

FAKTOR-FAKTOR PELAYANAN PRIMA YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN SISWA PADA MENTARI CERDAS BANJARMASIN

SYAFRIL, MUHAMMAD FAHMI, NETI ROSIANA FADILAH

ASMI Citra Nusantara Banjarmasin
syafiril99riau@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine the factors of excellent service that influence the satisfaction of tutoring students at Mentari Cerdas Banjarmasin. The population and sample in this study were tutoring students at Mentari Cerdas Banjarmasin. The sample in this study was 48 students by filling out research questionnaires. The sampling technique used in this research is random sampling, namely the sampling technique based on population members who happen to be met and are willing to be respondents. This research is a quantitative descriptive research, which is a research method based on the philosophy of positivism, which is used to examine a particular population or sample. Judging from the objectives, this research is included in the research of hypothesis testing. A hypothesis is a temporary answer to a research problem whose truth still needs to be tested*

Keywords: *Excellent Service, Student Satisfaction, Tutoring, Influence, Sampling*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor Pelayanan Prima Yang Mempengaruhi terhadap Kepuasan Siswa Bimbingan Belajar di Mentari Cerdas Banjarmasin Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah siswa bimbingan belajar di Mentari Cerdas Banjarmasin. Sampel dalam penelitian ini adalah 48 siswa dengan mengisi angket penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan anggota populasi yang kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Dilihat dari tujuannya, penelitian ini termasuk dalam penelitian pengujian hipotesis. Hipotesis adalah jawaban sementara dari suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih perlu diuji

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Kepuasan Siswa, Bimbingan Belajar, Pengaruh, Sampel

A. Pendahuluan

Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) merupakan satuan Pendidikan Luar Sekolah atau Nonformal (PNF) yang diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup dan sikap untuk mengembangkan diri, bekerja mencari nafkah, mengembangkan profesi dan atau melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Berdasarkan Undang- Undang Sisdiknas No. 20 tahun 2003 Pasal 26 Ayat 5 disebutkan bahwa kursus dan pelatihan adalah bentuk pendidikan berkelanjutan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dengan penekanan pada penguasaan keterampilan, standar kompetensi, pengembangan sikap kewirausahawan serta pengembangan kepribadian profesional. Bimbingan Belajar untuk selanjutnya disingkat dengan Bimbel, termasuk salah satu dari berbagai jenis Lembaga Kurusu dan Pelatihan (LK) sebagaimana disebutkan dalam UU Sisdiknas 2003 tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Bimbel adalah suatu lembaga Pendidikan Non Formal (PNF) yang keberadaannya telah diakui oleh Pemerintah (Indonesia, 2010).

Perkembangan teknologi digital internet menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat pada sektor layanan jasa bimbingan belajar bukan lagi sebatas persaingan produk tetapi sudah pada sistem pelayanan dan sistem pembelajaran. Beberapa usaha bimbingan belajar baik yang reguler maupun yang private mengemas jasa mereka agar menarik para konsumen. Saat ini muncul berbagai jasa bimbingan belajar dengan *platform* yang modern dengan media pembelajaran daring menggunakan aplikasi *smartphone* canggih. Bimbingan belajar

konvensional harus berhadapan *head to head* dengan bimbingan belajar daring tersebut untuk memperebutkan pangsa pasar yang semakin melemah akibat covid-19, disaat adanya pelarangan berkumpul dalam suatu pertemuan.

