

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT MEGA KOMPUTER COURSE

Henida Khoirun Nisa¹, Bambang Agus Sumantri²

^{1),2)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
henidakhairunn@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 30/06/2024

Tanggal Revisi : 04/07/2024

Tanggal Diterima : 10/07/2024

Abstract

This study aims to examine the impact of service quality, pricing, and employee performance on customer satisfaction at PT Mega Computer COURSE, both individually and collectively. Employing a quantitative approach, the research utilizes causal research techniques. A sample of 80 respondents was selected based on the Slovin formula. Data analysis was performed using multiple linear regression and tested with IBM SPSS 25 software. The findings indicate that service quality, pricing, and employee performance, when considered simultaneously, significantly influence customer satisfaction. Individually, each of these factors also has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Employee Performance, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan PT Mega Computer COURSE, baik secara individu maupun kolektif. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini menggunakan teknik penelitian kausal. Sampel sebanyak 80 responden dipilih berdasarkan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dan diuji dengan software IBM SPSS 25. Temuan menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan kinerja karyawan, jika dipertimbangkan secara simultan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara individual, masing-masing faktor tersebut juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kinerja Karyawan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada masa globalisasi seperti saat sekarang, lembaga pendidikan harus berkomitmen untuk menghadirkan versi yang lebih menarik dan kompetitif setiap tahunnya termasuk dalam melakukan strategi pemasaran [1]. Maksud dari strategi ini adalah untuk menggali elemen-elemen yang merangsang keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan pada masa mendatang [2]. Tuntutan yang harus diberikan perusahaan untuk mendapatkan kejayaan adalah menghadirkan kepuasan pelanggan [3].

Perusahaan akan berhasil menarik banyak pelanggan jika dinilai mumpuni dalam memberikan kepuasan yang diperlukan. Pelayanan yang memikat akan memberikan kepuasan pelanggan yang leboh tinggi teradap perusahaan [4]. Sebuah merek atau perusahaan jika ingin bersaing didunia bisnis harus bisa memberikan rasa puas dan bisa membentuk suatu testimoni nilai yang baik bagi para konsumen melalui proses penyediaan produk yang memiliki mutu tinggi dengan nominal harga yang mampu bersaing di pasaran. [5]. Apabila perusahaan mampu melahirkan produk/jasa dengan kualitas yang superior dan inovatif, maka akan sukar bagi produk/jasa lain untuk menggantikan posisinya [6].

Dalam mengejar target kepuasan pelanggan, produk atau jasa yang diajukan perusahaan harus relevan dengan harga yang diberikan kepada pelanggan. Permintaan dapat meningkat ketika harga dinaikkan, menunjukkan bahwa barang tersebut memiliki nilai yang tinggi. Namun, terkadang harga tinggi juga dapat mengurangi permintaan [7]. Harga memainkan peran utama dalam keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen, yakni konsumen sebagai pihak yang akan membeli produk atau jasa akan meninjau dari sisi penawaran harga terlebih dahulu [8]. Di perusahaan jasa yang memprioritaskan kepuasan pelanggan, menyoroti kepuasan pelanggan adalah yang terpenting.

Badan usaha yang bisa memberikan sebuah pelayanan tinggi kepada pelanggan dan mampu bersaing pada sektor perusahaan jasa yang kemudain dengan fokus utama pada pemenuhan dan peningkatan kepuasan pelanggan dapat menggunakan strategi berupa pelayanan tinggi tersebut [9]. Perusahaan yang gagal memberikan

kualitas pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan akan menghadapi tantangan yang rumit. Pelanggan yang tidak puas sering cenderung berbagi pengalaman negatif mereka dengan orang lain, yang menyebabkan potensi kerugian yang signifikan bagi perusahaan [10].

Terdapat beberapa hal lain yang harus diperhatikan dalam sebuah perusahaan apabila ingin unggul terutama dalam perusahaan jasa yakni berupa sebuah kualitas pelayanan dari perusahaan tersebut, biaya setiap barang atau layanan yang disediakan oleh perusahaan. Namun, selain hal tersebut terdapat faktor lainnya, yakni adanya harga yang sifatnya terjangkau bagi konsumen, adanya harga selaras dengan kualitas produk yang disediakan oleh perusahaan, serta terakhir adalah dengan harga yang ditawarkan apakah manfaatnya relevan dengan harga tersebut. Melalui itu diharapkan perusahaan dapat memenuhi kepuasan pelanggan dan mencapai tujuan yang diinginkan [11]. Harga adalah elemen tunggal dari bauran pemasaran yang memiliki fleksibilitas yang memungkinkannya untuk berubah-ubah kapan pun diperlukan [12].

