

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR AHE BENDUNGAN

Amelia Dela Sundari¹, Rubait Dasururi², Linda Ratnasari³

ameliadela2108@gmail.com, rubaitdasururi123@gmail.com, lindaratnasari@gmail.com

Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Darul 'Ulum Jombang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel kualitas layanan dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan pada Bimbingan Belajar Anak Hebat Bendungan (2) untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel kualitas layanan dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan pada Bimbingan Belajar Anak Hebat Bendungan (3) untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh antara variabel kualitas layanan dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan pada Bimbingan Belajar Anak Hebat Bendungan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah murid dan wali murid pelanggan bimbel Anak Hebat Bendungan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 55 responden yang diambil dengan teknik sampling jenuh. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan word of mouth berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah semakin tinggi kontribusi variabel kualitas layanan dan word of mouth yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin baik pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.

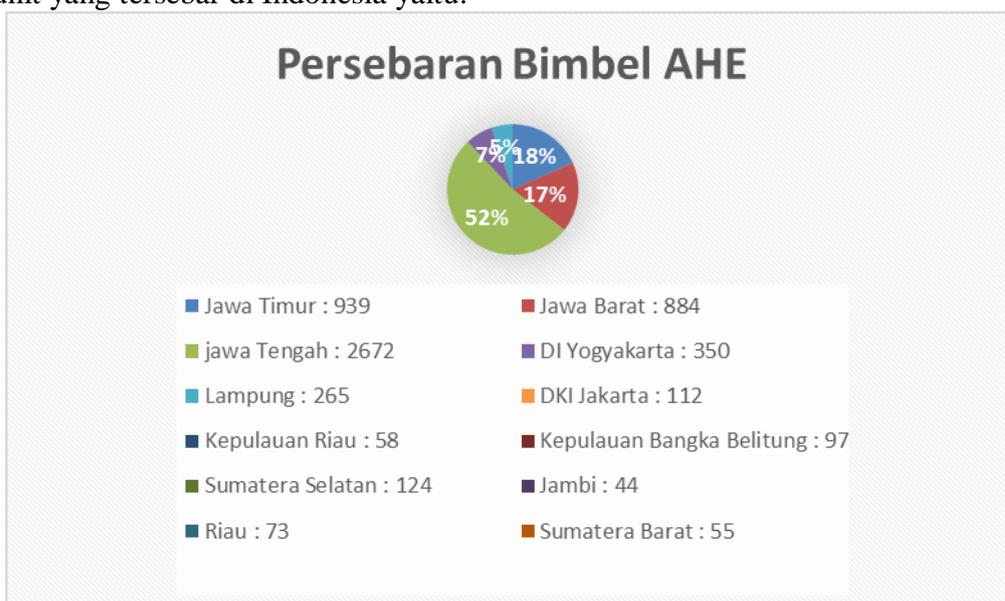
Kata Kunci: Kualitas Layanan, Word Of Mouth, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

(Suphianto, 2009) Bimbingan belajar AHE (Anak Hebat) merupakan lembaga bimbingan belajar dengan metode pembelajaran yang mudah dimengerti untuk anak usia dini. Metode yang dimiliki yaitu senam otak, remidi, baca modul, pengayaan, menulis dan permainan. AHE (Anak Hebat) terbentuk menjadi Lembaga pada 06 April 2009 Memiliki hak paten KEMENKUMHAM RI Nomor 000330997. Tercatat di akta notaris Aryanti Nurul Aini, S.H. Nomor 02/06 -04-2009 dan terdaftar di Pengadilan Negeri Sukoharjo Nomor 118/2009 /PN.SKH. Anak Hebat memiliki kantor pusat di Jl Sunan No. 9, Alun-Alun Kidul, Kartosuro, Sukoharjo.

Dengan terbentuknya lembaga ini, AHE membuka kemitraan untuk masyarakat yang berminat untuk mendirikan Unit AHE di domisilinya. Dapat dikatakan juga AHE adalah peluang nyata usaha rumahan Les Baca. Dalam sistem usaha Kemitraan ini, tidak ada bagi hasil dan penghasilan dari SPP murid menjadi hak milik Mitra AHE sepenuhnya. Kemitraan AHE ini sangat tepat untuk para pelaku bimbel dalam menambah program belajar baca, untuk ibu rumah tangga yang ingin membukal usaha tetapi tetap dirumah saja, untuk guru honorer atau guru TK sebagai tambahan penghasilan, dan masyarakat umum yang ingin membuka bimbel baca. Ahel tidak membukal kelas dil PAUD (KBI/TK) dalaml rangka mendukungl kebijakn KEMENDIKBUDl tentang pelarngan pengajarann baca tulisl di IPAUD, sehingga PAUDl bisa fokusl ke tugasl utamanya, yaitul systemkan karakter &l bersosialisasi.

Lembaga bimbingan AHEI sendiri terpusat di Jl. Kraton INo.99, Dusunl IV, IPucangan, Kec. IKartasura, Kabupaten Sukoharjo Jawa Tengahl 57168 Indonesia. Dan memiliki banyak cabang atau unit yang tersebar di Indonesia yaitu:



Sumber: Situs Bimbel Anak Hebat, 2024

Gambar 1.

Persebaran Bimbel Anak Hebat

Di kabupaten jombang sendiri memiliki unit sebanyak 128 yang sudah menyebar disetiap daerah jombang. Dengan demikian, sudah terjamin kualitas dari bimbingan belajar AHE merupakan bimbingan belajar yang sangat tepat untuk anak yang belum lancar membaca supaya bisa lebih lancar membaca dan lebih percaya diri.

AHE Bendungan merupakan bimbingan belajar yang memiliki nomer unit 5.224 yang bertempat di Ds. Bendungan Kec. Kudu Kab. Jombang. AHE Bendungan telah memberikan pelayanan jasa pendidikan kepada masyarakat dan hingga kini AHE Bendungan tetap eksis dan mampu bersaing dengan Lembaga lainnya yang ada di kecamatan kudu. Hal ini tentu saja tidak lepas dari strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh pihak pengelola bimbingan belajar AHE Bendungan. Biaya pada bimbingan AHE Bendungan sangat mempengaruhi kualitas yang diberikan kepada pelanggan. Untuk memberikan kepuasan pelanggan, AHE bendungan selalu memberikan layanan yang baik untuk setiap pelanggannya.

LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Layanan

Perkembangan teknologi yang berkelanjutan dapat meningkatkan kualitas layanan yang ada, sehingga memberikan peluang untuk pemasaran mengembangkan dan memperbaiki pengalaman pelanggan. Selain itu, teknologi layanan juga bertugas mengumpulkan data pelanggan untuk dapat memahami preferensi pelanggan dengan lebih baik. Ini memungkinkan penyedia layanan dapat menyesuaikan dan menyempurnakan layanan mereka berdasarkan umpan balik pelanggan, menciptakan solusi yang lebih baik, dan memenuhi ekspektasi pelanggan lebih baik. Tjiptono dalam penelitian (Nafis and Prastyaningsih, 2019) menyatakan bahwa kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan layanan menurut Nasution dalam penelitian (Nafis and Prastyaningsih, 2019) adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Menurut Sudarso, dalam penelitian (Agustin *et al.*, 2021) menyatakan kualitas layanan merupakan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan setelah melakukan evaluasi pada suatu

produk atau jasa dan membandingkan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan. Dalam sebuah bisnis dan organisasi kualitas layanan adalah salah satu faktor kunci untuk membangun kepuasan pelanggan, mempertahankan pelanggan yang ada, dan memenangkan pelanggan baru.

Indikator Kualitas Layanan

Indikator kualitas layanan merupakan pendekatan dan teknik yang digunakan suatu perusahaan atau organisasi untuk mengukur, memantau, dan meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggan. Indikator tersebut dirancang untuk membantu suatu perusahaan atau organisasi dalam memahami sejauh mana layanan mereka memenuhi standar kualitas, mengidentifikasi area perbaikan, dan mengukur kepuasan pelanggan. Menurut (Agustin *et al.*, 2021) terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Berikut beberapa di antaranya:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Tangibles atau bisa disebut bukti fisik merupakan aspek-aspek fisik atau nyata dari suatu layanan, seperti penampilan karyawan, fasilitas fisik, peralatan, dan materi promosi. Bukti fisik dapat memberikan kesan awal pada pelanggan.

2. *Empathy* (Empati)

Empati merupakan kemampuan karyawan untuk memahami dan merespon kebutuhan dan perasaan pelanggan. Hal ini mencakup kemampuan untuk bersimpati dan berempati terhadap pengalaman pelanggan.

3. *Reliability* (Keandalan)

Keandalan merupakan kemampuan suatu organisasi untuk memberikan layanan yang konsisten, akurat dan dapat di andalkan. Sehingga pelanggan bisa berharap bahwa layanan akan diberikan tanpa gangguan atau kesalahan.

4. *Responsiveness* (Responsivitas)

Responsivitas merupakan kemampuan organisasi untuk memberikan layanan dengan cepat, tanggap, dan siap merespon kebutuhan pelanggan. Responsivitas mencakup waktu tanggapan terhadap pertanyaan atau masalah pelanggan.

5. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan melibatkan kemampuan organisasi untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan terhadap layanan yang diberikan sangat berkualitas seperti pengetahuan karyawan dan kemampuan karyawan untuk memberikan informasi yang akurat.

Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan

Strategi untuk meningkatkan kualitas layanan merupakan suatu pendekatan yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi dalam mengoptimalkan tingkat kepuasan pelanggan dengan menyediakan layanan yang lebih baik. Strategi dalam meningkatkan kualitas layanan dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik untuk pelayanan publik maupun bisnis.

Adapun strategi dalam meningkatkan kualitas layanan menurut Money, T. (2022, oktober 29) adalah, sebagai berikut:

1. Membantu pelanggan dalam mendapatkan kebutuhan
2. Mampu memberikan solusi yang tepat
3. Melakukan proses evaluasi
4. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat
5. Menerima kritik dan saran

Pengertian Word Of Mouth

(Nafis and Prastyaningih, 2019) mengatakan bahwa word of mouth merupakan bentuk informasi informal yang diarahkan pada konsumen – konsumen lain mengenai penggunaan jasa atau barang yang digunakan. Sedangkan (Ariyuni and Suhardi, 2020) menyatakan bahwa word of mouth adalah proses komunikasi yang berupa menawarkan rekomendasi baik secara individu

maupun kelompok tentang produk atau layanan dengan tujuan memberikan informasi secara personal. Pemasaran word of mouth sangat berperan penting bagi pengguna atau konsumen dalam proses memilih suatu produk atau layanan. Sehingga word of mouth dapat menyebar begitu cepat jika orang yang menyebarkan memiliki jaringan yang luas. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa konsumen yang paling berharga bukan konsumen yang banyak membeli atau menggunakan, tetapi konsumen yang banyak melakukan aktivitas word of mouth sehingga mampu membawa konsumen lain untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut. Di sisi lain kekuatan word of mouth juga bertambah mengingat bahwa manusia adalah makhluk sosial yang senang berinteraksi dan berbagi dengan sesamanya, termasuk masalah preferensi penggunaan jasa maupun pembelian produk (Nafis and Prastyaningsih, 2019).

Terdapat beberapa ulasan yang dapat diberikan word of mouth berupa hal yang positif maupun negatif. Konsumen yang puas memiliki kecenderungan menghasilkan word of mouth positif terhadap layanan yang diterima, sementara bagi konsumen yang tidak puas cenderung menceritakan kepada orang lain terhadap kekecewaan atas pengalaman buruk yang diterima (Fabiana Meijon Fadul, 2019). Word of mouth yang positif dapat mempengaruhi tingkat pembelian atau penggunaan jasa sehingga menjadikan konsumen yang paling setia.