Fenomena aplikasi belajar daring ini diprediksi dapat mempengaruhi usaha bimbingan belajar (bimbel) di Banjarmasin. Bagaimana tidak, aplikasi belajar ini hadir dengan menawarkan harga yang lebih murah, dan konten belajar yang lengkap seperti *try out*, dan les privat. Selain itu, konten yang tersedia untuk berbagai jenjang mulai dari SD, SMP dan SMA sesuai dengan kurikulum nasional dan dirancang khusus oleh pengajar terbaik dan berpengalaman (*master teacher*). yang kemampuannya ini dapat diunduh secara langsung hanya melalui *smartphone* saja. Mungkin aplikasi belajar daring saat ini masih baru dan masih bisa dilakukan oleh anak-anak sekolah yang dapat dikatakan 'mandiri', artinya dapat belajar tanpa melalui pengawasan. Tetapi untuk bimbel masih punya kans di hati para orangtua murid, khususnya anak-anak SD dan SMP yang masih perlu pengawasan. Masih banyak anak-anak les private yang merasa nyaman dengan guru nyata ada di depan mereka, dengan begitu mereka jadi benar-benar belajar seara serius dan dapat berdialog secara langsung.

Bimbingan belajar merupakan sebuah entitas bisnis yang bergerak di bidang jasa. Dengan kata lain, bimbingan belajar merupakan sebuah entitas bisnis yang berorientasi profit (profit oriented) dengan jasa konsultasi belajar sebagai produk utamanya. Sebagai lembaga pendidikan informal, bimbingan belajar memiliki peran dan tanggung jawab terhadap dunia pendidikan yaitu mendukung program belajar nasional dan berusaha meningkatkan prestasi belajar siswa (Umam & Hisyam, 2017). Bimbingan belajar dan sekolah sama-sama berperan serta memajukan dunia pendidikan nasional. Diantara keduanya, sekolah dan bimbingan belajar memiliki hubungan yang saling menguntungkan (*symbiosis mutualisme*), dalam meningkatkan mutu anak didik agar mampu bersaing dalam mendapatkan sekolah lanjutan favorite setelah lulus nantinya. Sekolah merupakan mitra utama jasa bimbingan belajar untuk mendapatkan siswa dari sekolah tersebut. Siswa merupakan *enduser* dari jasa bimbingan belajar yang merupakan pangsa pasar utama sehingga produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan dari siswa yaitu jasa pelayanan konsultasi dan bimbingan belajar.

Saat ini sekolah merupakan hal yang sangat penting bagi anak-anak dan remaja di dunia, termasuk di Indonesia. Sekolah menerapkan standar tinggi yang harus diraih oleh peserta didik yang dikenal dengan standar ketuntasan minimum setiap ujiannya yang tertera di dalam rapor siswa. Jika nilai berada dibawah nilai ketentuan minimum maka siswa diwajibkan untuk mengulang (*remedial*) sampai nilai tercukupi. Kriteria ketentuan kompetensi dasar nilai pada masing-masing mata pelajaran ditentukan oleh sekolah biasanya diatas 75% (Rizal & Paujiah, 2018). Tingginya ketentuan minimum tersebut membuat siswa menambah jam pelajarannya di luar sekolah dengan mengikuti bimbingan belajar baik secara daring maupun konvensional seperti les private, kursus dan paket bimbingan belajar.

Ketakutan siswa tidak lulus Ujian Akhir Nasional (UAN) dan Ujian Akhir Sekolah Bersama Nasional (UASBN) merupakan kesempatan emas bagi lembaga bimbingan belajar untuk meraup sebesar-besarnya dari bisnis pendidikan ini. Ketakutan siswa dan orang tua akan ketidakkulusan ini menimbulkan kebutuhan yang tinggi terhadap pelajaran tambahan. Belum lagi keinginan siswa untuk masuk ke perguruan tinggi favorit (Umam & Hisyam, 2017). Untuk menjangkau siswa dan orang tua yang ingin anaknya mendapatkan pelajaran tambahan pada lembaga jasa bimbingan belajar maka diperlukan suatu strategi yang efektif merebut pangsa pasar. Saat ini banyak lembaga bimbingan belajar yang menawarkan berbagai jenis program dan metode pembelajaran yang menarik agar siswa antusias dan memilih bimbingan belajar mereka. Menurut Zeithaml (1996), faktor terpenting yang menentukan keberhasilan organisasi adalah kemampuan organisasi memberikan layanan. Keberhasilan organisasi untuk pencapaian pangsa pasar (market share) yang tinggi sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan organisasi. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak digunakan sebagai acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*). Kompetisi dengan intensitas tinggi dan cepat menuntun bisnis jasa untuk mencari cara yang menguntungkan bagi mereka, dan salah satu strategi yang sangat kompeten untuk bisa sukses

adalah dengan menghadirkan *high service quality*. Kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan membeli atau menggunakan suatu produk (Syafri, 2019)