Kemajuan sebuah organisasi sangat tergantung pada kinerja yang unggul dari setiap karyawan. Setiap karyawan perlu mencapai hasil kerja yang optimal agar perusahaan dapat mencapai tujuan utamanya. [13]. Tugas dan tanggung jawab dari karyawan merupakan suatu indikator yang mendasari bagaimana suatu kinerja karyawan di suatu perusahaan dapat diukur performanya. [14]. Karyawan dianggap memiliki kinerja yang baik jika mereka dapat memenuhi deadline atau bahkan menyelesaikan tugas lebih cepat, membangun citra positif perusahaan, menjalin interaksi yang baik dengan pelanggan, dan bekerja secara efektif. Sebaliknya, jika karyawan tidak efektif, pelanggan mungkin akan memberikan penilaian negatif dan akhirnya beralih ke perusahaan lain yang sejenis [15].

Peneliti memilih PT Mega Komputer Course karena lembaga ini merupakan salah satu layanan jasa bimbingan belajar komputer yang baru berdiri pada tahun 2022, namun sudah berkembang pesat dengan cepat dan menguasai pasar di daerah Kediri Selatan. Lembaga mengalami sejumlah masalah terkait dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan kurang optimal seperti beberapa perangkat laptop sering mengalami masalah. Selain itu kinerja karyawan yang diberikan juga masih beberapa kali dikeluhkan pelanggan karena kurangnya kesadaran kedisiplinan karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam pendekatan ini adalah metode penelitian kuantitatif yang bertujuan menguji hipotesis hipotetis. Sementara itu, teknik penelitian yang digunakan adalah mencari kausalitas untuk menemukan dan memahami hubungan sebab-akibat antara variabel yang sedang diteliti. Penelitian ini menggunakan sampel 80 responden, yang dipilih melalui teknik sampling purposive. Lokasi penelitian adalah PT Mega Komputer *COURSE* yang berlokasi di Desa Purwodadi Kecamatan Kras Kabupaten Kediri. Analisis deskriptif, yang digunakan dalam penelitian ini, melibatkan pemeriksaan data melalui pendekatan tinjauan statistik. Selain itu, uji asumsi tradisional dilakukan untuk menilai kelangsungan hidup model regresi, diikuti oleh analisis regresi linier berganda yang melibatkan pengujian hipotesis dan penentuan koefisien.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil *survey* atau kuesioner penelitian yang diberikan kepada responden, diperoleh hasil :

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	27	33,7%
Perempuan	53	66,3%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 1, responden perempuan mencapai 66,3%, sementara laki-laki hanya 33,7%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT Mega Komputer *COURSE* adalah perempuan. Hal ini didukung penelitian yang menyatakan bahwa perempuan, sebagai tokoh penting di dalam keluarga seharusnya adalah tokoh yang paling paham dan memiliki kemampuan digital yang cukup, karena dia akan banyak melakukan

proses “*information sharing*” baik di lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan maupun di lingkungan kerjanya [16].

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia

Usia	Jumlah	Presentase
20-30	16	20%
30-40	30	37,5%
40-50	22	27,5%
50-60	12	15%
Total	80	100%

Sumber : Data diolah 2024

Menurut data yang disajikan pada Tabel 2, sebagian besar peserta survei termasuk dalam kelompok usia 30 hingga 40 tahun, khususnya berjumlah 30 individu atau 37,5% dari total responden. sebanyak 16 orang atau 20% berusia 20-30 tahun, 22 orang atau 27,5% berusia 40-50 tahun dan 12 orang atau 15% berusia 50-60 tahun. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT Mega Komputer *COURSE* berusia 30-40 tahun. Penelitian menyatakan bahwa dalam konteks pendidikan, rata-rata usia untuk memulai karir sebagai guru berada dalam rentang usia awal dewasa, yaitu antara 18 hingga 40 tahun. Pada fase awal dewasa ini, setiap individu condong berada dalam periode yang sangat produktif dan terbuka terhadap perkembangan teknologi [17].

