

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MEMBER ENGLISH INSTITUTE PARE KEDIRI DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABLE MODERASI

<sup>1</sup>Arin Nurrohmah F, Ujang Syahrul, Heru Sutapa  
Program Studi Manajemen, Universitas Islam Kediri  
Email: [arin.nf16@gmail.com](mailto:arin.nf16@gmail.com)

### ABSTRAK

Mutu pendidikan diharapkan dapat berkualitas, akan tetapi fenomena yang dialami saat ini pendidikan masih belum mampu menunjang kualitas pendidikan. Meskipun usaha dalam memperbaiki Pendidikan sudah mulai meningkat dengan dibangunnya sekolah-sekolah dan bimbingan belajar di daerah-daerah untuk menunjang Pendidikan. Salah satu penunjang pendidikan di Indonesia terciptanya kampung yang disebut Kampung Inggris.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk (X1), pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap Kepuasan member (Y) Pada LKP English Institute Pare Kediri. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* berupa *Accidental sampling* sebanyak 80 responden LKP English Institute Pare Kediri. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka, sedangkan analisis yang digunakan program software SPSS versi 16.0.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda  $Y = 595 + 381X_1 + 262X_2 + .335X_3 + 1.534$  kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan member dengan nilai Sig t  $0,000 < 0,05$ . Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan member dengan nilai Sig t  $0,000 < 0,05$ . Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan member dengan nilai Sig t  $0,000 < 0,05$ . Kualitas produk, pelayanan dan harga berpengaruh sama-sama terhadap kepuasan member dengan nilai Sig. F  $0,000 < 0,05$ .

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Member

### ABSTRACT

*The quality of education is expected to be of high quality, however the phenomenon currently being experienced by education is still not able to support the quality of education. Although efforts to improve education have begun to increase with the construction of schools and tutoring in areas to support education. One of the supports for education in Indonesia is the creation of villages called English Villages.*

*This research aims to determine the effect of product quality (X1), service (X2) and price (X3) on member satisfaction (Y) at the LKP English Institute Pare Kediri. Using a quantitative approach, the sampling technique used a non-probability sampling method in the*

### Article History

Received: Desember 2024  
Reviewed: Desember 2024  
Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 77  
DOI : Prefix DOI :  
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author  
Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*form of accidental sampling of 80 LKP English Institute Pare Kediri respondents. Data collection techniques included observation, interviews, questionnaires and literature studies, while the SPSS software program version 16.0 was used for analysis.*

*The data analysis techniques used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test (partial), F test (simultaneous), and coefficient of determination. The research results showed that the multiple linear regression equation  $Y = 595 + 381X_1 + 262X_2 + .335X_3 + 1.534$  product quality had a significant effect on member satisfaction with a Sig t value of  $0.000 < 0.05$ . Service has a significant effect on member satisfaction with a Sig t value of  $0.000 < 0.05$ . Price has a significant effect on member satisfaction with a Sig t value of  $0.000 < 0.05$ . Product quality, service and price equally influence member satisfaction with the Sig value.  $F 0.000 < 0.05$ .*

*Keywords: Product Quality, Service, Price and Member Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Mutu pendidikan diharapkan dapat berkualitas, akan tetapi fenomena yang dialami saat ini pendidikan masih belum mampu menunjang kualitas pendidikan. Meskipun usaha dalam memperbaiki Pendidikan sudah mulai meningkat dengan dibangunnya sekolah-sekolah dan bimbingan belajar di daerah-daerah untuk menunjang Pendidikan. Salah satu penunjang pendidikan di Indonesia terciptanya kampung yang disebut Kampung Inggris yang hanya mempelajari ilmu dibidang Bahasa Inggris. Meski Bahasa Inggris bukan bahasa yang paling banyak digunakan di dunia, tetapi bahasa tersebut merupakan bahasa resmi di 53 negara dan merupakan bahasa pertama yang digunakan oleh 400 juta orang di seluruh dunia.