Dalam menghadapi persaingan yang kompetitif bimbingan belajar Mentari Cerdas Banjarmasin memberikan pelayanan prima (*service excellent*) untuk menjaga kelangsungan hidup usahanya karena dengan pelayanan prima akan meningkatkan loyalitas siswa agar tetap belajar dan bertahan sampai mereka lulus. Beberapa dimensi pelayanan prima yang diberikan kepada siswa bimbel seperti Kecepatan pelayanan (*responsiveness*), Pembelajaran mudah dipahami (*reliability*), Tutor intens pada siswa (*empathy*), Komunikasi yang baik (*responsiveness*), Ruang belajar bersih dan nyaman (*tangible*), Pembelajaran sesuai kurikulum (*assurance*), Mendidik attitude siswa (*emphaty*), Peningkatan nilai siswa di sekolah (*assurance*), Tutor yang berpengalaman (*reliability*) dan Administrasi yang mudah dan murah (*responsiveness*). Pelayanan prima (*Service Excellent*) adalah suatu usaha untuk membantu menyediakan atau mengurus apa yang diperlukan oleh konsumen.

Menurut Lovelock (2005), sebuah pelayanan yang baik dirancang dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dengan didasarkan atas sejumlah persyaratan yang telah menjadi tujuan penting bagi pelayanan organisasi. Proses pelayanan menjelaskan urutan dan metode yang dilakukan dalam system operasi pelayanan dimana pegawai berkerja dan terkoneksi dengan pegawai lainnya untuk secara bersama-sama menciptakan pengalaman pelayanan yang optimal sehingga pelanggan akan memberikan penghargaan. Adapun menurut Schiffman dan Kanuk (2004), menyatakan pelayanan merupakan suatu hal yang penting, sebab peningkatan daripada pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan prima menurut Lukman (2000), merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Ratminto dan Winarsih (2005), pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan pegawai atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan. Pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan. Menurut Priansa, (2017:54), pelayanan prima (*service quality*) adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Secara garis besar ada 4 (empat) dimensi pokok dalam konsep ini, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Komponen yang berjumlah empat tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, artinya pelayanan atau jasa menjadi tidak excellent bila ada salah satu atau lebih komponen yang kurang. Disamping itu, keempat komponen ini akan lebih bermakna bila didukung oleh suatu strategi pelayanan yang tepat, karena strategi pelayanan merupakan arahan dan pedoman bagi organisasi untuk memberikan pelayanan terbaiknya.

Konsep kualitas pelayanan yang populer dikemukakan oleh (Ananthanarayanan Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1994) dengan Model SERVQUAL yang memiliki lima dimensi pengukuran kualitas pelayanan yang sering disingkat aspek TERRA sampai saat ini secara umum telah banyak digunakan pada perusahaan jasa. Kelima dimensi itu adalah *Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance*. Riset eksploratori yang Parasuraman lakukan untuk meneliti kualitas jasa dan menentukan faktor-faktor yang mempengaruhinya menghasilkan 5 (lima) dimensi kualitas jasa atau pelayanan, yaitu; 1) *Tangibles* yaitu fasilitas fisik perusahaan mulai dari perlengkapan, sarana komunikasi dan lainnya yang dapat dilihat langsung oleh pelanggan. 2) *Emphaty* yaitu pemahaman seksama tentang kebutuhan yang diharapkan pelanggan. 3) *Reliability* yaitu kemampuan untuk memberi pelayanan yang cepat, tepat, dan memuaskan oleh perusahaan. 4) *Responsiveness* yaitu pemberian pelayanan atau jasa dengan tanggap oleh perusahaan. 5) *Assurance* terkait dengan kesopanan staff/karyawan, dan sifat dapat dipercayanya staff/karyawan perusahaan oleh pelanggan.