Indikator Word Of Mouth

Indikator word of mouth merupakan cara mengukur sejauh mana informasi atau rekomendasi tentang produk atau layanan disampaikan dari satu konsumen ke konsumen lainnya. Menurut Lupiyoadi dalam penelitian (Matara, 2022) terdapat tiga indikator yang digunakan untuk mengukur apakah word of mouth tersebut berhasil atau tidak, yaitu sebagai berikut:

1. Bicara hal positif
Bicara hal positif merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh pemasar maupun pelanggan dalam menyampaikan hal – hal positif tentang suatu jasa layanan kepada orang lain.
2. Rekomendasi
3. Rekomendasi merupakan bentuk komunikasi sekaligus promosi yang dilakukan oleh pemasar maupun pelanggan yang sudah pernah memakai jasa tersebut kepada pelanggan lain.
4. Dorongan
5. Dorongan merupakan komunikasi yang dilakukan pemasar maupun pelanggan guna untuk mempengaruhi orang lain.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu pemahaman tentang bagaimana pelanggan merasakan dan menilai pelayanan atau produk yang mereka terima dari suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Keller, dalam (Matara, 2022) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan pelanggan juga termasuk faktor penting dalam mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan pelayanan dan produk untuk memenuhi dan melebihi harapan pelanggan, menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan bisa dilihat dari seberapa baik suatu layanan atau produk yang didapatkan oleh pelanggan. Jika suatu layanan atau produk yang didapatkan baik maka kepuasan pelanggan juga semakin baik. Dengan demikian, terdapat indikator kepuasan pelanggan menurut (Matara, 2022), yaitu:

1. Perasaan puas
2. Selalu menggunakan produk atau jasa layanan
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhi harapan pelanggan setelah menggunakannya

Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang bisa memahami dan memenuhi faktor – faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan akan lebih mudah menciptakan pelanggan yang puas, tetap setia, dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Berikut ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Sodexo, 2019), yakni:

1. Mutu

Mutu dalam pelayanan merujuk pada tingkat keunggulan atau kualitas dari layanan yang diberikan.

2. Kualitas Pelayanan

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan datang didapat dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

3. Penetapan Harga

Harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan oleh suatu layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4. Testimoni orang lain

Pengalaman orang lain yang menyenangkan dapat mempengaruhi minat dan persepsi pelanggan baru.

5. Strategi Pemasaran

Dengan melakukan pemasaran keunggulan layanan dengan disertai keadaan faktual dapat berpengaruh ekspetasi pelanggan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan kerangka kerja atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, menganalisis informasi, dan menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan hal tersebut, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang berfokus pada pengumpulan data dalam bentuk numerik dan statistik untuk mengukur fenomena, menganalisis hubungan antar variabel, dan menguji hipotesis. Sehingga menggunakan metode survei, eksperimen, dan analisis statistik.

Subjek/Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau customer bimbingan belajar Anak Hebat desa Bendungan kecamatan Kudu kabupaten Jombang.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan).

Populasi dan Sampel

Menurut (sugiyono, 2007) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan aktif bimbingan belajar Anak Hebat desa Bendungan yang berjumlah 55 murid.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk penelitian. Menurut (sugiyono, 2007) populasi adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik Pengambilan Sampel

Menurut (Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, 2015) teknik pengambilan sampel adalah sebuah proses pemilihan sebagian dari keseluruhan objek yang akan diteliti atau dievaluasi yang

memiliki karakteristik tertentu dari sebuah populasi. Tujuan dari pengambilan sampel untuk memperoleh informasi yang representatif tentang populasi secara keseluruhan.

Teknik pengambilan sampel pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu, probability sampling dan non probability sampling. Sedangkan, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling.

Dengan demikian jenis nonprobability sampling yang digunakan untuk penelitian ini adalah teknik sampling jenuh. Menurut (Amin, Garancang and Abunawas, 2023) Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dalam penelitian.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh dari populasi yang diambil, yaitu seluruh murid SD (Sekolah Dasar) dan wali murid TK (Taman Kanak – kanak) bimbingan belajar Anak Hebat desa Bendungan yang berjumlah 55 murid.

Sumber Data

Sumber data adalah informasi yang digunakan dalam penelitian untuk mendukung hipotesis atau teori yang diungkapkan. Ada dua jenis data yang digunakan, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data mentah mengacu pada data yang belum diperoleh atau dikumpulkan secara langsung oleh pihak ketiga. Menurut (Administrasi *et al.*, 2020) data primer diperoleh melalui kuesioner yang telah disebarkan dalam penelitian atau hasil wawancara yang diperoleh dari narasumber. Teknik pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui kuesioner, wawancara langsung dan survei.

2. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang sudah ada dan dikumpulkan oleh peneliti untuk memenuhi kebutuhan data penelitian. Menurut (Administrasi *et al.*, 2020) data sekunder adalah data yang telah diproses oleh pihak lain. Teknik pengumpulan data sekunder dapat dilakukan dengan mengumpulkan beberapa sumber seperti buku, laporan historis, dan informasi penting yang disebutkan sebelumnya.

Klasifikasi Variabel

Klasifikasi variabel merupakan suatu proses pengelompokan data atau informasi ke dalam kategori atau kelas yang berbeda berdasarkan karakteristik atau atribut tertentu.

Dengan demikian dalam penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu Kualitas layanan (X1), Word Of Mouth (X2) dan juga menggunakan satu variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu konsep dalam penelitian untuk mengubah konsep abstrak menjadi parameter yang dapat diukur atau diamati secara jelas. Sehingga peneliti bisa mendefinisikan dan mengukur variabel secara objektif, kemudian hasil penelitian dapat diuji, diulang, dan dibandingkan dengan penelitian lainnya.

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel merupakan proses yang digunakan untuk mengukur dan menilai dalam suatu penelitian untuk menghasilkan data yang diandalkan dan valid. Pengukuran variabel bertujuan untuk mengumpulkan data yang akurat dan relevan yang kemudian digunakan untuk analisis perbandingan, atau pengambilan keputusan.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengambilan sampel data yang digunakan peneliti untuk penelitian ini yaitu:

1. Observasi
Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati suatu keadaan atau situasi dari subjek penelitian.
2. Wawancara
Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab dengan pimpinan, karyawan, dan pelanggan bimbingan belajar untuk memperoleh keterangan data yang diperlukan.
3. Penyebaran Kuesioner
Menurut (Amalia Yunia Rahmawati, 2020) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
4. Penelitian Pustaka
Penelitian Pustaka adalah teknik pengumpulan data secara teoritis melalui pemeriksaan secara hati – hati berbagai buku literatur, jurnal nasional, dan bahan teori lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Analisis Deskriptif

Menurut (Administrasi *et al.*, 2020) analisis deskriptif adalah jenis analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mengilustrasikan data seperti yang telah dikumpulkan sejauh ini, tanpa menghasilkan kesimpulan umum. Dalam penelitian kuantitatif analisis deskriptif adalah jenis analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu. Metode ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah diperoleh.