Keunggulan di bidang Bahasa Inggris juga dapat membantu untuk mempermudah kita mencari pekerjaan. Daya saing yang sangat ketat, banyak pula perusahaan yang mewajibkan karyawannya mahir di bidang bahasa tersebut. Bahasa Inggris dapat mempermudah dan meningkatkan peluang kita untuk memperoleh suatu pekerjaan, baik itu perusahaan multinasional di negara sendiri atau perusahaan di Luar Negeri. Bahasa Internasional ini juga dapat sebagai jembatan komunikasi antara pedagang dengan para *customer*. Dengan begitu, bisnis pun akan jauh lebih mudah untuk dijalankan dan dipasarkan baik di dalam negeri maupun di berbagai penjuru dunia.

Kepuasan pelanggan adalah ungkapan rasa senang dari seorang pelanggan yang telah merasakan hasil dari suatu produk atau jasa. Menurut (Kotler, Philip, and Keller 2018:138), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat merasa puas. Variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah kualitas produk.

Kualitas produk merupakan salah satu 2ariab yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu 2ariab penting yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa.

Ernawati (2019:3) menjelaskan, kualitas produk adalah suatu variabel penting yang mempengaruhi keputusan dan kepuasan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk akan semakin meningkat pelanggan yang menginginkan produk tersebut. Selain kualitas produk, pelayanan dan harga juga merupakan variabel pendukung untuk menjadikan dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan pada pelanggan sesuai dengan kebutuhan

dan keinginannya. Dzikra (2020) juga menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu system yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Selain pelayanan, harga juga merupakan 3variable pendukung untuk menjadikan dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Harga merupakan jumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen demi mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. (Kotler and Amstrong 2018) menjelaskan, harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga merupakan sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

English Institute adalah salah satu Lembaga yang ada di kampung Inggris. Lembaga ini adalah institusi yang menyediakan beberapa program belajar *offline* maupun *online* seperti program *grammar*, *speaking* dan *toefl*. Selain itu, English Institute juga menyediakan program khusus seperti kelas privat maupun program liburan. Lembaga kami juga menyediakan berbagai fasilitas dan pelayanan khusus untuk member. Seperti, penjemputan via stasiun dan bandara. Sedangkan fasilitas yang kami sediakan adalah asrama, buku panduan belajar, *main class* dan *additional class*. Penelitian ini dilakukan pada English Institute yang bergerak di bidang pendidikan, maka institusi ini perlu menerapkan kualitas produk yang baik serta pelayanan untuk meningkatkan kepuasan member yang sedang belajar di English Institute. Beberapa kendala yang di hadapi English Institute adalah terkait kualitas produk dikarenakan banyaknya permintaan peserta yang tidak sesuai dengan yang sudah disediakan oleh lembaga, seperti masalah asrama dan program belajar, itu semua disebabkan karena beberapa peserta yang datang tanpa konfirmasi dan kroscek kepada admin lembaga maupun datang ke *office* terlebih dahulu.

Permasalahan selanjutnya yaitu terkait kualitas pelayanan yang sering terjadi di lembaga ini. Member merasa kurang puas dengan pelayanan yang disediakan terkait penjemputan kedatangan peserta via stasiun dan bandara yang sering terlambat dan tidak tepat waktu, maka dari itu member merasa tidak nyaman dan juga disertai rasa cemas dan merasa takut. Hal tersebut yang membuat member jera dan tidak ingin datang kembali ke lembaga tersebut untuk belajar, dikarenakan banyak peserta yang datang dari seluruh pelosok Indonesia.

Peneliti terdahulu menjelaskan hasil dari penelitiannya yang sudah terselesaikan seperti, (Hendrawati, Rahadhini, and Triastity 2017:7) menjelaskan, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Omah Wedangan Mojosongo Surakarta. Berarti pelayanan mampu meningkatkan kepuasan konsumen, hal ini disebabkan karena pelayanan yang cepat dari karyawan. (Maramis, Sepang, and Soegoto 2018) juga menerangkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado dapat diterima. Mahira dkk (2021:14) menjelaskan Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan Indihome yang meliputi keandalan, responsibilitas, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki pengaruh signifikan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Perbedaan yang signifikan dari peneliti terdahulu dan penelitian yang akan kami laksanakan adalah pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kami masing-masing. Seperti, terlengkapinya seluruh fasilitas yang kami sediakan, kemudian beberapa produk yang kami berikan kepada pelanggan dan juga ketersediaan tutor pendamping untuk melayani member di lembaga English Institute selama 24 jam.