Tabel 3. Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan

ITEM	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		Rata Skor
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
X1.1.1	0	0,0%	4	5%	18	22,5%	34	42,5%	24	30%	80	100	3,97
X1.1.2	0	0,0%	4	5%	14	17,5%	42	52,5%	20	25%	80	100	3,97
X1.2.1	2	2,5%	6	7,5%	18	22,5%	24	30%	30	37,5%	80	100	3,92
X1.2.2	2	2,5%	4	5%	12	15%	46	57,5%	16	20%	80	100	3,87
X1.3.1	2	2,5%	4	5%	16	20%	36	45%	22	27,5%	80	100	3,90
X1.3.2	0	0,0%	8	10%	22	27,5%	26	32,5%	24	30%	80	100	3,80
Total Rata Skor												3,92	

Sumber : Data diolah 2024

Berlandaskan tabel 4 sebagian besar subjek memberikan tanggapan pada item X1.2.2 terkait variabel kualitas pelayanan, yang menyatakan bahwa karyawan melakukan pekerjaan dengan cepat tanpa mengulur waktu. Dari kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan PT Mega Komputer *COURSE*, diperoleh hasil bahwa 46 responden, atau 57,5%, menyatakan setuju bahwa melakukan pekerjaan dengan cepat tanpa mengulur waktu.

Tabel 5. Tanggapan Responden Harga

ITEM	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		Rata Skor
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
X2.1.1	0	0,0%	4	5%	10	12,5%	50	62,5%	16	20%	80	100	3,97
X2.1.2	0	0,0%	0	0,0%	16	20%	48	60%	16	20%	80	100	4,0
X2.2.1	0	0,0%	0	0,0%	18	22,5%	34	42,5%	28	35%	80	100	4,12
X2.2.2	0	0,0%	0	0,0	18	22,5%	34	42,5%	28	35%	80	100	4,12
X2.3.1	0	0,0%	6	7,5%	24	30%	36	45%	14	17,5%	80	100	3,72

ITEM	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		Rata Skor
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
X2.3.2	0	0,0%	10	12,5%	20	25%	34	42,5%	16	20%	80	100	3,70
Total Rata Skor												3,93	

Sumber : Data diolah 2024

Berlandaskan tabel 4 sebagian besar subjek memberikan tanggapan pada item X2.1.1 terkait variabel harga, yang menyatakan bahwa harga bimbingan belajar komputer dapat dijangkau oleh semua kalangan. Dari kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan PT Mega Komputer *COURSE*, diperoleh hasil bahwa 50 responden, atau 62,5%, menyatakan setuju bahwa harga bimbingan belajar komputer dapat dijangkau oleh semua kalangan.

Tabel 5. Tanggapan Responden Kinerja Karyawan

ITEM	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		Rata Skor
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
X3.1.1	2	2,5%	6	7,5%	16	20%	46	57,5%	10	12,5%	80	100	3,75
X3.1.2	0	0,0%	10	12,5%	8	10%	50	62,5%	12	15%	80	100	4,05
X3.2.1	2	2,5%	12	15%	10	12,5%	40	50%	16	20%	80	100	3,70
X3.2.2	0	0,0%	4	5%	20	25%	36	45%	20	25%	80	100	3,65
X3.3.1	0	0,0%	10	12,5%	18	22,5%	44	55%	8	10%	80	100	3,62
X3.3.2	2	2,5%	4	5%	20	25%	46	57,5%	8	10%	80	100	3,10
X3.4.1	0	0,0%	8	10%	18	22,5%	40	50%	14	17,5%	80	100	3,75
X3.4.2	2	2,5%	14	17,5%	10	12,5%	42	42,5%	12	15%	80	100	3,60
Total Rata Skor												3,65	

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 5 sebagian besar responden memberikan tanggapan pada item X3.1.2 terkait variabel kinerja karyawan, yang menyatakan bahwa karyawan melakukan pekerjaan dengan cekatan. Dari kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan PT Mega Komputer *COURSE*, diperoleh hasil bahwa 50 responden, atau 62,5%, menyatakan setuju dengan gagasan bahwa karyawan melakukan pekerjaan dengan cekatan.

