords:

Service, Price, customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan informasi berupa penjelasan yang lebih mendalam tentang Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Wali Murid pada Lembaga PAUD Ar-Ridho, Cibungbulang, Bogor. Dan memperoleh hasil dari olahan data tentang seberapa besar pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif dan verifikatif dengan populasi dan sampel yang digunakan berjumlah 32 orang wali murid, dan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS Versi 25.

Hasil persamaan regresi yaitu $Y = 9.572 + 0.299X_1 + 0.472X_2 + e$ dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil dari Pengujian Hipotesis, diperoleh variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai $\text{sig} < 0,05$ yaitu 0,010 artinya signifikan. Hasil $T_{\text{hitung}} = 2.738 > T_{\text{Tabel}} = 1.697$. Maka variabel Kualitas pelayanan berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel harga memiliki nilai $\text{sig} < 0,05$ yaitu 0,000 artinya signifikan. Hasil $T_{\text{hitung}} = 4.525 > T_{\text{Tabel}} = 1.697$. Maka variabel harga berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan variabel Kualitas pelayanan dan harga dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $F_{\text{hitung}} 30.854 > F_{\text{Tabel}}$ sebesar 3.29 dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Maka hasil uji hipotesis adalah : H_1 , H_2 , H_3 diterima dan H_0 ditolak. Hasil koefisien korelasi diperoleh nilai r Kualitas pelayanan = 0,674 dan nilai r harga = 0,773 ini berarti ada hubungan kuat dan positif yang menunjukkan bahwa peningkatan Kualitas pelayanan dan harga pada umumnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil $KD (R^2) = 0.658$. Artinya 65,8% variabel independen yaitu Kualitas pelayanan dan harga dapat menjelaskan oleh variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Sisanya 34.2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

ABSTRACT

This study aims to produce information in the form of a more in-depth explanation of the influence of service quality and price on customer satisfaction. And obtain results from processed data about how much influence service quality and price have on customer satisfaction.

The method used in this study is descriptive and verification with a population and sample of 32 parent's respondents, processing data using the SPSS Version 25 application.

The results of the regression equation are $Y = 9.572 + 0.299X_1 + 0.472X_2 + e$, using the multiple regression analysis method. The results of the Hypothesis Testing, obtained that the service variable has a value of $\text{sig} < 0.05$, which is 0.010, which means it is significant. The result of $T\text{-count} = 2,738 > T\text{-table} = 1,697$. Then the service variable is positively and significantly related to customer satisfaction and the service variable has a value of $\text{sig} < 0.05$, which is 0.000 which means significant. The result of $T\text{-count} = 4,525 > T\text{-table} = 1.697$. Then the price variable is positively and significantly related to customer satisfaction. Simultaneously, the variables of service and price can have a positive effect on customer satisfaction with a calculated $F\text{-value}$ of $30,854 > F\text{-table}$ of 3.29 with a significant level of $0.00 < 0.05$. So the results of hypothesis testing are: H_1, H_2, H_3 accepted and H_0 rejected. The results of the correlation coefficient obtained that the r value of service = 0,674 and the r value of the price = 0,773 this means that there is a strong and positive relationship which indicates that increasing service and the price in general can improve customer satisfaction. The result of $KD (R^2) = 0,658$. This means that 65,8% of the independent variables, namely service and price, can be explained by the dependent variable, namely customer satisfaction. The remaining 34,2% is explained by other factors not examined by this study.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Dr. Marwan Effendi., M.M

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia. Jl. Akes UI No. 89 Depok – Jawa Barat

Email: prodi.mj@stiemi.ac.id

1. PENDAHULUAN

Undang-undang dasar 1945 merupakan hukum tertinggi di Indonesia. Semua peraturan perundang-undangan yang lain tidak boleh bertentangan dengan Undang-undang dasar. Pasal yang berkaitan dengan pendidikan dalam undang-undang dasar 1945 yaitu, BAB XIII Pasal 31 UUD 1945 yang menyatakan sebagai berikut: (1) Tiap-tiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan. (2) setiap warga negara wajib mengikuti pendidikan dasar dan pemerintah wajib membiayainya. (3). Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional, yang meningkatkan keimanan dan ketakwaan serta akhlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, yang diatur dengan undang-undang. (4). Negara memprioritaskan anggaran pendidikan sekurang-kurangnya 20% dari anggaran pendapatan dan belanja negara, serta dari anggaran pendapatan dan belanja daerah untuk memenuhi kebutuhan penyelenggaraan pendidikan nasional. (5). Pemerintah memajukan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai-nilai agama dan persatuan bangsa untuk kemajuan peradaban serta kesejahteraan umat manusia (MPR RI, 2003).

PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) merupakan salah satu bentuk penyelenggaraan pendidikan yang menitik beratkan pada peletakan dasar ke arah pertumbuhan dan perkembangan, baik koordinasi motoric (halus dan kasar), kecerdasan emosi, kecerdasan jamak (*multiple intelligences*) maupun kecerdasan spiritual. Penyelenggaraan PAUD tersebut

disesuaikan dengan tahap-tahap perkembangan yang dilalui oleh anak usia dini (Kemendikbud, 2017)

Banyaknya KB (kelompok bermain) yang ada di Kab. Bogor salah satunya lembaga PAUD. Yang mana penelitian ini akan difokuskan pada salah satu PAUD yaitu PAUD Ar-Ridho yang berlokasi di Kec. Cibungbulang lebih tepatnya Di Jl. Kapten Dasuki Bakri Kp. Ciaruteun Kel. Cibereum Kec. Cibugulang Kab. Bogor. PAUD Ar-Ridho senantiasa menjaga kualitas Kualitas pelayanan serta memberikan harga yang terjangkau agar orang tua murid puas dengan apa yang diberikan dan ditetapkan oleh pihak sekolah, akan tetapi masih banyak keluhan yang dirasakan orang tua murid mengenai Kualitas pelayanan dan harga. Pada Tabel 1.1 terlihat peningkatan keluhan wali murid PAUD Ar-Ridho di kec. Cibungbulang, Bogor.

Tabel 1.1
Data keluhan pelanggan (wali murid) tahun ajaran 2019/2020-2021/2022

NO	Keluhan	2019/2020	2020/2021	2020/2021
1.	Tidak tersedia ruang tunggu	10	12	18
2.	Rapat dilakukan tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan	9	12	12
3.	Alat bermain kurang lengkap	5	7	10
4.	Toilet tidak terawat	5	3	20
5.	Tidak adanya potongan harga	9	15	17

Sumber : PAUD Ar-Ridho 2022

Dari data keluhan pelanggan pada Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pada tahun ajaran 2021/2022 terjadi peningkatan keluhan wali murid. Fenomena ini perlu diwaspadai oleh pihak sekolah karena dengan meningkatnya keluhan wali murid akan memberikan pengaruh yang dapat merugikan sekolah. Merujuk pada data tersebut, hal ini patut dijadikan dasar adanya masalah pada kepuasan wali murid. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti : Kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan sebagainya.

Pada penelitiannya (Tiza & Susanti, 2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurutnya, survive tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu tersendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Dalam penelitian (Mutiana, 2019) Menyatakan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurutnya, perusahaan mempercayakan perusahaan mereka kepada karyawan, sehingga para pelanggan dapat menilai melalui kinerja karyawan. Semakin baik kinerja karyawan maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk puas.

Dalam penelitian (Handoko, 2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurutnya, konsumen akan puas apabila manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari nominal uang yang mereka keluarkan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Safitri, Rahayu, & Indrawati, 2016) mengungkap bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan dapat memperoleh citra yang baik dari pelanggan dengan adanya kepuasan dari pelanggan, citra perusahaan semakin baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang baik pula.

Tujuan promosi yaitu untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk pelanggan, serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya, agar pelanggan tidak pindah kekompetitor lain. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian yang dilakukan (Yuliyanto, 2020).

Dalam penelitian (Nursiti, 2019) menyatakan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurutnya, perusahaan mempercayakan perusahaan mereka kepada karyawan, sehingga para pelanggan dapat menilai melalui kinerja karyawan. Semakin baik kinerja karyawan maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk puas.