Kualitas produk, pelayanan dan Harga merupakan variabel yang sangat mendukung akan terjadinya kepuasan member. Apabila ketiga variabel ini dijalankan secara bersamaan, maka dapat di pastikan sebuah perusahaan dapat memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik serta dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti mengambil judul **"Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Member English Institute Pare Kediri Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi"**  
**INDIKATOR KUALITAS PRODUK**

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Kualitas mencerminkan dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Sopiah & Sangadji (2016:80) menjelaskan bahwa kualitas produk terdiri dari berbagai indikator, diantaranya.

1. Kinerja (*Performance*), merupakan elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi pelanggan.
2. Keandalan (*Reliabilitas*), merupakan daya tahan produk selama di gunakan.
3. Fitur (*Feature*), merupakan fungsi-fungsi sekunder yang dimasukkan dalam produk.
4. Daya Tahan (*Durability*), menunjukkan suatu pengukuran dalam siklus produk, baik secara teknis maupun waktu.
5. Konsisten, menunjukan seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi standar atau spesifikasi tertentu.
6. Desain, merupakan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

## INDIKATOR PELAYANAN

Antonius Along (2020:98) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki lima indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)  
*Reliability* adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Indikator pelayanan untuk dimensi *reliability* yaitu:

- 1) Kecermatan dalam melayani pelanggan.
- 2) Standar pelayanan yang jelas.
- 3) Kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

*Responsiveness* adalah keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan aktif. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *responsiveness* terdiri dari:

- 1) Merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan.
- 2) Perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat dan cermat.
- 3) Perusahaan melayani dalam waktu yang tepat.
- 4) Semua keluhan pelanggan direspon dengan perusahaan.
3. Jaminan (*Assurance*)

*Assurance* adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *assurance*, di antaranya:

- 1) Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pelanggan.
- 2) Perusahaan memberikan jaminan biaya yang sesuai dengan pelayanan.
- 3) Perusahaan memberikan jaminan legalitas.

## 4. Perhatian (*Attention*)

*Attention* adalah kemudahan membangun hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *attention*, di antaranya:

- 1) Pelaku usaha melayani dengan sopan-santun dan ramah.
- 2) Menghargai setiap pelanggan.
- 3) Mendahulukan kepentingan pelanggan.
- 4) Melayani dengan tidak diskriminatif.

## 5. Bukti Langsung (*Tangible*)

*Tangible* adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staf, dan fasilitas komunikasi. Indikator untuk dimensi *tangible*, di antaranya:

- 1) Kemudahan dalam proses pelayanan
- 2) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
- 3) Penampilan dalam melayani pelanggan.

- 4) Kenyamanan tempat penyedia pelayanan.
- 5) Kedisiplinan pelaku bisnis dalam melakukan pelayanan.
- 6) Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.

## INDIKATOR HARGA

Kotler dan Krisdayanto (2018:2) menjelaskan indikator – indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan Harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target segmen pasar yang dipilih

2. Kesesuaian Harga

Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan financial yang diberikan dalam kaitanya dengan spesifikasi yang berupa kualitas jasa. Harga yang ditawarkan konsumen sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan.

3. Daya Saing Harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata.

4. Keseuaian Harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang telah ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka tawarkan.

## INDIKATOR KEPUASAN PELANGGAN

indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah:

1. Keseuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.

2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.

3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman dan lainnya.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Setyawati et al (2022) menjelaskan, penelitian kuantitatif deskriptif merupakan suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, kejadian, peristiwa dan gejala yang terjadi secara sistematis, factual, serta akurat.