Penyesuaian variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert dari 1 hingga 5. Rata – rata dapat dilihat berdasarkan interval kelas berikut yang dijelaskan dengan rumus:

$$\text{Range} = \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{skala}}$$
$$= \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian, interpretasi dari skor adalah sebagai berikut:

- a. 1,0 – 1,8 = sangat buruk
- b. 1,81 – 2,6 = buruk
- c. 2,61 – 3,4 = cukup
- d. 3,41 – 4,2 = baik
- e. 4,21 – 5,0 = sangat baik

Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam penelitian untuk menentukan sejauh mana alat ukur dapat mengukur dengan akurat. Validasi dicapai jika data dan variabel yang diperiksa diubah dengan cara yang tepat. Pengujian validasi dilakukan dengan membandingkan korelasi antara masing-masing pertanyaan dan kuesioner dengan skor keseluruhan.

Cara mengetahui koefisien validitas dari hipotesis dengan membandingkan skornya dengan setiap item dalam variabel. Sehingga peneliti untuk menguji validitasnya menggunakan rumus product moment yang dikutip oleh (Khairusy and Febriani, 2020) dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n (\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n (\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- R adalah korelasi
- x_i adalah skor item i x

- y_l adalah total item y
- n adalah banyaknya sampel dalam penelitian

Apabila hasil uji bermakna r menunjukkan r -hitung $>$ r -tabel dengan tingkat signifikansi (0,05) degree of freedom (df) = $n-2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel, maka instrument dinyatakan valid (Administrasi *et al.*, 2020).

Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dalam penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan jika diulang pengukurannya. Dengan demikian, dalam penelitian yang dilakukan (Administrasi *et al.*, 2020) pengujian reabilitas dengan menggunakan uji alpha cronbach dengan adanya kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai alpha cronbach hasil perhitungan $>$ 0,6 maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah reliable.
2. Jika nilai alpha Cronbach hasil perhitungan $<$ 0,6 maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian tidak reliable.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji statistik yang digunakan dalam analisis regresi linier untuk memastikan bahwa residu dari model regresi memiliki distribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Nafis and Prastyaningih, 2019). Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya adalah dengan menggunakan uji statistik seperti uji Kolmogorov – Smirnov.

Berikut adalah rumus untuk menghitung uji statistik Kolmogorov – Smirnov:

$$D = \max (|Fn(x) - F(x)|)$$

Keterangan:

- D adalah uji statistik Kolmogorov – Smirnov.
- $F_n(x)$ adalah fungsi distribusi empiris data.
- $F(x)$ adalah fungsi distribusi teoritis yang di uji.

Pedoman keputusan dalam uji normalitas dengan uji statistik Kolmogorov – Smirnov adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai D lebih kecil dari nilai kritis yang terdapat pada table, maka dapat dianggap memiliki distribusi normal.
2. Jika nilai D lebih besar dari nilai kritis yang terdapat pada table, maka dianggap tidak memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah dalam sebuah data ada tidaknya variabel independen yang mempunyai kemiripan antar independen dalam suatu model. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah ada kolerasi tinggi antar variabel independen dengan model regresi linier berganda, apabila ada kolerasi tinggi antar variabel independen hubungan dengan variabel independen serta variabel dependen terganggu. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF.

Berikut adalah rumus untuk menghitung nilai Tolerance dan VIF:

- Tolerance = $1 - R^2$
- VIF = $1 / \text{Tolerance}$

Keterangan:

R^2 adalah koefisien determinasi dari regresi.

Tolerance adalah ukuran seberapa banyak variasi dalam variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

VIF (Variance Inflation Factor) adalah ukuran seberapa banyak varian dari koefisien regresi yang meningkat karena adanya multikolinieritas.

Pedoman dalam keputusan dalam uji multikolinieritas dengan Tolerance dan VIF adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
3. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
4. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan antara satu pengamatan dan yang lain dalam model regresi, jika ada maka dikenal sebagai heteroskedastisitas (Administrasi et al., 2020). Mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mencari pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID1 dan ZPRED. Dimana sumbu Y1 adalah sumbu Y yang telah diprediksi dan sumbu X1 adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Alasan analisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika titik – titik tersebut mempunyai pola tertentu, misalnya membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik – titik pada sumbu Y tersebar di atas dan di bawah nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Persamaan Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan sebuah persamaan yang menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel tak bebas. Menurut (Yuliana, 2016) uji regresi linier berganda memiliki tujuan untuk memprediksi nilai variabel bebas (Y) apabila nilai variabel – variabel bebasnya (X1, X2, ...) diketahui. Dengan demikian, dapat diketahui bagaimana arah hubungan antara variabel – variabel bebas dan tak bebas. Sehingga dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan pada bimbingan belajar anak hebat desa bendungan dapat menggunakan analisis data regresi linier berganda dan menggunakan software computer program SPSS. Adapun hasil persamaan regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y adalah Kepuasan Pelanggan
- a adalah Konstantan
- b1, b2 adalah Koefisien Regresi
- X1 adalah Kualitas Layanan
- X2 adalah Word of Mouth
- e adalah error term

Uji Parsial (uji t)

Uji t adalah salah satu jenis uji statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Uji t dilakukan dengan menghitung nilai t dari perbandingan antara koefisien regresi dengan standar error dari koefisien regresi.

Berikut adalah rumus untuk menghitung uji statisti t pada uji parsial:

$$t = \beta_{nl} / S\beta_{nl}$$

Keterangan:

- t_l = Mengikuti fungsil t denganl derajat kebebasanl (df)
- β_{nl} = Koefisien regresil masing – masingl variabel
- $S\beta_{nl}$ = Standar errorl masing – masingl variabel

Pedoman dalam pengambilan keputusan uji t adalah sebagai berikut:

1. Apabila probabilitas (signifikasi) melebihi 0,05 (α) maka hipotesis ditolak, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila probabilitas (signifikasi) kurang dari 0,05 (α) yang menunjukkan probabilitas dibawah ambang batas tersebut, maka hipotesis dianggap valid. Hasil ini menandakan bahwa variabel independen memang mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen.