Penelitian yang dilakukan (Khaliq, 2019) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan

menggunakan variabel *CARTER* (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiveness*). *CARTER* adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mendefinisikan dan mengukur kualitas layanan jasa dan untuk membuat alat penilaian kualitas yang berguna, model ini memiliki enam dimensi yang dikemukakan oleh (Othman & Owen, 2001) sebagai berikut: a) *Compliance* yang berarti kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi berdasarkan prinsip perbankan dan ekonomi Islam; b) *Assurance* adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan kepercayaan diri. Ini juga mencakup komunikasi verbal dan tertulis antara staf bank dan pelanggan; c) *Reliability* untuk melakukan layanan yang dijanjikan, ketergantungan dan akurasi; d) *Tangibles* yang berarti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat komunikasi; e) *Empathy* adalah perhatian individual yang disediakan bank syariah untuk para pelanggannya; dan f) *Responsiveness* adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

Hasil penelitian (Khaliq, 2019), seluruh variabel kualitas pelayanan *CARTER* menunjukkan hasil yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Jika diurutkan maka faktor dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah secara berturut-turut dari yang paling besar adalah *compliance, reliability, responsiveness, tangibles, empathy*, kemudian *assurance*. Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Perbedaan antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan (kepuasan), harus diminimalisasi agar hasilnya pelanggan bisa puas, yaitu dengan mengelola kesenjangan-kesenjangan yang terjadi pada penyerahan jasa. Penyedia harus memperbaiki kualitas jasa setiap saat dan semakin agresif untuk mengadakan penelitian akan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Menurut Zeithaml (1999) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas jasa, persepsi atas harga, serta faktor situasional dan personal. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan yang diberikan pada pelanggan dalam proses penyerahan jasa.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi kepada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Selain itu kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk masa depan. Pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang, dan mereka memberitahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang paket pembelajaran tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Asih, 2016) tentang Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singgaraja diketahui bahwa secara parsial Kemampuan, Sikap, Penampilan, Tindakan dan Tanggungjawab mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Perhatian tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singgaraja. Secara simultan semua variabel independen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Agata Singgaraja. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nofirza & Indrayani, 2011) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Arifin Ahmad Pekanbaru. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Mulyono, 2019), dinyatakan kepuasan pasien akan meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas pelayanan Rumah Sakit Medika Permata Hijau Jakarta dengan aspek fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsibility*), kepastian (*assurance*) dan empati (*emphaty*) secara signifikan berurutan mempengaruhi kepuasan pasien. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Tho'in, 2018) tentang Pengaruh Kinerja Pelayanan (*service performance*) Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan sebagai Moderasi dapat disimpulkan bahwa kinerja pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan, loyalitas mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu

Ekonomi AAS. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Suadmodjo, 2017) dimana kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe Zybricx Coffe & Cantina dengan variabel reliabelity sebagai dimensi yang paling dominan sedangkan kualitas produk sebagai faktor yang paling dominan.

Dari beberapa hasil penelitian terdahulu maka dalam penelitian ini dimensi Pelayanan Prima yang digunakan dalam kuisiner penelitian yang dibuat secara sederhana sesuai karakteristik responden yang masih menempuh pendidikan dasar mulai dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) Dari penjelasan diatas maka kerangka konseptual penelitan ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel. 1
 Kerangka Konseptual

Pelayanan Prima (X)		Kepuasan Siswa (Y)
Indikator:		
Kecekatan Pelayanan	X1.1	Suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan siswa bimbel dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang ditawarkan.
Proses Pembelajaran Mudah Dipahami Siswa	X1.2	
Tentor Intens Terhadap Siswa	X1.3	
Komunikasi Yang Baik Antara Tentor dan Siswa	X1.4	
Ruang Belajar Bersih dan Nyaman	X1.5	
Pembelajaran Sesuai Dengan Kurikulum Pendidikan	X1.6	
Membantu Mendidik Attitude Siswa	X1.7	
Tentor Kompeten Dalam Menyampaikan Materi	X1.8	
Peningkatan Nilai Siswa Di Sekolah	X1.9	
Administrasi Mudah dan Murah	X1.10	