Salah satu tujuan disediakannya fasilitas yaitu untuk memberikan kepuasan pada pelanggan dalam menggunakan produk/jasa dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pelanggan. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian yang dilakukan (Shaleh, Siburian, & Asnawati, 2018). Berdasarkan uraian tersebut diduga fasilitas cukup berpengaruh terhadap kepuasan wali murid.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Penelitian, agar lebih paham tentang topik, maka diidentifikasi beberapa variabel yang menjadi penyebab masalah terhadap kepuasan wali murid, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah citra perusahaan berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah promosi berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah kinerja karyawan berhubungan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.2 Batas Masalah

Adapun masalah yang akan diambil dalam penelitian ini hanya mengenai kualitas Kualitas pelayanan dan harga. Alasan ditelitinya kualitas Kualitas pelayanan dan harga karena variabel tersebut diduga dominan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan dibandingkan dengan variabel lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dapat dirumuskan beberapa masalah yang diduga penting sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memperoleh informasi tentang pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan.
2. Memperoleh informasi tentang pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Mendapatkan informasi dari hasil olahan data tentang seberapa besar
4. pengaruh kualitas Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen merupakan proses memperoleh suatu tindakan dari orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Aktivitas manajerial itu dilakukan oleh para manajer sehingga dapat mendorong sumber daya personal bekerja memanfaatkan sumber daya lainnya sehingga

tujuan organisasi yang disepakati bersama dapat tercapai. (Candra Wijaya, 2016). Terry dalam (Edison, E., Anwar & Komariyah, 2018), ada empat fungsi manajemen, yaitu :

1. *Planning* (Perencanaan)
Perencanaan adalah pemilihan fakta dan penghubungan fakta-fakta serta pembuatan dan penggunaan pemikiran-pemikiran atau asumsi-asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
2. *Organizing* (Pengorganisasian)
Pengorganisasian adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan kelakuan yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerja sama secara efisien, dan dengan demikian memperoleh kepuasan pribadi dalam hal melaksanakan tugas-tugas tertentu dalam kondisi lingkungan tertentu guna mencapai tujuan atau sasaran tertentu.
3. *Actuating* (Pengarahan)
Pengarahan adalah membuat semua anggota kelompok agar mau bekerja sama dan bekerja secara ikhlas serta bergairah untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian.
4. *Controlling* (Pengawasan)
Pengawasan adalah pengukuran dan koreksi kinerja untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan dan rencana yang dirancang untuk mencapainya tercapai.

Sedangkan pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. *American Marketing Association* (AMA) menawarkan definisi formal berikut: Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan mengomunikasikan dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan. Menangani proses pertukaran ini membutuhkan banyak kerja dan keterampilan. Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respons yang diinginkan pihak lain (Kotler & Armstrong, 2016).

Sehingga manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Putri, 2017).

Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan/laba atau bisnis juga bisa dikatakan menyediakan barang dan jasa untuk kelancaran sistem perekonomian (Wijoyo, Sunarsi, Cahyono, & Ariyanto, 2021).

2.1 X1 = Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms dalam (F Tjiptono, 2016) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut : Reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

2.2 X2 = Harga (biaya)

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa berikut kualitas pelayanannya. Menurut (Indrasari, 2019) ada empat ukuran yang

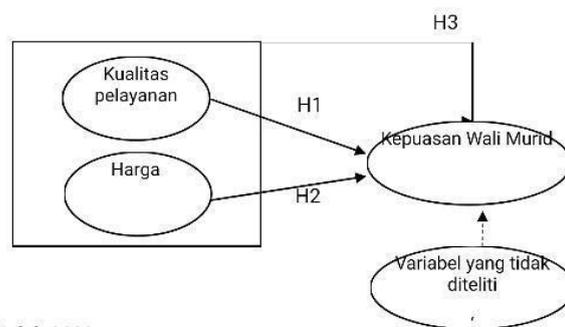
mencirikan harga yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas Kualitas pelayanan, Kesesuaian harga dengan manfaat dan Harga sesuai dengan kemampuan harga atau daya saing harga.

2.3 Y = Kepuasan Pelanggan (wali murid)

Menurut (Fandy Tjiptono, Chandra, & Adriana, 2008), kepuasan pelanggan adalah Penilaian terhadap kemampuan produk atau jasa dalam memberikan tingkat pemenuhan kebutuhan konsumsi yang menyenangkan. Parameter yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan terdiri dari empat macam yaitu : *satisfaction towards quality, satisfaction towards value, perceived best* dan *customer expectation*.

