



**ANALISIS PROMOSI, BIAYA PENDIDIKAN, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN
IMPLIKASINYA PADA KEPUTUSAN MEMILIH KEMBALI
(Studi Kasus Lembaga Bimbingan Belajar Amaniyah)**



Putri Pusparina

55120010005

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

**ANALISIS PROMOSI, BIAYA PENDIDIKAN, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN
IMPLIKASINYA PADA KEPUTUSAN MEMILIH KEMBALI
(Studi Kasus Lembaga Bimbingan Belajar Amaniyah)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana Program
Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Putri Pusparina

55120010005

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Promosi, Biaya Pendidikan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasinya pada Keputusan Memilih Kembali (Studi Kasus Bimbingan Belajar Amaniyah)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Putri Pusparina

NIM : 55120010005

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 15 Agustus 2023

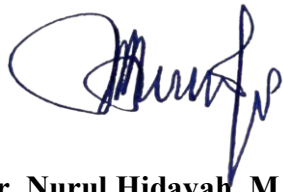
Mengesahkan,

Pembimbing



Dr. Afriapollo Syafarudin, SE, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Promosi, Biaya Pendidikan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasinya pada Keputusan Memilih Kembali (Studi Kasus Bimbingan Belajar Amaniyah)
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Putri Pusparina
NIM : 55120010005
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 15 Agustus 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Studi Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Agustus 2023

A 10,000 Indonesian postage stamp (METERAL TEMPEL) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', 'TEL', 'METERAL TEMPEL', and the serial number '4FB53AKX647053189'.

Putri Pusparina

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Putri Pusparina
NIM : 55120010005
Program Studi : Manajemen Pemasaran

dengan judul “*Analisis Promosi, Biaya Pendidikan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasinya pada Keputusan Memilih Kembali. (Studi Kasus Bimbingan Belajar Amaniyah)*”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 26 Juli 2023, didapatkan nilai persentase sebesar 28%.

Jakarta, 26 Juli 2023
Administrator Turnitin



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Arie Pangudi, A.Md

ABSTRACT

In formal education sector, the decline of education quality directly proportional to the study achievement in some subjects, as distanced learning/ Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) was implemented by the government of Indonesia since the beginning of the pandemic outbreak of Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) hit. These conditions encourage the parent to provide extra lesson outside the school. Tutoring Institute is one of the available solutions to improve students' learning abilities. Several Tutoring Institute are experiencing the increased number of students, including Amaniyah Tutoring Institute. Although there has been growth in the number of enrolled students, several students dropped out in the same period. It takes efforts and the right service marketing strategies, so the parents will always do repurchase intention.



This study evaluates and analyzes promotion, price, and service quality towards customer satisfaction and the implication of the repurchase intension. By census, 168 questionnaires were filled by the parents of Amaniyah Tutoring Institute. The research approach is implemented quantitatively, with correlational design. The analysis technique used in this study is the Structural Equation Model (SEM) by the help of the Smart-PLS 3.0 program.

Result reveals that promotion, tuition fees, and service quality has positive and significant toward customer satisfaction. Promotion and tuition fees have

positive and significant effect toward customer satisfaction, while service quality does not. Promotion and service quality have positive and significant effect toward repurchase intention, while intuition fees do not. Customer satisfaction is also not able to mediate promotion, intuition fees and service quality toward repurchase intention.

Keywords: Promotions, Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intension, Non-Formal Education.



ABSTRAK

Pada sektor pendidikan formal, penurunan kualitas pendidikan berbanding lurus dengan pencapaian pembelajaran di berbagai mata pelajaran, sejak Pelajaran Jarak Jauh (PJJ) diterapkan pemerintah Indonesia pada awal pandemi wabah *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* melanda. Kondisi tersebut mendorong para orang tua siswa untuk memberikan pelajaran tambahan di luar sekolah. Bimbingan belajar adalah salah satu solusi yang tersedia untuk meningkatkan kemampuan belajar siswa. Beberapa bimbingan belajar mengalami peningkatan jumlah siswa, termasuk Bimbingan Belajar Amaniyah. Meskipun terdapat pertumbuhan pada jumlah siswa yang mendaftar, tercatat beberapa siswa mengundurkan diri dalam kurun waktu yang sama. Dibutuhkan usaha dan strategi pemasaran yang tepat agar orang tua siswa selalu melakukan keputusan memilih kembali.



Penelitian ini menganalisis promosi, biaya pendidikan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan implikasinya pada keputusan memilih kembali. Secara sensus 168 survei terisi dengan baik. Pendekatan penelitian dilakukan secara kuantitatif, dengan desain korelasi. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan bantuan aplikasi Smart-PLS 3.0.