Tabel 6. Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan

ITEM	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		Rata Skor
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Y1.1.1	2	2,5%	6	7,5%	16	20%	46	57,5%	10	12,5%	80	100	3,70
Y1.1.2	0	0,0%	10	12,5%	8	10%	50	62,5%	12	15%	80	100	3,80
Y1.2.1	2	2,5%	12	15%	10	12,5%	40	50%	16	20%	80	100	3,35
Y1.2.2	0	0,0%	4	5%	20	25%	36	45%	20	25%	80	100	3,90
Y1.3.1	0	0,0%	10	12,5%	18	22,5%	44	55%	8	10%	80	100	3,62
Y1.3.2	2	2,5%	4	5%	20	25%	46	57,5%	8	10%	80	100	3,67
Total Rata Skor												3,67	

Sumber : Data diolah 2024

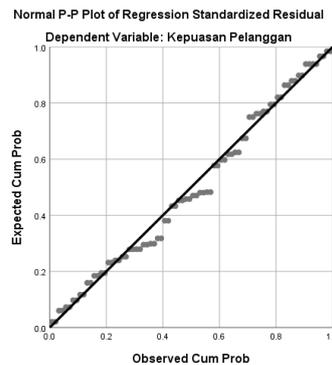
Berdasarkan tabel 6 sebagian besar responden memberikan tanggapan pada item Y1.1.2 terkait variabel kepuasan pelanggan, yang menyatakan bahwa pelayanan karyawan yang disediakan sesuai dengan target pembelajaran sekolah. Dari kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan PT Mega Komputer *COURSE*, diperoleh

hasil bahwa 50 responden, atau 62,5%, menyatakan setuju layanan yang diberikan oleh anggota staf mematuhi tujuan pendidikan yang ditetapkan oleh institusi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar 1, di bawah ini.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Probability Plots

Sumber : Hasil Output SPSS 25, tahun 2024

Dengan melihat hasil gambar di atas, titik-titik yang tersebar dalam radius garis diagonal, menggambarkan bahwa uji normalitas grafik normal probability menunjukkan bahwa hasil analisis data terdistribusi normal, kesimpulannya bahwa model regresi memenuhi syarat normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

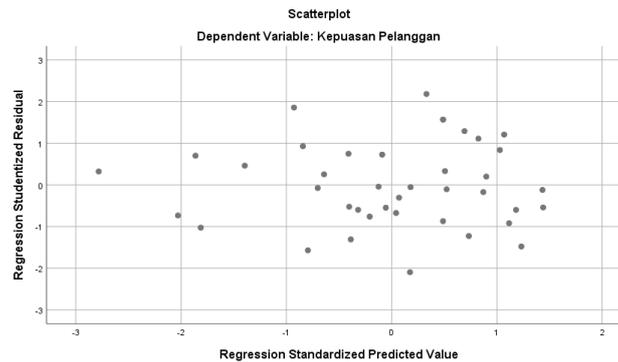
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas pelayanan	,683	2.464
Harga	,375	2.670
Kinerja Karyawan	,324	3.028

Sumber : Hasil Output SPSS 23, tahun 2024

Berdasarkan table 8, Nilai VIF dan toleransi untuk setiap variabel, seperti kualitas layanan 2.464 dan 0.683, harga 2.670 dan 0.375, dan kinerja karyawan 3.028 dan 0.324, menunjukkan tren yang jelas. Perlu dicatat bahwa nilai VIF dari variabel ketiga kurang dari 10, sedangkan nilai toleransi variabel yang sama lebih besar dari 0,1. Akibatnya, analisis menunjukkan tidak adanya multikolinearitas di antara variabel independen yang diselidiki dalam penelitian khusus ini.

Uji Heteroskedastisitas

Temuan uji heteroskedastisitas disajikan dalam diagram yang digambarkan pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber : Hasil Output SPSS 25, tahun 2024

Scatterplot yang digambarkan pada Gambar 2 menggambarkan distribusi acak titik data yang tidak memiliki pola yang terlihat. Titik-titik data ini tersebar secara seragam melintasi sumbu Y pada nilai 0. Akibatnya, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas dalam analisis regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8 menampilkan hasil uji analisis regresi linier berganda yang relevan.