Definisi diatas dapat dijadikan sebagai acuan untuk menarik kesimpulan bahwa penelitian kuantitatif deskriptif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk menghasilkan penemuan yang diperoleh menggunakan prosedur statistik yang dipusatkan pada gejala dengan karakteristik tertentu yang disebut variabel. Sehingga dalam pendekatan obyektif. Penelitian ini memilih lokasi di English Institute Kampung Inggris, lokasi tersebut beralamatkan di Jl. Nusa Indah No 91B, Desa Tulungrejo, Kec. Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64212. Adapun yang menjadi alasan pengambilan objek penelitian tersebut disebabkan oleh faktor temuan permasalahan mengenai kurang optimalnya pelayanan terhadap member di english institute.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Pada uji validitas merupakan pengujian tiap instrumen pada penelitian ini dari segi kevalidan dari masing-masing instrumen yang terdapat dalam tiap pertanyaan yang ada pada kuesioner yang sudah diberikan pada tiap responden Uji validitas digunakan mengukur valid tidaknya suatu kuisisioner (Ghozali dalam Sujarweni 2019). Berikut adalah hasil dari uji validitas:

### Uji Validitas Kualitas Produk

| NO | Variabel | Item | Nilai Korelasi | Probabilitas Korelasi | Standar Uji Validitas | Kesimpulan |
|----|----------|------|----------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 1  |          | X1.1 | 0.856          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |

Sumber: Data diolah SPSS 16 (2023)

|  |                 |      |       |       |      |       |
|--|-----------------|------|-------|-------|------|-------|
|  | Kualitas Produk | X1.2 | 0.896 | 0.000 | 0,05 | Valid |
|  |                 | X1.3 | 0.905 | 0.000 | 0,05 | Valid |
|  |                 | X1.4 | 0.918 | 0.000 | 0,05 | Valid |
|  |                 | X1.5 | 0.905 | 0.000 | 0,05 | Valid |
|  |                 | X1.6 | 0.834 | 0.000 | 0,05 | Valid |

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa tiap item pertanyaan nilai pelayanan signifikansinya  $\leq 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa seluruh item kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Uji Validitas Pelayanan

| NO | Variabel  | Item | Nilai Korelasi | Probabilitas Korelasi | Standar Uji Validitas | Kesimpulan |
|----|-----------|------|----------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 2  | Pelayanan | X2.1 | 0.775          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |           | X2.2 | 0.670          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |           | X2.3 | 0.778          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |           | X2.4 | 0.752          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |           | X2.5 | 0.784          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |           | X2.6 | 0.788          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa tiap item pertanyaan nilai promosi signifikansinya  $\leq 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa seluruh item kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Uji Validitas Harga

| NO | Variabel | Item | Nilai Korelasi | Probabilitas Korelasi | Standar Uji Validitas | Kesimpulan |
|----|----------|------|----------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 3  | Harga    | X3.1 | 0.873          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |          | X3.2 | 0.873          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |          | X3.3 | 0.918          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |          | X3.4 | 0.920          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |          | X3.5 | 0.917          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |
|    |          | X3.6 | 0.791          | 0.000                 | 0,05                  | Valid      |

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa tiap item pertanyaan nilai lokasi signifikansinya  $\leq 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa seluruh item kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Uji Validitas Kepuasan Member

| NO | Variabel | Item |  |  |  | Kesimpulan |
|----|----------|------|--|--|--|------------|
|----|----------|------|--|--|--|------------|

|   |        |    | Nilai Korelasi | Probabilitas Korelasi | Standar Uji Validitas |       |
|---|--------|----|----------------|-----------------------|-----------------------|-------|
| 4 | Member | Y1 | 0.879          | 0.000                 | 0,05                  | Valid |
|   |        | Y2 | 0.882          | 0.000                 | 0,05                  | Valid |
|   |        | Y3 | 0.855          | 0.000                 | 0,05                  | Valid |
|   |        | Y4 | 0.837          | 0.000                 | 0,05                  | Valid |
|   |        | Y5 | 0.921          | 0.000                 | 0,05                  | Valid |
|   |        | Y6 | 0.906          | 0.000                 | 0,05                  | Valid |