Dalam pelitian ini dibuat model penelitian untuk mempermudah dalam pembuatan hipotesis. maka model penelitian ini dapat digambarkan seperti Gambar 2.1.

Gambar 2.1
Model Penelitian



Sumber : diolah 2022

Bedasarkan model penelitian Gambar 2.1 maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh signifikan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan wali muid
- H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan wali muid
- H2 : Terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan wali muid
- H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan wali muid
- H3 : Terdapat pengaruh Kualitas pelayanan signifikan dan Harga terhadap Kepuasan wali muid secara simultan
- H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan wali muid secara simultan

Jika hasil pengujian terbukti signifikan, maka H0 akan ditolak kemudian H1, H2 dan H3 diterima, tetapi jika terbukti tidak signifikan maka H1, H2 dan H3 ditolak dan H0 diterima.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017). Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif, dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah

tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis (Hardani et al., 2020). Metode Verifikatif adalah metode yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu fenomena (Hardani et al., 2020).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wali murid di PAUD Ar-Ridho di Kec. Cibungbulang, Bogor, yang berjumlah 32 orang.

Sampel yang akan diambil menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *sempling jenuh*. *Non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 32 responden.

Subjek dalam penelitian ini wali murid PAUD Ar-Ridho di Kec. Cibungbulang, Bogor dengan jumlah 32 orang responden. Objek dalam penelitian ini adalah variabel-variabel yang diteliti, pada penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu : Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2) sebagai variabel bebas dan Kepuasan pelanggan(Y) yang menjadi variabel terikat.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket atau kuesioner yang berisi pernyataan. Teknik analisis data pada penelitian ini dengan mengumpulkan data primer yang berasal dari kuesioner yang disebarakan terhadap responden wali murid PAUD Ar-Ridho di Kec. Cibungbulang, Bogor. Kemudian Hasil olahan dengan menggunakan microsoft excel lalu dimasukan kedalam pengolahan data SPSS.

3.1 Uji Validitas

Dikarenakan penelitian menggunakan kuesioner maka uji validitas dilakukan untuk menguji data yang didapatkan setelah penelitian, kemudian dibandingkan valid atau tidak menggunakan alat ukur kuesioner. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25 dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $R\text{-hitung} > R\text{-tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid
2. Jika $R\text{-hitung} < R\text{-tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

Cara pengukuran validitas angket (kuesioner) yang digunakan berdasarkan variabel yang diteliti, dengan menggunakan teknik korelasi product moment (r person) dengan taraf yang signifikan 5%. Ketentuannya : Jika $R\text{-hitung} > R\text{-tabel}$, maka butir atau variabel yang diuji dinyatakan valid. Jika $R\text{-hitung} < R\text{-tabel}$, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas akan menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban yang terdapat pada kuesioner, sehingga kuesioner tersebut dapat diandalkan walaupun penelitian dilakukan berulang kali dengan angket yang sama. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan yang sudah valid. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $r\text{-hitung} > 0,6$ maka kuesioner reliabel.
2. Jika $r\text{-hitung} < 0,6$ maka kuesioner tidak reliabel

Reliabilitas suatu konstruk variabel dinyatakan baik jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,6$.

3.3 Uji Data

Uji normalitas dimaksudkan untuk memenuhi beberapa persyaratan asumsi untuk menguji seberapa jauh tingkat linearitas data hasil pengamatan. Sebelum dilakukan uji statistik dan korelasi, maka perlu dilakukan terlebih dahulu pengujian normalitas data dengan

menggunakan *Kolmogorof Smirnov Test*. Dasar keputusan dapat dilakukan berdasarkan probabilitas yaitu :

1. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > Sig 0,05 maka data dari sampel dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05 maka sampel atau data yang diperoleh dari sampel tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3.4 Uji Klasik

Dalam Uji Klasik terdapat uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Uji Multikolinearitas, Menurut (Santoso, 2012), untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada besaran Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Dengan rumus sebagai berikut :

1. Jika nilai VIF < 10,00 atau 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF > 10,00 atau 0,10 artinya terjadi multikolinearitas.