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,854	,1945	
	Kualitas Pelayanan	,241	,074	,266
	Harga	,523	,124	,467
	Kinerja Karyawan	,257	,094	,200

Sumber : Hasil Output SPSS 25, tahun 2024

Berdasarkan tabel 8 di atas maka hasil persamaan regresi linier berganda dijabarkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) = 0.854 menunjukkan bahwa ketika kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan kinerja karyawan (X_3) bernilai 0, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mencapai 0.854.
2. Koefisien regresi yang berkaitan dengan kualitas layanan berada di 0,241, menunjukkan korelasi positif. Ini menyiratkan bahwa peningkatan kualitas layanan akan menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan.
3. Koefisien regresi untuk harga adalah 0.523, menandakan hubungan positif. Hal ini berarti peningkatan harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Koefisien regresi untuk kinerja karyawan adalah 0.257, menandakan hubungan positif. Dengan demikian, peningkatan kinerja karyawan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Uji Koefisiensi Adjusted (R^2)

Tabel 9 menampilkan hasil uji koefisien determinasi yang relevan.

Tabel 9. Hasil Uji Analisis Regresi Liner Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,806 ^a	,650	,636	2,491

Sumber : Hasil Output SPSS 25, tahun 2024

Dari Tabel 9, r^2 yang disesuaikan adalah 0,636. Ini menunjukkan bahwa variabel dependen kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel independen seperti kualitas layanan, harga, dan kinerja karyawan sebesar 63,9%. Variabel dependen yang tersisa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

Uji-t (Parsial)

Tabel 10 menampilkan hasil uji-t yang relevan.

Tabel 10. Hasil Uji t

Coefficient ^a			
Model		T	Sig
1	(Constant)	,439	,662
	Kualitas Pelayanan	3.236	,002
	Harga	4.215	,000
	Kinerja Karyawan	2.675	,008

Sumber : Hasil Output SPSS 25, tahun 2024

Berdasarkan pengujian pada Tabel 10, didapatkan nilai signifikansi untuk setiap variabel independen seperti variabel kualitas pelayanan, harga, dan kinerja karyawan yang kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen, termasuk variabel kualitas layanan (X1), variabel harga (X2), dan variabel kinerja karyawan (X3), memiliki potensi untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) dengan sendirinya. Dengan kata lain, ada bukti yang cukup untuk menyangkal hipotesis nol dan merangkul hipotesis alternatif.

Uji-F (Simultan)

Tabel 11 menampilkan hasil Uji-F yang relevan.

Tabel 11. Hasil Uji-F

ANOVA ^a			
	Model	F	Sig.
1	Regression	47.044	,000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber : Hasil Output SPSS 25, tahun 2024

Berlandaskan tabel 11, hasil tes menunjukkan nilai signifikansi 0.000, jatuh di bawah ambang 0,05. Ini menunjukkan bahwa dampak kolektif dari variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Akibatnya, hipotesis nol ditolak, dan hipotesis alternatif diterima.

KESIMPULAN

Jika ditinjau dari proses uji hipotesis uji t, variabel independen kualitas pelayanan sendiri secara individu berhasil mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan. Artinya, para konsumen di PT Mega Komputer COURSE merasa puas karena adanya pelayanan yang disediakan atau dilakukan oleh perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil tes, yang menghasilkan nilai signifikansi di bawah 0,05, khususnya 0,002. Ini memberikan bukti yang cukup untuk menolak hipotesis nol dan mendukung hipotesis alternatif. Hasil penelitian ini juga menjabarkan bahwa kepuasan pelanggan menjadi terpengaruh apabila adanya suatu pelayanan yang berkualitas pada suatu perusahaan. Apabila kualitas pelayanan pada suatu perusahaan naik, maka kepuasan pelanggan pasti juga ikut naik, begitu pun sebaliknya. Beberapa penelitian lain juga menghasilkan temuan yang sama mengenai konteks hubungan antara variabel dependen kepuasan pelanggan yang mampu dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Kemudian, berdasar dari proses peninjauan hasil uji hipotesis uji t, dihasilkan juga temuan bahwa dampak harga terhadap kepuasan pelanggan merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan. Hal ini berarti bahwa harga sebuah produk atau jasa yang ada pada perusahaan PT Mega Komputer COURSE dirasa terjangkau dan sesuai dengan manfaatnya yang kemudian menimbulkan kepuasan pelanggan. Pernyataan tersebut berasal dari bukti hasil uji hipotesis yang berada pada rentang kurang dari 0,05, yakni pada nilai signifikansi 0,000. Temuan tersebut, mengartikan bahwa penelitian ini mampu membuktikan bahwa tingkat kepuasan yang ada pada pelanggan mampu dipengaruhi oleh harga itu sendiri. Beberapa penelitian lain juga menemukan hasil temuan yang sama dengan penelitian ini.