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa tiap item pertanyaan nilai kepuasan konsumen signifikansinya  $\leq 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa seluruh item kualitas pelayanan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian untuk lihat seberapa ketetapan jawaban dari pertanyaan yang ada pada kuesioner jika ditanyakan pada saat itu dan dilanjutkan dilain waktu pada orang yang sama. Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Pada penelitian ini, suatu variabel dikatakan reliabel jika berikan nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,7$ . Dari penyebaran kuesioner ke 80 responden dapat diperoleh hasil uji reliabilitas yang terlihat pada tabel 4.9 berikut ini:

### Uji Reliabilitas

| Variabel        | Jumlah Item | <i>Cronbach's Alpha</i> | Standart Uji Reliabilitas | Keterangan |
|-----------------|-------------|-------------------------|---------------------------|------------|
| Kualitas Produk | 6           | 0.945                   | 0.6                       | Reliabel   |
| Pelayanan       | 6           | 0.847                   | 0.6                       | Reliabel   |
| Harga           | 6           | 0.942                   | 0.6                       | Reliabel   |
| Kepuasan Member | 6           | 0.942                   | 0.6                       | Reliabel   |

Sumber: Data diolah SPSS 16 (2023)

Dari hasil uji reliabilitas yang dicantumkan pada tabel 4.9 terlihat bahwa dari masing-masing variabel yaitu variabel kualitas produk, pelayanan, harga dan kepuasan member memiliki *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,70$ . Untuk variabel Kualitas Produk memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,945 , kemudian pelayanan memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,847, selanjutnya Harga *Cronbach's Alpha* sebesar 0,942 dan untuk kepuasan member memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,942. Bisa ditarik kesimpulan bahwa semua pertanyaan yang ada pada setiap variabel pada penelitian ini adalah reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen yang teliti memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal.

#### Uji Normalitas

|                        |                         |
|------------------------|-------------------------|
|                        | Unstandardized Residual |
| N                      | 80                      |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .657                    |

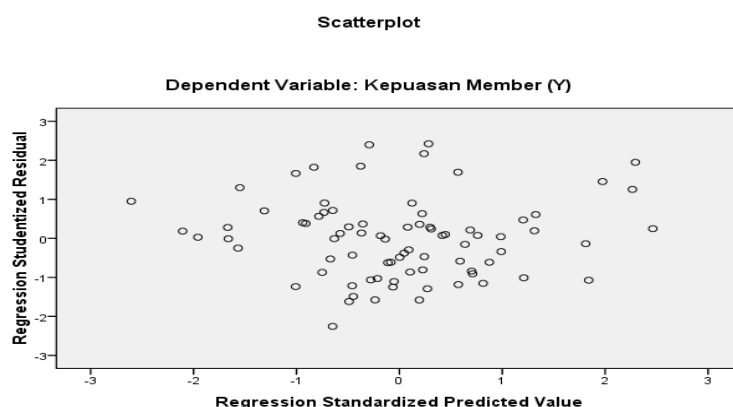
Sumber : Data diolah SPSS 16 (2023)

Tabel diatas menunjukkan hasil analisis uji normalitas terhadap tiga variabel, bagian yang perlu dilihat uji normalitas adalah bagian Asymp.Sig (2-tailed). Apabila nilai signifikan nilai tersebut  $\geq$  taraf signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 atau 5%. Sehingga menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Dan dari hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah sebesar  $0.657 > 0.05$  dan dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

## Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya.

**Gambar 4.11**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data diolah SPSS 16 (2023)

Dalam gambar 4.1 dilihat tidak adanya heteroskedastisitas dalam metode grafik Scatterplot bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas perlu diketahui ada atau tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan antar variabel bebas suatu model.