Beberapa alternatif cara untuk mengatasi masalah multikolinearitas adalah sebagai berikut :

1. Mengganti atau mengeluarkan variabel yang mempunyai kolerasi yang tinggi
2. Menambah jumlah observasi
3. Mentranfortasikan data ke dalam bentuk lain, misalnya logaritma natural, akar kuadrat atau bentuk first difference delta.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dalam satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikannya diatas tingkat kepercayaan 0,05 atau 5% (Ghozali, 2018).

Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian durbin-watson (d). hasil perhitungan durbin-watson (d) dibandingkan dengan nilai dtabel pada $\alpha = 0,05$. Tabel d memiliki dua nilai, yaitu nilai batas atas (dU) dan nilai batas bawah (dL) untuk berbagai nilai n dan k (Sanusi, 2011). Dasar pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi adalah sebagai berikut :

1. $d < dL$: Maka terjadi autokorelasi positif.
2. $d > 4 - dL$: Maka terjadi autokorelasi negatif
3. $dU < d < 4 - dU$: Maka tidak terjadi autokorelasi
4. $dL \leq d \leq dU$: maka pengujian tidak meyakinkan.
5. $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$: maka pengujian tidak meyakinkan.

3.5 Uji Metode

Koefisien korelasi (R) Keeratan pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien korelasi yang dinyatakan dengan R. Besar nilai koefisien tersebut berkisar antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu), semakin besar atau mendekati 1 (satu) berarti semakin kuat korelasinya. Jika nilainya positif, maka kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang searah, artinya jika X naik maka Y pun akan naik pula.

Koefisien determinan (R^2) Koefisien determinasi atau KD disimbolkan dengan R^2 yang menyatakan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), besarnya nilai koefisien tersebut dinyatakan dengan persen (%), yaitu $KD = R^2 \times 100\%$ yang menyatakan seberapa besar pengaruh atau kontribusi dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2017).

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan pelanggan (Y). Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Keterangan

Y = variabel deviden (kepuasan wali murid)

a = konstanta

b = koefisien garis regresi, yaitu angka kenaikan atau penurunan variabel

X1, X2 = variabel independen (Kualitas pelayanan, Harga)

e = error

3.6 Uji Hipotesis

3.6.1 Secara Parsial (t)

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Menurut (Sugiyono, 2017) menggunakan rumus T-test hasil perhitungan ini dibandingkan dengan t Tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 5%. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Ho diterima jika T-hitung < T-tabel pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{sig.}t > \alpha$ (0.05)
2. Ha ditolak jika T-hitung > T-tabel pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{sig.}t < \alpha$ (0.05)

3.6.2 Uji Simultan (uji f)

Uji F digunakan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas untuk dapat menjelaskan keragaman variabel terikat, serta untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi. Menurut (Sugiyono, 2017) dirumuskan F hasil perhitungan dibandingkan dengan yang diperoleh dengan F-tabel menggunakan tingkat resiko atau signifikan 5% dengan kriteria sebagai berikut :

1. Ho diterima jika F-hitung < F-Tabel pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{sig.}t > \alpha$ (0.05)
2. Ha ditolak jika F-hitung > F-Tabel pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{sig.}t < \alpha$ (0.05)

Berdasarkan pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Ho : $r_s = 0$, artinya secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Ha : $r_s \neq 0$, artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Hasil uji validitas pada data berikut dinyatakan valid dan mampu untuk lanjut ke proses berikutnya.

Tabel 4.1
Hasil uji validitas

Item	r hitung			r Tabel (N-2)	Keterangan
	(X1)	(X2)	(Y)		
1	0,721	0,685	0,588	0,3494	Valid
2	0,612	0,710	0,687	0,3494	Valid

3	0,616	0,651	0,663	0,3494	Valid
4	0,746	0,780	0,684	0,3494	Valid
5	0,547	0,764	0,430	0,3494	Valid
6	0,491	0,534	0,480	0,3494	Valid
7	0,621	0,604	0,399	0,3494	Valid
8	0,721	0,559	0,684	0,3494	Valid
9	0,545	0,764	0,670	0,3494	Valid
10	0,495	0,760	0,555	0,3494	Valid

Sumber : Hasil olahan SPSS 25

Tahap berikutnya dilakukan uji reliabilitas, dengan cara membandingkan angka *cronbach alpha* dengan ketentuan nilai *cronbach alpha* minimal adalah 0,6 maka dapat dijelaskan bahwa kuesioner tersebut tidak reliabel. Lalu pada uji normalitas nilai probabilitas p atau *asymp sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Karena nilai probabilitas p. yakni 0,200 lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05, maka asumsi normalitas terpenuhi.