Berdasarkan hasil penelitian, promosi dan biaya pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan

berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih kembali. Biaya pendidikan berpengaruh negatif terhadap keputusan memilih kembali. Kepuasan konsumen tidak memediasi promosi, biaya pendidikan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih kembali.

Kata Kunci: Promosi, Biaya Pendidikan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Keputusan Memilih Kembali, Pendidikan Nonformal.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tesis ini dengan judul **“Analisis Promosi, Biaya Pendidikan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasinya pada Keputusan Memilih Kembali (Studi Kasus Bimbingan Belajar Amaniyah)”**. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Afriapollo Syafarudin, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya tesis ini.

Penyusunan tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Penulis berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan proposal tesis ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa, Iqbal Mahmudi, S.I.Kom, imam yang selalu memanjatkan do'a dan memberikan dukungan konstan, baik moral maupun material kepada penulis. Terima kasih atas 21 tahun yang telah kita lalui bersama. Semoga Allah SWT kembali menjadikan kita berpasangan di surga-Nya.
5. Tercinta; A. Gifari dan Almh Nona Kalsum, Alm H. A. Zainuddin dan Hj. Mariam, orang tua yang selalu memberikan yang terbaik kepada penulis, tak hanya materil tetapi juga moril. Semoga Allah SWT mengizinkan kita kembali berkumpul di surga-Nya.

6. Tersayang; Firda Pusparini, S.S, Malia Pusparisa, S.E dan Anisa Pusparika, S.T. Tiada hari yang mendung dan malam yang terlalu panjang ketika dibersamai kalian. Terima kasih telah terlahir di dunia dan selalu menemani penulis, kapan pun, di mana pun. Semoga Allah SWT selalu melindungi kalian, dan menjadikan kita semua penghuni surga.
7. Anita Fransisca Febriyani, *safe zone* yang tidak tergantikan. Semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan pada setiap tarikan nafasmu.
8. Siti Zainur Rahma, S.Psi, Siti Juana Rizqy S.E dan Intan Kamila, terima kasih telah menerima penulis dengan tangan terbuka di dalam keluarga ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kita semua kebahagiaan di dunia dan akhirat.
9. Keluarga besar Bimbingan Belajar Amaniyah; Siti Amaniyah, Amd, Maitis Syarah S.T, Widya Arizka, S.T, Anisa Pusparka, S.T, Yuni Zalfita, S.Pd, dan Wulansari, yang selalu menuntut perbaikan demi perbaikan dalam semua aspek kehidupan. Semoga ilmu yang kita bagikan menjadi pemberat amalan kebaikan saat Yaumul Hisab nanti.

Penulis menyadari penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf atas kesalahan dan kelemahan pada Tesis ini. Semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 15 Agustus 2023

Putri Pusparina. S.I.Kom

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kontribusi Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1.5 Kajian Teori	11
2.1.1 Teori Diskonfirmasi Harapan	11
2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa	12
2.1.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa	14
2.1.3 Promosi	14
2.1.3.1 Pengertian Promosi	15
2.1.3.2 Faktor yang Memengaruhi Promosi	15
2.1.3.3 Indikator Promosi	16
2.1.4 harga (Biaya Pendidikan)	20
2.1.4.1 Pengertian Biaya Pendidikan	20
2.1.4.2 Faktor yang Memengaruhi Biaya Pendidikan	21
2.1.4.3 Dimensi Biaya Pendidikan	24
2.1.5 Kualitas Pelayanan	26
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	26
2.1.5.2 Faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan	27
2.1.5.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	29
2.1.6 Kepuasan Konsumen	31
2.1.6.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	32
2.1.6.2 Faktor yang Memengaruhi Kepuasan	33
2.1.6.3 Strategi Kepuasan Konsumen	37
2.1.6.4 Dimensi Kepuasan Konsumen	39
2.1.7 Keputusan Memilih Kembali	40
2.1.7.1 Pengertian Keputusan Memilih Kembali	41
2.1.7.2 Faktor yang Memengaruhi Keputusan Memilih	