Sumber: data diolah, 2022

B. Metodologi Penelitian

Menurut Umar (2008:5), desain penelitian merupakan kerangka kerja untuk merinci hubungan-hubungan antara variabel terkait dalam suatu penelitian. Ditinjau dari tujuannya, penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian pengujian hipotesis. Hipotesis adalah jawaban sementara atas suatu permasalahan penelitian yang kebenaran masih perlu diuji (Kountur, 2009:67). Objek penelitian ini adalah siswa bimbingan belajar Mentari Cerdas Banjarmasin. Populasi adalah subjek dan objek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang diterapkan untuk dipelajari, yang kemudian ditarik menjadi sebuah penelitian. Sampel adalah bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi yang dianggap dapat mewakili seluruhnya untuk diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan anggota populasi yang kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yang merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu Alat uji analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 23.

C. Hasil Dan Pembahasan

Analisis diskriptif memberikan gambaran tentang data yang diperoleh. Diskripsi data analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakter sampel. Statistik deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, minimum, yang didapat dari variabel dependen dan independen. Hasil analisis deskriptif penelitian sebagai berikut:

Tabel. 2 Diskriptive Demografi Responden

Profile		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Gender	Pria	20	41,7	41,7	41,7
	Wanita	28	58,3	58,3	100,0

	Total	48	100,0	100,0	
Usia	06-10 thn	8	16.7	16.7	16.7
	11-15 thn	31	64.6	64.6	64.6
	16-18 thn	9	18.8	18.8	100
	Total	48	100	100	
Pendidikan	SD	8	16.7	16.7	16.7
	SMP	30	62.5	62.5	62.5
	SMA	10	20.8	20.8	100
	Total	48	100	100	
Paket Bimbel	1 thn	15			
			31.3	31.3	31.3
	2 thn	11	22.9	22.9	22.9
	3 thn	21	43.8	43.8	43.8
	4 thn	1	2.1	2.1	100
	Total	48	100	100	

Sumber: data kuesioner diolah, 2022

Dari data demografi responden diatas dapat diketahui bahwa responden wanita lebih besar daripada pria yakni 58,3% berbanding pria 41,7%. Usia minimal yakni yang paling muda merupakan usia awal siswa masuk sekolah umur 06-10 tahun sebesar 16,7% sedangkan usia yang paling mendominasi adalah usia 11-15 tahun diikuti usia 16-18 tahun sebesar 18.8%. Tingkat pendidikan yang sedang ditempuh siswa berbanding lurus dengan usianya yakni SD sebesar 16.7% dan yang paling dominan siswa SMP sebesar 62.5% selanjutnya siswa SMA sebesar 20.8%. Paket bimbel yang diambil oleh siswa mulai paket 1 tahun sebesar 31.3% yang 2 tahun sebesar 22.9% dan yang paling dominan diambil siswa paket 3 tahun sebesar 43.8% selanjutnya yang paling sedikit paket bimbel 4 tahun sebesar 2.1%.