Pada pengujian didasarkan pada hipotesis, yaitu uji (t) dan uji (f) yang menghasilkan data sebagai berikut :

1. Uji t

Tabel 4.1
Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial
1 (Constant)	9.572	4.366		2.192	.037			
Kualitas pelayanan	.299	.109	.349	2.738	.010	.674	.453	.287
Harga	.472	.104	.576	4.525	.000	.773	.643	.475

a. Dependent Variable: Kepuasan Wali Murid

Sumber : hasil olahan SPSS 25

Dari hasil output Tabel 4.2 diperoleh nilai t hitung untuk Kualitas pelayanan (X1) yaitu nilai T-hitung lebih besar dari T-tabel (2.738 > 1,697) dan nilai taraf signifikan dibawah 0,05 yaitu 0.010. artinya variabel Kualitas pelayanan (X1) secara parsial berhubungan dengan kepuasan pelanggan, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. sedangkan untuk variabel harga (X2) yaitu nilai T-hitung lebih besar dari T-tabel (4.525 > 1,697) dan nilai taraf signifikan dibawah 0,05 yaitu 0.000. artinya : variabel Harga (X2) secara parsial berhubungan dengan kepuasan pelanggan, sehingga H0 ditolak dan H2 diterima.

2. Uji f

Tabel 4.2
Uji f
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	271.244	2	135.622	30.854	.000 ^b
	Residual	127.475	29	4.396		
	Total	398.719	31			

a. Dependent Variable: Kepuasan Wali Murid

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan

Sumber : Hasil Olahan SPSS 25

Dari hasil uji f menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 30.854 > 3,29 F_{Tabel} sebesar dengan tingkat signifikan 0,00 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan atau secara simultan (bersama-sama) antara variabel Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

4.2 Pembahasan

Koefisien Korelasi menunjukkan kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan terdapat koefisien korelasi (r) sebesar 0.674 dengan signifikansi 0.000 dan kepuasan pelanggan dengan harga terdapat koefisien korelasi (r) sebesar 0.773 dengan signifikansi 0.000. hal tersebut berarti ada korelasi positif antara kepuasan pelanggan dengan Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan harga, dengan tingkat hubungan kuat, dan korelasi tersebut signifikan karena $P < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai berada pada rentang "0,60 – 0,799" yang berarti tingkat hubungan Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan termasuk pada tingkat yang kuat.

Koefisien Korelasi Simultan menunjukkan hasil output dengan nilai signifikansi F change 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki hubungan terhadap kepuasan pelanggan dan memiliki keeratan hubungan yang kuat dengan nilai R 0.825

Koefisien Determinans menunjukkan bahwa kontribusi variabel Kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.658 atau sebesar 65,8% dan sisanya 34,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

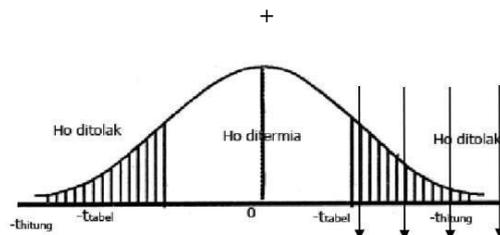
Persamaan Regresi yang diperoleh yaitu $Y = 9.572 + 0.299X_1 + 0.472X_2$ dengan menggunakan metode analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil uji hipotesis maka diperoleh hasil uji (t) yang pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas yang digunakan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Dari hasil output Tabel 4.17 diperoleh nilai T_{hitung} untuk Kualitas pelayanan (X_1) yaitu nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{Tabel} ($2.738 > 1,697$) dan nilai taraf signifikan dibawah 0,05 yaitu 0.010. sedangkan untuk variabel harga (X_2) yaitu nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{Tabel} ($4.525 > 1,697$) dan nilai taraf signifikan dibawah 0,05 yaitu 0.000. artinya : Variabel Kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berhubungan dengan kepuasan pelanggan, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan variabel harga (X_2) secara parsial berhubungan dengan kepuasan pelanggan, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Sedangkan berdasarkan hasil uji hipotesis maka diperoleh hasil uji (f) Secara simultan variabel Kualitas pelayanan dan harga dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F_{hitung} 30.854 > F_{tabel} sebesar 3,29 dengan tingkat signifikan 0,00 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan atau secara simultan (bersama-sama) antara variabel Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Gambar 4.1