## Uji Multikolonieritas

|                                            |                      | Collinearity Statistics |       |
|--------------------------------------------|----------------------|-------------------------|-------|
|                                            |                      | Tolerance               | VIF   |
| 1                                          | Kualitas Produk (X1) | 1.000                   | 1.000 |
|                                            | Pelayanan (X2)       | .999                    | 1.001 |
|                                            | Harga (X3)           | .999                    | 1.001 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Member (Y) |                      |                         |       |

Sumber: Data diolah SPSS 16, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 Uji Multikolinieritas dapat dilihat terjadi atau tidak multikolenearitasnya adalah melalui kolom VIF sebagai nilai patokannya adalah  $<10$ , bahwa variabel pelayanan, promosi dan lokasi memiliki nilai *Tolerance* untuk X1 sebesar 1.000, X2 sebesar 0.999 dan X3 sebesar 0.999 yang  $\geq 0,10$  dan VIF untuk X1 sebesar 1.000, X2 sebesar 1.001 dan X3 sebesar 1.001 yang  $\leq 10$ , dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas, hal ini berarti antar variabel independen tidak terjadi korelasi.

## Uji Linearitas

Uji linieritas tujuannya memeriksa apakah hubungan antara dua variabel linier. Menggunakan perhitungan linieritas menentukan prediktor variabel bebas apakah data tersebut berkorelasi linier dengan variabel terikat atau tidak.

## Uji Linieritas

| Variabel        | Signifikan | Keterangan |
|-----------------|------------|------------|
| Kualitas Produk | 0.989      | Linier     |
| Pelayanan       | 0.822      | Linier     |
| Harga           | 0.529      | Linier     |

**Sumber: Data diolah SPSS, 2023**

Berdasarkan tabel 4.13 pada hasil uji linearitas jika nilai signifikan kualitas produk sebesar 0.989, nilai signifikan pelayanan sebesar 0.822 dan nilai signifikan harga sebesar 0.529 yang berarti  $> 0,05$  Artinya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linear (garis lurus).

## 4.2.5 Uji Regresi dengan Variabel moderasi

Analisis regresi moderasi adalah Teknik analisis data statistik yang memasukkan peran variable yang memperlemat atau memperkuat pengaruh variable X terhadap variable Y. Teknik ini merupakan pengembangan dari analisis regresi.

## Tabel Regresi Linier Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                      | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)         | .595                        | 1.354      |                           | .440   | .661 |
| Kualitas Produk (X1) | .381                        | .158       | .386                      | 2.409  | .018 |
| Pelayanan (X2)       | .262                        | .098       | .221                      | 2.675  | .009 |
| Harga (X3)           | .335                        | .154       | .348                      | 2.177  | .033 |
| KP*H                 | 22.893                      | 6.871      | 1.235                     | 3.332  | .005 |
| P*H                  | -19.892                     | 6.832      | -.902                     | -2.912 | .011 |

**Sumber: Data diolah SPSS (2023)**

Berdasarkan tabel 4.14 Uji Regresi Linier Berganda maka dapat di tulis ringkasan persamaan regresi seperti table berikut berikut:

|           | Persamaan 1         | Persamaan 2         |
|-----------|---------------------|---------------------|
|           | Y = Kepuasan member | Y = Kepuasan member |
| Konstanta | .595                | .595                |

|                         |        |         |
|-------------------------|--------|---------|
| Kualitas produk         | .598   | .381    |
| Pelayanan               | .886   | .962    |
| Harga                   | -      | .335    |
| KP*H                    | -      | 22.893  |
| P*H                     | -      | -19.892 |
| F statistic             | 70.378 | 137.928 |
| adjusted R <sup>2</sup> | .800   | .839    |

$$KM = .595 + .598KP_{i,t} + .886P_{i,t}$$

$$KM = .595 + .381KP_{i,t} + .962P_{i,t} + .335H_{i,t} + .22.893KP.H)_{i,t} + .19.892P.H)_{i,t}$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa:

Ha :diterima, karena koefisien kepuasan member naik dari 0,5 ke 0,8 dengan signifikan

Ha :diterima, dikarenakan harga mampu meningkatkan kualitas produk terhadap kepuasan member, disebabkan koefisien arus kas naik dari 0,8 ke 0.9 dan signifikan pada ajusted R2 persamaan 2 lebih besar dari persamaan 1

## Uji Hipotesis

### Uji t (Parsial)

Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang diketahui apakah variabel independen (X) secara individual pengaruhi variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2019).