Berdasarkan analisis uji t dalam penelitian ini, hasilnya menunjukkan bahwa faktor kinerja karyawan memiliki dampak yang substansial terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks PT Mega Komputer COURSE. Tingkat signifikansi yang berkaitan dengan variabel kinerja karyawan adalah 0,008, yang mengarah pada penolakan hipotesis nol (H_0) demi menerima hipotesis alternatif (H_a). Hal ini menegaskan bahwa terdapat implikasi yang mendalam dari variabel kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, peningkatan dalam kinerja karyawan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, demikian pula sebaliknya. Hasil studi penelitian sebelumnya selaras dengan temuan ini, menunjukkan korelasi positif yang sebagian signifikan antara kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan.

Hasil uji F atau uji simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan kinerja karyawan berdampak signifikan terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan di PT Mega Komputer COURSE. Perhatian terus diberikan oleh lembaga terhadap aspek-aspek tersebut. Dari perspektif komprehensif, variabel independen, yakni kualitas layanan, harga, dan kinerja karyawan, menunjukkan nilai R Square sebesar 63,6% memiliki pengaruh penting pada kepuasan pelanggan, dengan 36,4% sisanya dikaitkan dengan variabel yang tidak termasuk dalam penelitian. Hasil ini diperkuat oleh temuan bahwa baik kualitas layanan maupun harga berkontribusi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini. Penelitian mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara bersamaan oleh variabel kinerja karyawan dalam pelayanan yang berkualitas.

Saran untuk lembaga dalam meningkatkan variabel kualitas pelayanan adalah dengan menyediakan fasilitas yang sesuai untuk pembelajaran, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk variabel harga, disarankan untuk membandingkan harga dengan lembaga lain dan menyesuaikannya dengan manfaat yang diperoleh, sehingga harga dapat dijangkau oleh semua kalangan dan sesuai dengan manfaatnya. Mengenai variabel kinerja karyawan, penting bagi karyawan untuk memberikan kinerja maksimal karena merekalah yang secara langsung berinteraksi dengan pelanggan setiap hari, yang dapat menciptakan hubungan erat antara lembaga dan pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] A. Fahyutyara Berlianada, B. Mu'awana¹, D. Mulya Santika, and R. Harsoyo, "Manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan daya saing di MA Ma'arif Al Mukarom Ponorogo," *Edumanageria*, vol. 1, no. 2, pp. 249–263, 2022.
- [2] B. A. Sumantri, S. Suliyanto, and D. Darmawati, "Village Unit Cooperatives on Dynamic Capability and Creative Capability Adaptation to Innovation Performance: The Role of Competitive Advantage," *Qubahan Acad. J.*, vol. 3, no. 4, pp. 245–261, 2023, doi: 10.58429/qaj.v3n4a178.
- [3] S. Rahayu, "Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan," *J. Penelit. Dan Pengkaj. Ilm. Sos. Budaya*, vol. 2, no. 1, pp. 109–113, 2023, doi: 10.47233/jppisb.v2i1.705.