Uji Simultan (uji F)

Uji simultan atau sering disebut dengan uji F adalah metode statistik yang digunakan membandingkan rata – rata dari tiga atau lebih kelompok data secara simultan. Uji F sering digunakan dalam analisis ragam (ANOVA) merupakan alat yang efektif untuk menganalisis perbedaan statistik dalam eksperimen multikelompok. Dalam penelitian ini menggunakan uji F untuk menguji signifikasi pengaruh kualitas layanan dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan dengan rumus, sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / (n - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan:

- R^2 adalah koefisien determinasi
- K adalah banyaknya prediktor
- N adalah banyaknya sampel

Pedoman dalam pengambilan keputusan uji F adalah sebagai berikut:

1. Nilai probabilitas dengan tingkat yang signifikan $< 0,05$ yang diartikan terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Nilai probabilitas dengan tingkat yang signifikan $> 0,05$ yang diartikan tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Administrasi *et al.*, 2020). Koefisien determinasi memiliki nilai nol dan satu. Nilai (R^2) dalam uji koefisien determinasi menunjukkan seberapa baik model regresi sesuai dengan data. Sehingga dapat memberikan informasi tentang sejauh mana variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh model regresi.

Besarnya koefisien determinasi (R^2) dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

- Kd adalah Koefisien determinasi

- r^2 adalah Koefisien Kolerasi

Pedoman keputusan dalam koefisien determinasi adalah:

1. Jika Kd menunjukkan 0 (nol), dapat disimpulkan bahwa variabel independent terhadap dependen lemah.
2. Jika Kd menunjukkan 1 (satu), dapat disimpulkan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen kuat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu. Metode ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah diperoleh.

Penyesuaian variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert dari 1 hingga 5. Rata – rata dapat dilihat berdasarkan interval kelas berikut yang dijelaskan dengan rumus:

$$\text{Range} = \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{skala}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian, interpretasi dari skor adalah sebagai berikut:

- a) 1,0 – 1,8 = sangat buruk
- b) 1,81 – 2,6 = buruk
- c) 2,61 – 3,4 = cukup
- d) 3,41 – 4,2 = baik
- e) 4,21 – 5,0 = sangat baik

Dengan memanfaatkan kategori – kategori tersebut diatas, seseorang dapat mengetahui jumlah responden yang memiliki klasifikasi khusus tersebut.

Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

Terdapat lima pertanyaan variabel kualitas layanan. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Layanan

Pertanyaan	Jawaban					Total	Rata - rata
	SS	S	N	TS	STS		
X1.1	25	23	7	0	0	55	4.33
	45,45%	41,82%	12,73%	0,00%	0,00%	100,00%	
X1.2	27	28	0	0	0	55	4.49
	49,09%	50,91%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	
X1.3	27	27	1	0	0	55	4.47
	49,09%	49,09%	1,82%	0,00%	0,00%	100,00%	
X1.4	26	26	3	0	0	55	4.42
	47,27%	47,27%	5,45%	0,00%	0,00%	100,00%	
X1.5	28	26	1	0	0	55	4.49
	50,91%	47,27%	1,82%	0,00%	0,00%	100,00%	
Total	133	130	12	0	0	275	
	241,81%	236,36%	21,82%	0,00%	0,00%	100,00%	
Total Rata - rata							4,44

Sumber: Data primer yang (diolah) SPSS, 2024

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan jawaban responden terhadap variabel kualitas layanan (X1) dengan total skor rata – rata jawaban sebesar 4,44 yang berada dalam kategori “sangat baik”. Kondisi ini menunjukkan kualitas layanan yang ada di Lembaga bimbingan belajar Anak Hebat Bendungan bisa melayani pelanggan dengan baik.

Deskripsi Variabel Word Of Mouth

Terdapat tiga pertanyaan variabel kualitas layanan. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Jawaban Responden pada Word Of Mouth

Pertanyaan	Jawaban					Total	Rata - rata
	SS	S	N	TS	STS		
X2.1	23	27	5	0	0	55	4.33
	41,82%	49,09%	9,09%	0,00%	0,00%	100,00%	
X2.2	25	26	4	0	0	55	4.38
	45,45%	47,27%	7,27%	0,00%	0,00%	100,00%	
X2.3	21	29	5	0	0	55	4.29
	38,18%	52,73%	9,09%	0,00%	0,00%	100,00%	
Total	69	82	14	0	0	165	
	125,45%	149,09%	25,45%	0,00%	0,00%	100,00%	
Total Rata - rata							4,33

Sumber: Data primer yang (diolah) SPSS, 2024

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan jawaban responden terhadap variabel word of mouth (X2) dengan total skor rata – rata jawaban sebesar 4,33 yang berada dalam kategori “sangat baik”. Kondisi ini menunjukkan word of mouth yang ada di Lembaga bimbingan belajar Anak Hebat Bendungan bisa menanggapi pelanggan dengan baik.

Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Terdapat tiga pertanyaan variabel kualitas layanan. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Jawaban Responden pada Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	Jawaban					Total	Rata - rata
	SS	S	N	TS	STS		
X2.1	23	27	5	0	0	55	4.33
	41,82%	49,09%	9,09%	0,00%	0,00%	100,00%	
X2.2	25	26	4	0	0	55	4.38
	45,45%	47,27%	7,27%	0,00%	0,00%	100,00%	
X2.3	21	29	5	0	0	55	4.29
	38,18%	52,73%	9,09%	0,00%	0,00%	100,00%	
Total	69	82	14	0	0	165	
	125,45%	149,09%	25,45%	0,00%	0,00%	100,00%	
Total Rata - rata							4,33

Sumber: Data primer yang (diolah) SPSS, 2024

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan total skor rata – rata jawaban sebesar 4,44 yang berada dalam kategori “sangat baik”. Kondisi ini menunjukkan kepuasan pada pelanggan Lembaga bimbingan belajar Anak Hebat Bendungan sangat memuaskan.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam penelitian untuk menentukan sejauh mana alat ukur dapat mengukur dengan akurat. Item kuesioner dinyatakan valid apabila hasil uji nilai r menunjukkan $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dengan tingkat signifikansi (0,05) degree of freedom (df) = n-2 dalam hal ini n adalah jumlah sampel (Ghozali, Imam, 2012).