### Uji t (Parsial)

| Model        | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------|---------------------------|-------|------|
|              | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant) |                           | .440  | .661 |
| TOTAL X1     | .386                      | 2.409 | .018 |
| TOTAL X2     | .221                      | 2.675 | .009 |
| TOTAL X3     | .348                      | 2.177 | .033 |

### Sumber : Data diolah SPSS (2023)

t-table dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df)=n-3-1 atau 80-3-1=76 dengan pengujian dua sisi (signifikansi 0.025) hasil yang diperoleh pada  $t_{\text{tabel}}$  adalah 1.99167. Hasil Uji t pada tabel 4.15 penelitian ini menggunakan *software* SPSS 16 dan hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan member di English Institute Pare Kediri. Berdasarkan hasil perhitungan uji t dapat diketahui bahwa nilai t hitung adalah 2.409 > 1.99394 dengan nilai signifikansi 0,018 < 0.05. berarti H0 ditolak dan Ha diterima.
2. Variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan member English Institute Pare Kediri, Berdasarkan hasil perhitungan uji t dapat diketahui bahwa nilai t hitung adalah 2.675 > 1.99394 dengan nilai signifikansi 0,009 < 0.05. berarti H0 ditolak dan Ha diterima.
3. Variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di AhassSumberagung Motor Plosoklaten Kediri, Berdasarkan hasil perhitungan uji t dapat diketahui bahwa nilai thitung adalah 2.177 > 1.99394 dengan nilai signifikansi 0.033 < 0.05. berarti H0 ditolak dan Ha diterima.

### Uji F (Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan tentukan pengaruh variabel bebas ( $X_1X_2X_3$ ) secara bersama- sama terhadap variabel tidak bebas (Y) (Sujarweni, 2019).

### Uji F (Simultan)

|   | Model      | F       | Sig.              |
|---|------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 137.928 | .000 <sup>a</sup> |
|   | Residual   |         |                   |
|   | Total      |         |                   |

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Uji F merupakan pengujian untuk setiap variabel bebas (X) yang ada pada penelitian, apakah berpengaruh atau tidak secara simultan terhadap variabel terikat (Y) dan seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y) tersebut.  $F_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dan  $n=80$ , diperoleh  $F_{tabel}$  dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, = 5%, dfl (jumlah variabel  $X=3$ ), dan  $df (n-k-1)$  atau  $80-3-1 = 76$  ( $n$  jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel) dan hasil yang diperoleh pada  $F_{tabel}$  adalah 2,72 dari hasil perhitungan uji f dengan menggunakan *software SPSS* hasilnya adalah nilai F-hitung adalah sebesar  $137.928 > 2.72 F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dibawah 0,05 ( $0,000 \leq 0,05$ ) yang artinya variabel kualitas produk, pelayanan dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan member di LKP English Institute Pare Kediri sehingga terbukti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk, pelayanan, dan harga secara bersama-sama atau simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan member berarti ditolak.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisienndeterminasi ( $R^2$ ) merupakan besaran yangitunjukkan besarnya variasi variabelddependen dijelaskan oleh variabel independennya. Dapat dikatakan koefisienndeterminasi ( $R^2$ ) ini digunakan mengukur seberapa jauh variabel-variabelbbebas dalam menerangkan variabelterikatnya (Sujarweni, 2019:164).