Kembali.....	42
2.1.7.3 Indikator Keputusan Memilih Kembali	45
2.2 Penelitian Terdahulu	46
2.3 Kerangka Pemikiran.....	62
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	62
2.3.2 Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Konsumen	62
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	63
2.3.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Kembali Orang Tua Siswa	63
2.3.5 Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Kembali Orang Tua Siswa	64
2.3.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kembali Orang Tua Siswa	64
2.3.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Kembali Orang Tua Siswa	65
2.3.8 Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen pada Promosi Terhadap Keputusan Memilih Kembali Orang Tua Siswa	65
2.3.9 Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen pada Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Kembali Orang Tua Siswa	66
2.3.10 Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen pada Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kembali Orang Tua Siswa	66
1.6 Hipotesis.....	67
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	69
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	69
3.2.1 Variabel Terikat/ <i>Dependent Variable</i>	70
3.2.2 Variabel Bebas/ <i>Independent Variable</i>	70
3.2.3 Variabel Mediasi	71
3.2.4 Operasional Variabel	71
3.3 Populasi dan Sampel	76
3.3.1 Populasi	76
3.3.2 Sampel	77
3.4 Metode Pengumpulan Data	78
3.4.1 Skala Pengukuran.....	79
3.5 Metode Analisis Data	81
3.5.1 Pengertian <i>Partial Least Square (PLS)</i>	81
3.5.2 Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	81
3.5.3 Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	83
3.5.4 Menguji Mediasi	85

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Perusahaan	87
4.2	Deskripsi Responden.....	96
4.3	Hasil Penelitian	98
4.3.1	Analisis <i>Partial Least Model</i>	98
4.3.1.1	Spesifikasi Model.....	98
4.3.1.2	Evaluasi <i>Outer Model</i>	100
4.3.1.3	Evaluasi <i>Inner Model</i>	114
4.4	Pembahasan	124
4.4.1	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	124
4.4.2	Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Konsumen..	125
4.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	127
4.4.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih.....	128
4.4.5	Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih....	130
4.4.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih..	131
4.4.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Kembali.....	132
4.4.8	Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen pada Promosi Terhadap Keputusan Memilih Kembali.....	133
4.4.9	Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen pada Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Kembali.....	134
4.4.10	Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen pada Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kembali.....	135

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	137
5.2	Saran.....	139
5.2.1	Saran praktis bagi Bimbingan Belajar Amaniyah	139
5.2.2	Saran akademik penelitian selanjutnya.....	142

DAFTAR PUSTAKA	143
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	148
-----------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Siswa Baru Semester Genap Tahun Ajaran 2021-2022	2
Tabel 1.2	Alasan Tidak Memilih Kembali	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3.1	Operasional Variabel	71
Tabel 4.1	Identitas Responden	96
Tabel 4.2	Nilai <i>Loading Factor</i> Evaluasi <i>Outer Model</i>	101
Tabel 4.3	<i>Output Discriminant Validity Cross Loading</i>	104
Tabel 4.4	<i>Output Convergent Validity Cross Loading (Run 2)</i>	106
Tabel 4.5	<i>Output Convergent Validity Cross Loading (Run 3)</i>	108
Tabel 4.6	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	110
Tabel 4.7	<i>Output Discriminant Validity Fornell-Larcker</i>	111
Tabel 4.8	<i>Output Convergent Validity Cross Loading (Final)</i>	112
Tabel 4.9	<i>Output</i> Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	113
Tabel 4.10	<i>Output Discriminant Validity Fornell-Larcker (Final)</i>	114
Tabel 4.11	Nilai f^2	114
Tabel 4.12	Nilai Q^2	115
Tabel 4.13	Nilai <i>VIF Inner Model</i>	115
Tabel 4.14	Nilai <i>SRMR</i> dan <i>NFI</i>	116
Tabel 4.15	Nilai <i>Path Coefficient</i> , Uji <i>t</i> dan Nilai <i>R Square</i>	117
Tabel 4.16	Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Siswa 2019-2022.....	1
Gambar 1.2	Hasil <i>Pra-Survey</i>	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	66
Gambar 4.1	Persebaran Bimbel Ahe.....	91
Gambar 4.2	Diagram Konstruk Model <i>Partial Least Square</i>	99
Gambar 4.3	<i>Outer Model Convergent Validity</i>	101
Gambar 4.4	<i>Outer Model Convergent Validity (Run 2)</i>	105
Gambar 4.5	<i>Outer Model Convergent Validity (Run 3)</i>	107
Gambar 4.6	<i>Outer Model Convergent Validity (Final)</i>	112



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner <i>Pra-Survey</i>	148
Lampiran 2 Hasil <i>Pra-Survey</i>	149
Lampiran 3 Kuesioner Sensus (<i>Offline</i>).....	156
Lampiran 4 Kuesioner Sensus (<i>GForm</i>).....	159
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	176