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel penelitian yakni Pelayanan Prima dengan sepuluh (10) variable indikator sebagai variabel bebas dan Kepuasan Siswa sebagai variabel terikat. Dari uji statistik diskriptif diperoleh gambaran data statistik atas dua variabel tersebut sebagai berikut:

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pelayanan Prima	48	30	39	34,06	2,098
Kepuasan siswa	48	9	12	10,88	1,024
Valid N (listwise)	48				

Sumber: data SPSS diolah, 2022

Berdasarkan hasil data diatas dapat diketahui bahwa Pelayanan Prima nilai maksimal 39 dan nilai minimalnya 30 serta nilai rata-rata 34,06 dengan nilai standar deviasi 2,098. Dimana nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu $34,06 > 2,08$ yang menunjukkan bahwa nilai Pelayanan Prima cukup tinggi. Sedangkan nilai Kepuasan Siswa diketahui nilai maksimal sebesar 12 dan nilai minimal sebesar 9 dengan nilai rata-rata sebesar 10,88 dan nilai satandar deviasi sebesar 1,024. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan siswa cukup tinggi, dimana nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasinya yaitu $10,88 > 1,024$. Dari data yang disajikan diatas terlihat jelas bahwa rata-rata nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi. Standar deviasi merupakan cerminan dari rata-rata penyimpangan data dari mean. Standar deviasi dapat menggambarkan seberapa besar variasi data, dimana jika nilai standar deviasi lebih besar dari nilai mean berarti nilai mean merupakan *refresentasi* yang buruk dari keseluruhan data. Begitu sebaliknya jika nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai mean berarti nilai mean merupakan *refresentasi* yang baik dari keseluruhan data.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan suatu kuesiner. Uji ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor tiap butir kuesioner dengan skor

totalnya. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka akan semakin tinggi pula ketepatan alat ukur tersebut mengenai sasaran. Uji validitas menurut Sugiyono (2016, 176) suatu instrument dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Tabel. 4 Uji Validitas

Variabel	rhitung	rtabel	keterangan
X1	0.327	0.2787	Valid
X2	0.325		Valid
X3	0.287		Valid
X4	0.424		Valid
X5	0.290		Valid
X6	0.417		Valid
X7	0.325		Valid
X8	0.545		Valid
X9	0.299		Valid
X10	0.302		Valid

Data SPSSdiolah, 2022

Dari tabel. 3 hasil uji validitas data diatas dapat diketahui nilai *Pearseon Corelation* pada variabel pelayanan prima (X) diatas dengan nilai r_{tabel} yakni 0.2787 dan nilai signifikansi sebesar 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa data yang disajikan valid.

Uji Reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner atau angket dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang sampel terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Umar, 2002, 120). Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha*. Pengujian *cronbach alpha* digunakan untuk mengetahui tingkat kehandalan (reliabilitas) dari masing-masing kuesioner. Apabila niainya lebih besar dari r_{tabel} maka hal ini mengidentifikasi bahwa semakin tinggi pula nilai konsistensi kehandalannya (reliabel). Dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* adalah di atas 0,5 Sugiyono (2009:235) dalam (Syafri, 2019).

Dari hasil uji statistik menggunakan SPSS maka diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,566 yang berarti nilainya lebih besar dari syarat minimal reliability sebesar 0,5 dimana hasilnya menunjukkan $0,566 > 0,5$. Hal ini mengidentifikasi bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan handal serta dapat digunakan untuk proses selanjutnya

Tabel. 5 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,566	14

Sumber: Data SPSS, 2022

Uji Linearitas Sederhana. Uji regresi linear sederhana menurut Sugiyono (2016, p261) dalam (Suadmodjo, 2017) menyatakan bahwa regresi sederhana di dasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dengan dasar pengambiak keputusan dengan dua cara yaitu dengan perbandingan nilai sig dengan nilai probabilitas, dan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel.

Perbandingan nilai sig dengan nilai probabilitas (nilai probabilitas = 0,05)

1. Jika nilai sig < nilai probabilitas, artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai sig > nilai probabilitas, artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Perbandingan nilai t hitung dengan nilai t tabel

1. Jika nilai t hitung > t tabel, maka artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel. 6 Hasil Pengolahan Data