### Uji Koefisien Determinasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R Square          |
|-------|-------------------|
| 1     | .919 <sup>a</sup> |

Sumber: Data diolah SPSS 16 (2021)

Koefisien determinasi menunjukan nilai R square sebesar 0,919. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan, promosi dan lokasi) dapat menjelaskan variabel terikat (Kepuasan konsumen) sebesar 91% sedangkan sisanya 9% diterangkan oleh faktor lain.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada LKP English Institute pare kediri yang memfokuskan pada kecakapan dalam berbahasa, pelayanan yang memadai, harga terjangkau dan kepuasan member, maka dapat dikemukakan beberapa hal yang merupakan kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan member, hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh karena kualitas produk yang telah diberikan oleh pengajar dapat disampaikan dengan baik dan mudah difahami, bisa konsisten dan dapat memenuhi harapan dari para member itu sendiri yang menyebabkan adanya rasa kepuasan tersendiri yang telah selesai mempelajari materi yang tersedia. Kualitas produk tersebut juga tidak hanya dari segi daya tanggap dalam hal komunikasi pengajar terhadap apa yang dibutuhkan oleh member, namun bisa juga dari segi kehandalan para pengajar saat menjelaskan materi hingga dapat mudah difahami bagi para member English Institute Pare Kediri.
2. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan member, hasil diatas yang mempengaruhi kualitas produk terhadap kepuasan member adalah perspektif

yang sesuai dengan yang di sediakan oleh pihak lkp, dalam hal ini jenis pelayanan yang dilakukan adalah seperti memberikan fasilitas penjemputan, penyediaan asrama serta belajar tambahan diluar jadwal yang telah ditetpkan oleh lkp. Selain itu pelayanan yang di sediakan oleh staff lkp adalah fasilitas Kesehatan terhadap member yang membutuhkan, hal tersebut dapat memberikan kepuasan terhadap member yang sedang belajar dan stay di English Institute Pare Kediri.

3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan member English Institute. Hal ini dipengaruhi karena dimana harga progam yang telah di tetapkan oleh lkp sangat terjangkau dan ramah di kantong pelajar/mahasiswa. Dengan harga yang terjangkau member tetap mendapatkan fasilitas yang baik termasuk tutor-tutor yang handal dibidangnya.

4. Kualitas produk, pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan member secara simultan. Hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh kualitas produk atau jenis materi yang akan di sampaikan oleh pengajar terhadap member sangat mudah difahami, selain itu pelayanan yang telah diberikan oleh para staff juga bisa konsisten dan dapat memenuhi harapan dari para member itu sendiri yang menyebabkan adanya rasa kepuasan tersendiri bagi para member, serta akses yang mudah juga menjadikan para member semakin memiliki kepuasan terhadap lokasi yang mudah untuk dijangkau oleh calon member English Institute Pare Kediri.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka saran yang diberikan oleh peneliti kepada:

1. Pihak di LKP English Institute Pare Kediri

Diharapkan dapat menciptakan media belajar yang lebih baik guna menarik member lebih banyak serta agar masyarakat sekitar lokasi lebih mengenal lagi LKP English Institute Pare Kediri. Selain itu, juga lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada member. Artinya pelayanan harus di prioritaskan dalam menentukan kebijakan lembaga selanjutnya, karena dengan adanya pelayanan yang baik maka dapat meningkatkan kepuasan member.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dalam penelitian selanjutnya untuk menambah faktor – faktor lain diluar variabel yang digunakan peneliti, yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## REFERENSI

Hendrawati, Diana, Marjam Desma Rahadhini, and Rahayu Triastity. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Modersi." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 17. doi: 10.58413/jmba.v1i1.241.

Ibrahim, Malik, and Sitti Marijam Thawil. 2019. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1):175–82. doi: 10.36226/jrmb.v4i1.251.

Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. Jakarta: London : Pearson Education, 2016 Pearson Education, 2016.

Kotler, P., and Amstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Edisi Ke T. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.

Mahira, Prasetyo Hadi, and Heni Nastiti. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome." *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* 2(1). doi: 10.58217/joce-ip.v15i1.226.

Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L. Sepang, and Agus Supandi Soegoto. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6(3):1658 – 1667. doi: 10.35794/emba.v6i3.20411.

Panjaitan, Ingrid. 2016. "Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan

Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating.” *Media Studi Ekonomi* 19(2).  
Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.  
Woen, Nathaza Gayatry, and Singgih Santoso. 2021. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Normal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen.” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 10(2):146 – 163.