Tabel 4
Hasil Uji Validitas

Variabel X1 (Kualitas Layanan)			
Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	.758**	0,2656	Valid
X1.2	.814**	0,2656	Valid
X1.3	.820**	0,2656	Valid
X1.4	.869**	0,2656	Valid
X1.5	1	0,2656	Valid
Variabel X2 (Word Of Mouth)			
Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	.903**	0,2656	Valid
X2.2	.878**	0,2656	Valid
X2.3	1	0,2656	Valid
Variabel Y Kepuasan Pelanggan			
Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	.896**	0,2656	Valid
Y.2	.885**	0,2656	Valid
Y.3	.840**	0,2656	Valid
Y.4	1	0,2656	Valid

Sumber: Data Primer (diolah) SPSS, 2024

Tabel 4 Terlihat bahwa korelasi setiap item pertanyaan menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dengan tingkat signifikansi (0,05) degree of freedom (df) = n-2 dalam hal ini n adalah jumlah sampel, maka instrument dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dalam penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan jika diulang pengukurannya. Pengujian reabilitas dengan menggunakan *uji alpha Cronbach* jika nilai *alpha cronbach* hasil perhitungan $> 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah reliable.

Tabel 5
Hasil Uji Reabilitas
Variabel X1 (Kualitas Layanan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	5

Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa variabel X1 atau variabel Kualitas Layanan mempunyai nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukur dari kuesioner variabel kualitas layanan adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item – item pada variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 6
Hasil Uji Reabilitas
Variabel X2 (Word Of Mouth)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	3

Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa variabel X2 atau variabel Word Of Mouth mempunyai nilai koefisien Alpha lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukur dari kuesioner variabel kualitas layanan adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item – item pada variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 7
Hasil Uji Reabilitas
Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	4

Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa variabel Y atau variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai nilai koefisien Alpha lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukur dari kuesioner variabel kualitas layanan adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item – item pada variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Total_ X1	Total_ X2	Total_ Y	Unstandardized Residual
N	55	55	55	55
Normal Parameters ^{a,b}				
Mean	22.20	13.00	17.78	0E-7
Std. Deviation	2.352	1.644	2.140	1.01247991
Most Extreme Differences				
Absolute	.196	.147	.206	.164
Positive	.168	.128	.161	.104
Negative	-.196	-.147	-.206	-.164
Kolmogorov-Smirnov Z	1.454	1.088	1.530	1.215
Asymp. Sig. (2-tailed)	.029	.188	.019	.104

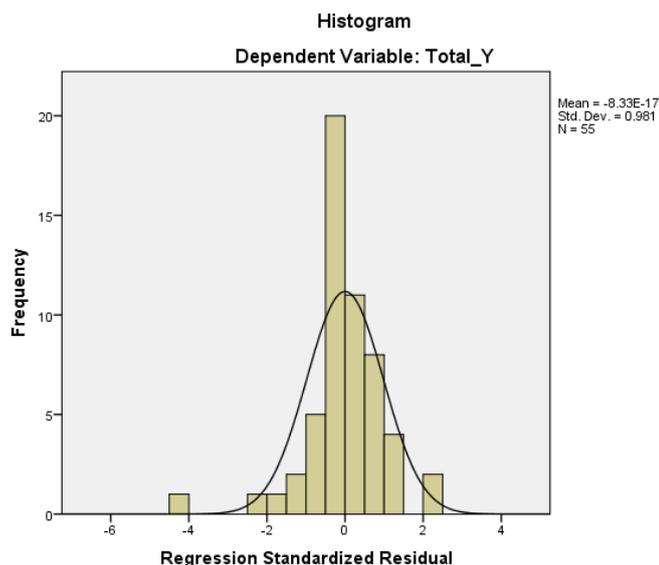
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Berdasarkan 8 sebelumnya diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,104 dan di atas nilai signifikan (0,05), dengan kata lain variabel residual berdistribusi normal.

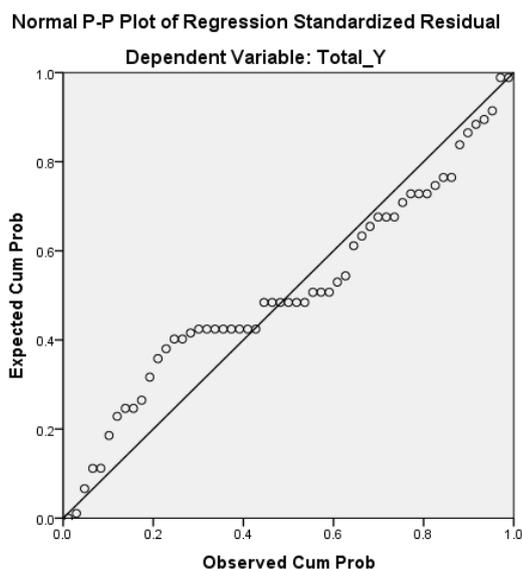
Gambar 2
Pengujian Histogram Normalitas



Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Pada grafik histogram Gambar 2 Terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data tersebut tidak seimbang ke kiri atau ke kanan dan membentuk pola lonceng.

Gambar 3
Pendekatan Grafik Normalitas



Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Pada gambar 3 Dilihat titik – titik menyebar di sekitar garis dan diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan data berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah ada kolerasi tinggi antar variabel independen dengan model regresi linier berganda, apabila ada kolerasi tinggi antar variabel independen hubungan dengan variabel independen serta variabel dependen terganggu. Uji multikolinieritas dilakukan dengan beberapa cara salah satunya adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Apabila Tolerance > 0,1 atau sama dengan VIF < 10 maka tidak terdapat masalah multikolonieritas. Hasil uji independent antara variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.582	1.378					
	Total_X1	.667	.077	.733	8.658	.000	.601	1.665
	Total_X2	.274	.110	.210	2.485	.016	.601	1.665