Variabel Regresi	Koefisien	t_{hitung}	Sig	Keterangan
Konstanta	2,137			
X1	-0,092	-0,604	0,550	Tidak Sigmifikan
X2	0,004	0,024	0,981	Tidak Sigmifikan
X3	0,357	1,959	0,058	Tidak Sigmifikan
X4	0,116	0,740	0,464	Signifikan
X5	0,033	0,233	0,817	Tidak Sigmifikan
X6	0,081	0,509	0,614	Tidak Sigmifikan
X7	-0,068	-0,433	0,667	Tidak Sigmifikan
X8	0,332	1,783	0,083	Signifikan
X9	-0,188	-1,175	0,247	Signifikan
X10	-0,244	-1,770	0,085	Signifikan
t_{tabel}	= 1.67866			
R	= 0.623			
R Square	= 0.388			
Adjust R Square	= 0.222			
a. Dependent Variable: Kepuasan siswa				

Sumer: data SPSS diolah, 2022

Menurut (Syafрил & Huda, 2015), dari hasil uji regresi sederhana diatas dapat dibuat persamaan linear penelitian ini adalah $Y=2.137-0,092X_1 + 0,004X_2 + 0,357X_3 + 0,116X_4 + 0.033X_5 + 0,081X_6 - 0,068X_7 + 0,332X_8 - 0,188X_9 - 0,244X_{10} + e$.

Dari hasil melakukan pengujian dengan alat ukur statistik SPSS versi 23 dierleh hasil sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0.623 atau 62,3% adalah koefisien korelasi ganda yang menunjukkan tingkat hubungan antara variabel bebas Kecekatan Pelayanan (X1), Proses Pembelajaran Mudah Dipahami Siswa (X2), Tentor Intens Terhadap Siswa (X3), Komunikasi Yang Baik Antara Tentor dan Siswa (X4), Ruang Belajar Bersih dan Nyaman (X5), Pembelajaran Sesuai Dengan Kurikulum (X6), Pendidikan. Membantu Mendidik Attitude Siswa (X7), Kompeten Dalam Menyampaikan Materi (X8), Peningkatan Nilai Siswa Di Sekolah (X9), Administrasi Mudah dan Murah (X10) dengan Kepuasan Siswa (Y) dimana nilai korelasi tersebut menunjukkan tingkat hubungan sangat tinggi karena nilainya berada diantara 0.600-0.7999 menurut tabel, 6 dibawah ini:

Tabel .7 Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0.800 – 1.000	Sangat Tinggi
2	0.600 – 0.799	Tinggi
3	0.400 – 0.599	Sedang
4	0.200 – 0,399	Rendah
5	0.000 – 0.199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyno (2010: 231)

2. Nilai R Square sebesar 0.388 adalah R kuadrat, yang menunjukkan bahwa variabel independen yang diambil dalam penelitian ini memiliki angka hubungan dengan variabel independen sebesar 38,8% sehingga selebihnya sebesar 61,2% adalah variabel-variabel lain yang tidak dikemukakan dalam penelitian ini.

3. Adjust R Square model regresi ini adalah sebesar 0,222 yang menunjukkan bahwa variasi atau naik turunnya variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh variabel independen (X) adalah sebesar = 22,2% yang berkorelasi positif.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa faktor Komunikasi Yang Baik Antara Tutor dan Siswa (X4), Kompeten Dalam Menyampaikan Materi (X8), Peningkatan Nilai Siswa Di Sekolah (X9), Administrasi Mudah dan Murah (X10) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Siswa bimbingan belajar Mentari Cerdas Banjarmasin. Sedangkan faktor Kecekatan Pelayanan (X1), Proses Pembelajaran Mudah Dipahami Siswa (X2), Tutor Intens Terhadap Siswa (X3 Belajar Bersih dan Nyaman (X5), Pembelajaran Sesuai Dengan Kurikulum (X6), Pendidikan. Membantu Mendidik Attitude Siswa (X7), tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Siswa bimbingan belajar Mentari Cerdas Banjarmasin. Hal ini sesuai dengan karakteristik responden yang sebagian besar merupakan anak-anak yang masih menempuh pendidikan dasar mulai dari SD, SMP dan SMA. Hal ini juga dapat dilihat dari deskriptif demografi responden yang masih berusia anak-anak mulai dari umur 6 tahun sampai dengan 18 tahun yang proses pengambilan keputusannya mengikuti bimbingan belajar tentu masih atas arahan dari orang tuanya.