Kurva Penerimaan H0 dan Penolakan H0



Sumber : hasil olahan SPSS 25

Berdasarkan Gambar 4.1 maka dapat dipaparkan penjelasan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X1) dihasilkan nilai t hitung lebih besar dari t Tabel ($2.738 > 1,697$). Artinya : variabel kualitas pelayanan (X1) secara parsial berhubungan dengan kepuasan wali murid, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Variabel Harga (X2) dihasilkan nilai t hitung lebih besar dari t Tabel ($4.525 > 1,697$). Artinya variabel harga (X2) secara parsial berhubungan dengan kepuasan wali murid , sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima.
3. Dihasilkan f hitung sebesar $30.854 > f$ Tabel sebesar $3,29$. Artinya variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wali murid, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Hasil uji menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan di PAUD Ar-Ridho, Cibungbulang, Bogor, sehingga apabila para pihak sekolah kurang memperhatikan Kualitas pelayanan dan harga maka kepuasan pelanggan akan menurun. Untuk menghindari persoalan tersebut dan agar meningkatnya kepuasan pelanggan maka harus ada peran aktif pemimpin didalamnya dengan cara tetap terus memperhatikan dan mengontrol setiap guru, staf dan fasilitas agar tercapainya tujuan bersama yang lebih optimal.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun harga memiliki peran yang penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Peningkatan dalam kualitas pelayanan atau penyesuaian harga dapat secara signifikan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Secara bersama-sama, variabel kualitas pelayanan dan harga menjelaskan sebagian besar variasi dalam kepuasan pelanggan, menunjukkan pentingnya kedua faktor ini dalam strategi manajemen yang ditujukan untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam suatu layanan atau produk.

Pada kontribusi variabel, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 65,8% terhadap kepuasan pelanggan, sementara 34,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Adapun pengaruh variabel pada kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Setiap peningkatan satu poin dalam kualitas pelayanan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,299 poin, sedangkan peningkatan satu poin dalam harga berkontribusi sebesar 0,472 poin, dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji Statistik pada uji F menunjukkan bahwa secara statistik, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hubungan Antara Variabel korelasi antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan dan harga

menunjukkan hubungan yang positif dan kuat. Kedua korelasi ini juga secara statistik signifikan dengan nilai $P < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Candra Wijaya, M. R. (2016). *Dasar-dasar manajemen: mengoptimalkan pengelolaan organisasi secara efektif dan efisien*. Klaten: Perdana.
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 61–72.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., ... Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo press.
- Kemendikbud. (2017). *Model Pendidikan Anak Usia Dini Satu Tahun Sebelum Sekolah Dasar*. Jakarta: Kemendikbud.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- MPR RI. (2003). *Ketetapan MPR RI Nomor I/MPR/2003*. Jakarta: Sekretariat Jenderal MPR RI.
- Nursiti, D. (2019). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Chatime. *Jurnal Psychomutiara*, 2(1), 46–56.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Safitri, E., Rahayu, M., & Indrawati, N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center (Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang). *Ekonomi Bisnis*, 21(1).
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: Gramedia Jakarta.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaleh, M., Siburian, P. S., & Asnawati, A. (2018). Pengaruh fasilitas, harga, kualitas dan lokasi terhadap kepuasan orang tua murid. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 3(1).
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tiza, M., & Susanti, F. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang.
- Tjiptono, F. (2016). *PD dan GC Service Quality and Satisfaction*. Bandung: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Insan Cendekia Mandiri.
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2).