- [4] M. I. H. Ahmad Zikri, "Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera," *J. Ilmu Komputer, Ekon. dan Manaj.*, vol. 1, no. 1, pp. 129–138, 2022.
- [5] S. A. P. Prasetya, S. Aliami, and P. Y. Leksono, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, serta Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Sudiro Tungga Jaya Rute Ponorogo-Tanggerang," *Semin. Nas. Manaj. Ekon. dan Akunt.*, vol. 6, no. 1, pp. 623–628, 2021.
- [6] B. A. Sumantri, Suliyanto, and D. Darmawati, "the Competitive Strategy of the Village Unit Cooperative: Capability and Innovation Performance Towards Competitive Advantage," *Corp. Bus. Strateg. Rev.*, vol. 4, no. 4 Special Issue, pp. 206–217, 2023, doi: 10.22495/cbsrv4i4siart1.
- [7] M. A. Tanujaya, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Hokseng Solution," *Univ. Puter. batam*, 2022.
- [8] A. N. W. Shafitri, B. A. Sumantri, and S. Ratnanto, "Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket di Jaya Mulya Transport," *Semin. Nas. Manajemen, Ekon. Dan Akunt.*, vol. 6, pp. 61–67, 2021.
- [9] J. Kismanto and A. Suryo Murtopo, "Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsud Karanganyar," *J. Kesehat. Kusuma Husada*, vol. 14, no. 1, pp. 106–116, 2023, doi: 10.34035/jk.v14i1.928.
- [10] C. C. M. Yanti, "El-ecosy: jurnal ekonomi dan keuangan islam," *J. Ekon. dan Keuang. Islam*, vol. 02, no. 01, pp. 1–15, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.unsur.ac.id/Elecosy/Article/View/2013/1565>
- [11] A. Tirta Komara, N. Yura Roslina, L. Jatmika, and S. Pasundan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada salah satu perusahaan jasa transportasi di Kota Bandung)," *Acman Account. Manag. J.*, vol. 1, no. 2, pp. 104–114, 2021.
- [12] D. M. Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. 2019.
- [13] Y. Rivaldo, "Peningkatan Kinerja Karyawan," *Eureka Media Aksara*, pp. 1–90, 2022.
- [14] E. A. Sinambela and U. P. Lestari, "Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan," *J. Pendidik. dan Kewirausahaan*, vol. 10, no. 1, pp. 178–190, 2021, doi: 10.47668/pkww.v10i1.330.
- [15] Adzansyah, A. Fauzi, I. Putri, N. A. Fauziah, S. Klarissa, and V. B. Damayanti, "Pengaruh Pelatihan, Motivasi Kerja, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Manajemen Kinerja)," *J. Ilmu Manaj. Terap.*, vol. 4, no. 4, pp. 498–505, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i4>
- [16] M. Veranita, "Literasi Digital dan Perempuan," *J. Dialekt. J. Ilmu Sos.*, vol. 2, no. 2, pp. 27–33, 2023.
- [17] N. K. Palupi, Holillulloh, and H. Yanzi, "The Influence of Factors Age of Interest and the Capability of Civics Education Teachers In the Use of Ict," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, p. 3, 2019, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/247871-pengaruh-faktor-usia-terhadap-minat-dan-98eaeace.pdf>
- [18] F. Exel, D. Akakip, H. Ariwijaya, and I. Milang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk," *J. Ilmu Pendidik. Nonform.*, vol. 09, no. January, pp. 485–500, 2023, [Online]. Available: <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara>
- [19] N. Dwi Pratiwi, M. Dimiyati, and N. Supeni, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gepok Pak Giek Jember," *Riamba - J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis Dan Akunt.*, vol. 2, no. 1, pp. 272–284, 2024, doi: 10.31967/riamba.v2i1.1056.
- [20] I. Surya, H. D. E. Sinaga, and M. A. Akbar, "Pengaruh Produk dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Prudential Life Insurance," vol. 6, 2023, doi: 10.37600/ekbi.v6i2.1202.
- [21] E. N. Arika Febriani and B. A. Sumantri, "Kepuasan pelanggan berkaitan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan pada restoran bu eko kediri," *Semin. Nas. Manajemen, Ekon. Dan Akunt.*, vol. 6, pp. 402–409, 2020.
- [22] V. Violin, I. Basalamah, A. Awaluddin, S. Sardi, and S. Sumarni, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Cabang Lion Air di Jakarta," *Econ. Digit. Bus. Rev.*, vol. 3, no. 1, pp. 72–84, 2022, [Online]. Available: <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/165%0Ahttps://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/download/165/78>