Daftar Pustaka

- Asih, N. S. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singgaraja. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 1-9.
- Dahlan, A. dkk. (1995). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Daryanto., & Setyobudi, I. (2014). Konsumen Dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). Prilaku Konsumen (sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Deepublish.
- Indonesia, B. (2010). *Pola Pembiayaan Usaha Kecil (PPUK) Komoditas Jasa Bimbingan Belajar*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Iqbal, M. (2007). Pelayanan Yang Memuaskan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kountur, Ronny, 2009, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Edisi Revisi, Penerbit PPM, Jakarta
- Khaliq, R. (2019, Juni 29). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Banjarmasin Kalimantan Selatan. (I. Surakarta, Penyunt.) *Jurnal Relevance*, 2, 177-188.
- Kotler, Philip. (2005) Manajemen pemasaran jilid 1 (11th ed.) (Benyamin Molan, Trans.). Jakarta, Indonesia: PT. Indeks.
- Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz. (2004). Service marketing 5th edition people, technology, strategy. New York : Pearson.
- Mulyono, S. (2019, Desember). Analisis Kualitas Harga, Fasilitas, Customer Loyalty Terhadap Kepuasan Pasien Rawan Jalan Rumah Sakit Medika Permata Hijau Jakarta. (I. Surakarta, Penyunt.) *Jurnal Relevan*, 241-250.
- Nofirza, & Indrayani. (2011). Aplikasi Metode Kano Dalam Analisis Indikator Kualitas Pelayanan di Rumah Sakit Arifin Ahmad Pekanbaru. *Jurnal*, 9, 1-8.
- Othman, A., & Owen, L. (2001). The Multi Dimensionality of Carter Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4), 1-12.
- Parasuraman, Anantharanthan, Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Perceived Service Quality as A Customer-Based Performance Measure: An Empirical Examination of Organizational Barriers Using an Extended Service Quality Model. *Human resource management*, 30(3), 335-364.

- Parasuraman, Ananthanarayanan, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of marketing*, 58(1), 111–124.
- Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.ksks,
- Rizal, M., & Paujiah, S. (2018, Maret). Strategi Pemasaan Pada Lembaga Bimbingan Belajar Go Smart Banjarbaru. (S. P. Setia, Penyunt.) *Jurnal Ilmu Ekonomi Bisnis*, 77-86.
- Suadmodjo, F. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Zybricx Coffe & Cantina. *Jurnal Agora*, 5.
- Sugiyono, 1999, *Statistik Untuk Penelitian*, Cetkan 2, PT Alfabeta, Bandung
- _____, 2009, *Manajemen Keuangan Untuk Praktisi Keuangan*, Grassindo, Jakarta
- _____, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung
- Schiffman, Leon, & Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Perilaku konsumen*. PT Indeks, Jakarta
- Syafril. (2019). *Mengapa Memilih Pembiayaan Bank Syariah* (1 ed., Vol. 1). (Q. Media, Penyunt.) Banjarmasin, South Kalimantan, Banjarmasin: Penerbit Qiara Media.
- Syafril, & Huda, N. (2015, Oktober). Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin. (JWM, Penyunt.) *Jurnal Wawsan Manajemen*, 3, 257-268.
- Tho'in, Y. A. (2018). Meningkatkan Loyalitas Mahasiswa Melalui Service Performance. *Jurnal Relevance*, 107-118.
- Umam, K., & Hisyam, F. (2017). Peran Buzz Marketing Dalam Menjaring Siswa Baru di Bimbingan Belajar Alumni Jogja. *Diskusi Panale Pendidikan Kewirausahaan* (hal. 216-227). Jakarta: LPPM Universitas Indraprasta PGRI Jakarta.
- Umar, H, 2008, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. PT Grafindo Persada, Jakarta
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Simon and Schuster.