a. Dependent Variable: Total_Y

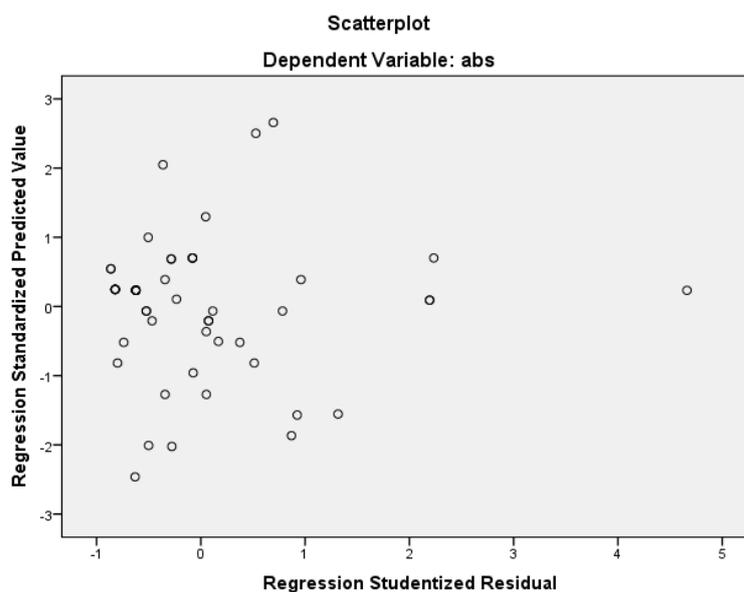
Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Berdasarkan data tabel uji multikolonieritas di atas menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel independen dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai *Tolerance* semua variabel bebas lebih dari 0,1 yang berarti tidak terjadi kolerasi antar variabel independen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan terhadap pengamatan lain. Mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mencari pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Dimana sumbu Y adalah sumbu Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi- Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta 54 titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu y maka mengidentifikasi tidak terjadi heterokedastisitas pada grafik scatterplot. Berikut gambar scatterplot:

Gambar 4
Scatterplot Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Berdasarkan gambar 3 dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang jelas maka tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat, sehingga model regresi tersebut layak digunakan.

Persamaan Regresi Linier berganda

Uji regresi linier berganda memiliki tujuan untuk memprediksi nilai variabel bebas (Y) apabila nilai variabel – variabel bebasnya (X1, X2,) diketahui. Dengan demikian, dapat diketahui bagaimana arah hubungan antara variabel – variabel bebas dan tak bebas. Sehingga dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan pada bimbingan belajar anak hebat desa bendungan dapat menggunakan analisis data regresi linier berganda dan menggunakan software computer program SPSS versi 20.

Tabel 10
Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-.582	1.378	
Total_X1	.667	.077	.733
Total_X2	.274	.110	.210

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Berdasarkan hasil analisa regresi yang disajikan dalam tabel 4.13 maka didapatkan persamaan sebagai berikut:

1. Konstanta : - 0,582
2. Kualitas Layanan (X1) : 0,667
3. Word Of Mouth (X2) : 0,274

Hasil tersebut dimasukkan dalam rumus persamaan regresi linier berganda sehingga diketahui persamaan berikut:

$$Y = -0,582 + 0,667X1 + 0,274X2 + e$$

Dari perumusan di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta (a) bertanda negative, yaitu -0,582 artinya apabila kualitas layanan dan word of mouth sama dengan nol (0) maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X1) yaitu sebesar 0,667 artinya kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi variabel word of mouth (X2) yaitu sebesar 0,274 artinya word of mouth berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi kualitas layanan (0,667), word of mouth (0,274); karena $0,667 > 0,274$ maka kualitas layanan merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Parsial (uji t)

Uji parsial (ujit) bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t dilakukan dengan menghitung nilai t dari perbandingan antara koefisien regresi dengan standar error dari koefisien regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan masing-masing variabel bebas dengan variabel tidak bebas, apabila t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig,0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji parsial dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Uji Parsial (uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.582	1.378		-.422	.675
1 Total_X1	.667	.077	.733	8.658	.000
Total_X2	.274	.110	.210	2.485	.016

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 11 di atas maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama (H1)
Hasil uji t variabel kualitas layanan diperoleh t-hitung sebesar (8,658) > t-tabel (2,006) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 (0,000 < 0,05). Berdasarkan hasil uji t, maka hipotesis pertama berbunyi kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan. Hipotesis pertama diterima.
2. Pengujian hipotesis kedua (H2)
Hasil uji t variabel word of mouth diperoleh t-hitung sebesar (2,485) > t-tabel (2,006) dengan nilai signifikan sebesar 0,016 (0,016 < 0,05). Berdasarkan hasil uji t, maka hipotesis kedua berbunyi word of mouth secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan. Hipotesis kedua diterima.

Uji Simultan (uji F)

Uji simultan (uji F) bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh kualitas layanan dan word of mouth terhadap kepuasan pelanggan. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig < 0,05) maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Meiryani, 2021). Berikut adalah hasil uji simultan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 12
Hasil Uji Simultan (uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	192.026	2	96.013	90.192	.000 ^b
Residual	55.356	52	1.065		
Total	247.382	54			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 12 dapat diperoleh keputusan bahwa nilai F hitung sebesar 90.192 > F tabel 3,17 dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak digunakan, untuk memprediksi variabel independen kualitas layanan dan word of mouth secara simultan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai nol dan satu. Nilai (R^2) dalam uji koefisien determinasi menunjukkan seberapa baik model regresi sesuai dengan data. Sehingga dapat memberikan informasi tentang sejauh mana variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh model regresi. Menurut (Bina Nusantara, 2021) nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel – variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.768	1.032

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Data Penelitian (diolah) SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 13 maka diperoleh nilai adjusted R-square sebesar 0,768 (76,8 %). Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 76,8 %, sedangkan sisanya sebesar 23,2 % ($1 - 0,76,8$) dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan (X1), memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hal ini diketahui dari signifikan pada uji t variabel kualitas layanan (X1) t-hitung sebesar (8,658) > t-tabel (2,006). Berdasarkan hasil uji t, maka hipotesis pertama berbunyi kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.

Hasil tersebut juga dapat dilihat pada hasil analisis deskriptif variabel penelitian, dimana capaian rata – rata skor pada variabel kualitas layanan mendapatkan tanggapan yang sangat baik dari pelanggan (4,44). Hal ini, berarti pelanggan memiliki persepsi bahwa kualitas layanan yang didapat dari Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan sesuai yang diharapkan.

Menurut hasil penelitian yang diperoleh melalui jawaban kuesioner terhadap variabel kualitas layanan Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan berada pada kategori tinggi yang dipengaruhi oleh masing – masing indikator yaitu bukti fisik, empati, keandalan, responsivitas, jaminan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Frangkling Matara (2022) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.

Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa variabel word of mouth (X2), memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Hal ini diketahui dari signifikan pada uji t variabel word of mouth (X2) t-hitung sebesar $(2,485) > t\text{-tabel } (2,006)$. Berdasarkan hasil uji t, maka hipotesis kedua berbunyi word of mouth secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.

Hasil tersebut juga dapat dilihat pada hasil analisis deskriptif variabel penelitian, dimana capaian rata – rata skor pada variabel word of mouth mendapatkan tanggapan yang sangat baik dari pelanggan (4,33). Hal ini, berarti pelanggan memiliki persepsi bahwa word of mouth yang diberikan karyawan dan informasi yang disebar oleh pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan sangat baik.

Menurut hasil penelitian yang diperoleh melalui jawaban kuesioner terhadap variabel kualitas layanan Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan berada pada kategori tinggi yang dipengaruhi oleh masing – masing indikator yaitu berbicara hal positif, rekomendasi, dorongan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Frangkling Matara (2022) yang menyimpulkan bahwa word of mouth terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis menunjukkan variabel kualitas layanan (X1) dan variabel word of mouth (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini diketahui dari hasil uji hipotesis uji F yang menunjukkan nilai F-hitung $(90,192) > F\text{-tabel } (3,17)$. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini berbunyi variabel kualitas layanan dan variabel word of mouth berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.

Hasil penelitian determinasi diketahui bahwa nilai koefisien Adjusted R-Square sebesar 0,768 artinya bahwa setelah dilakukan penelitian diketahui sebesar 76,8 % kualitas layanan dan word of mouth mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sisanya 23,2 % dipengaruhi variabel lain selain variabel independen dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan word of mouth sangat berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui jawaban kuesioner terhadap variabel kepuasan pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan yang berada pada kategori tinggi yang dipengaruhi oleh masing – masing indikator setiap variabel.

Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis, dan hasil penelitian maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan (X1) dan word of mouth (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.
2. Kualitas layanan (X1) dan word of mouth (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.
3. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas layanan (X1) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan pada Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan tetap dipertahankan dan terus melakukan evaluasi sehingga mampu memperbaiki, meningkatkan, dan mengoptimalkan kualitas layanan yang sudah dilakukan supaya dapat mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru.
2. Word of mouth pada Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan tetap dipertahankan supaya dapat memberikan informasi positif kepada pelanggan dan menjadikan pelanggan sebagai pemasar untuk menarik pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Anak Hebat desa Bendungan harus tetap dijaga, ditingkatkan dengan cara melakukan evaluasi bulanan pada karyawan dan pemberian reward pada pelanggan karena sudah tetap setia.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya

Daftar Pustaka

- Admin Stiebp. (2019). *Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Petukangan Selatan, Jakarta Selatan: Redaksi BisnisUKM. <https://stiebp.ac.id/strategi-meningkatkan-kepuasan-pelanggan/>
- Administrasi, P.P. *et al.* (2020) ‘Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Pgri Dewantara Jombang’, (1661244), p. 1661079. Administrasi, P.P. *et al.* (2020) ‘Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Pgri Dewantara Jombang’, (1661244), p. 1661079.
- Agustin, R.P. *et al.* (2021) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya pada Word of Mouth Jasa Pengurusan Nenek di CV Speed Nenek’, *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(3), pp. 186–190. Available at: <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i3.249>.
- Amalia Yunia Rahmawati (2020) ‘, (July), pp. 1–23.
- Amin, N.F., Garancang, S. and Abunawas, K. (2023) ‘Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian’, *Jurnal Pilar*, 14(1), pp. 15–31.
- Ariyuni, D. and Suhardi, Y. (2020) ‘Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir)’, *Jurnal STEI Ekonomi*, 22(11), pp. 1–19.
- Bina Nusantara (2021) ‘Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear’, *Accounting.Binus.Ac.Id* [Preprint]. Available at: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>.
- Fabiana Meijon Fadul (2019) ‘Pengaruh Word of Mouth’, pp. 10–27.
- Flores, Y. (2011) ‘Pengertian Strategi’, *Phys. Rev. E*, p. 24. Available at: http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/377/4/Muoz_Zapata_Adriana_Patricia_Articulo_2011.pdf.
- Khairusy, M.A. and Febriani, R. (2020) ‘The influence of product quality and service quality on customer satisfaction (Survey on customers of KFC Store Merdeka Bandung)’, *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, pp. 1–12. Available at: <http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/811>.
- Majid and Andayani (2012) ‘05 Bab Ii’, pp. 7–21.
- Matara, F. (2022) ‘Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Manliest Barbershop Kecamatan Kota Lama Kupang) Frangklin Matara Program Studi Administrasi Bisnis’.
- Meiryani (2021) ‘Memahami Uji F (Uji Simultan) Dalam Regresi Linear’, *Binus University Faculty*

Of Economics and Communication Accounting, p. 1. Available at:
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/>.

- Nafis, R.W. and Prastyaningsih, N. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Lembaga Bimbingan Belajar Kumon Ahmad Yani Probolinggo', *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Ecobuss*, Vol.7 Nomo(September), pp. 46–59.
- Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, M.K.T. (2015) 'Teknik Pengambilan Sampel', *Ekp*, 13(3), pp. 1576–1580.
- Saphira, H. *et al.* (2021) 'PENGARUH HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADAMAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA)'.
- sugiyono (2007) 'BAB 3. Skripsi', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.
- Viera Valencia, L.F. and Garcia Giraldo, D. (2019), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, pp. 1–16.
- Yoon, C. (2014), *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, pp. 38–48.
- Yuliara, I.M. (2016) 'Modul Regresi Linier Berganda', *Universitas Udayana*, 2(2), p. 18.
- Money, T. (2022, oktober 29). Retrieved from <https://blog.amartha.com/5-cara-meningkatkan-kualitas-layanan-pelanggan/>
- Suphianto, R. (2009, April 06). *ahe.education*. Retrieved from ahe.education Web,site:
<https://www.ahe.education/>
- Sodexo. (2019, july 31). Retrieved from <https://www.sodexo.co.id/faktor-kepuasan-pelanggan/>