



PENGARUH KUALITAS PRODUK JASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIMBEL JOYA DI KOMPLEK KAHURIPAN BOGOR

Octa Ayurika^{1*}, Hastono²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, 15417

*Penulis Korespondensi: oktaayurika@gmail.com, hast_59@yahoo.com

Abstract. *In an increasingly competitive business environment, customer satisfaction is a crucial factor for company success, especially in the educational service industry such as tutoring centers. This study aims to analyze the influence of service product quality and service quality on customer satisfaction at Bimbel Joya in Komplek Kahuripan Bogor. Service product quality, which includes curriculum, teaching materials, and teaching methods, as well as service quality, which covers teacher-student interaction, responsiveness, and facilities, are believed to play a significant role in shaping customer satisfaction. The research employed a quantitative method with an explanatory survey approach. The study population consisted of 615 Bimbel Joya customers in Komplek Kahuripan Bogor in 2023. A sample of 86 respondents was determined using the Slovin formula with a 10% margin of error. Data was collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that service product quality partially has a significant influence on customer satisfaction, evidenced by a significance value of 0.000 (< 0.05) and a t-statistic of 19.764 ($> t$ -table 1.98896). Similarly, service quality also partially has a significant influence on customer satisfaction, with a significance value of 0.000 (< 0.05) and a t-statistic of 30.378 ($> t$ -table 1.98896). Furthermore, service product quality and service quality simultaneously have a significant influence on customer satisfaction, as shown by a significance value of 0.000 (< 0.05) and an F-statistic of 502.503 ($> F$ -table 3.11). These findings suggest that improvements in both service product quality and service quality will directly contribute to increased customer satisfaction at Bimbel Joya.*

Keywords: *Service Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction; Bimbel Joya.*

Abstrak. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial bagi keberhasilan perusahaan, terutama di industri jasa pendidikan seperti bimbingan belajar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk jasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bimbel Joya di Komplek Kahuripan Bogor. Kualitas produk jasa, yang mencakup kurikulum, materi ajar, dan metode pengajaran, serta kualitas pelayanan, yang meliputi interaksi pengajar-siswa, responsivitas, dan fasilitas, diyakini memiliki peran signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan explanatory survey. Populasi penelitian adalah konsumen Bimbel Joya di Komplek Kahuripan Bogor pada tahun 2023, berjumlah 615 konsumen. Sampel diambil menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, menghasilkan 86 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk jasa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan nilai t-hitung 19,764 ($> t$ -tabel 1,98896). Demikian pula, kualitas pelayanan secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan nilai t-hitung 30,378 ($> t$ -tabel 1,98896). Lebih lanjut, kualitas produk jasa dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan nilai F-hitung 502,503 ($> F$ -tabel 3,11). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas produk jasa dan pelayanan akan secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan Bimbel Joya..

Kata kunci: Kualitas Produk Jasa, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Bimbel Joya.

LATAR BELAKANG

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kesuksesan perusahaan. Kepuasan pelanggan tidak

hanya mempengaruhi loyalitas konsumen, tetapi juga menjadi indikator penting dalam menjaga pangsa pasar dan meningkatkan daya saing perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian berulang, memberikan rekomendasi positif, dan memperkuat citra perusahaan di pasar. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat berdampak pada penurunan penjualan, kerusakan reputasi, dan hilangnya kepercayaan pelanggan. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Produk dengan kualitas tinggi, seperti keandalan dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Jika produk memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa puas. Namun, produk yang tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan dapat menyebabkan ketidakpuasan, bahkan memicu keluhan dari pelanggan.

Selain itu, pelayanan yang cepat, ramah, dan tepat waktu sangat mempengaruhi pengalaman pelanggan saat berinteraksi dengan perusahaan. Layanan yang baik dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan, meskipun terdapat masalah pada produk. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat membuat pelanggan enggan kembali, meskipun produk yang ditawarkan berkualitas. Kombinasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan kedua aspek ini dengan baik akan lebih mudah mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Namun, penting untuk memahami sejauh mana kualitas produk dan pelayanan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi.

Dalam konteks ini, penelitian tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dilakukan di Bimbel Joya yang berada di Komplek Kahuripan bogor. Bimbel Joya merupakan lembaga yang menyediakan dan menawarkan jasa untuk membantu para orang tua dalam membimbing dan mengajarkan anak-anak mereka mengenai materi seputar mata pelajaran yang telah diajarkan di sekolah. Adapun lokasi yang strategis, dekat dengan berbagai sekolah dan berada di lingkungan perumahan, menjadikannya pilihan bagi orang tua dan satu-satunya tempat bimbel di area tersebut.

Pada sisi kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan tidak hanya terkait dengan pelayanan yang ramah dan efisien dari Bimbel Joya, tetapi juga dengan interaksi antara pengajar dan siswa yang efektif dalam pembelajaran serta fasilitas yang disediakan. Dari sisi kualitas produk, materi bahan ajar dan metode pengajaran yang digunakan yang menarik dan sesuai materinya yang diajarkan di sekolah dengan memberikan pilihan waktu pada produk yang ditawarkan dalam proses bimbingan dan pendekatan personal kepada siswa yang diajarkan.

Berdasarkan data hasil survei mengenai keluhan yang dirasakan oleh para pelanggan terhadap Bimbel Joya, dari sisi pelayanan secara umum sudah baik, tetapi terdapat kendala pada ketepatan waktu pengajar dalam memulai pelajaran, dengan 22 responden menyatakan adanya keterlambatan akibat faktor seperti kemacetan atau kendala pribadi pengajar. Selain itu, pada produk jasa, terdapat masalah pada fasilitas yang kurang baik dan nyaman, yang diungkapkan oleh 15 responden, disebabkan oleh kerusakan serta keterbatasan dana untuk perbaikan. Maka dapat disimpulkan bahwa meskipun Bimbel Joya telah memberikan kualitas pelayanan dan produk jasa yang cukup baik serta didukung oleh lokasi yang strategis, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti ketepatan waktu pengajar dan kualitas fasilitas.

Dalam upaya mempertahankan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, Bimbel Joya perlu memastikan bahwa kualitas produk jasa yang ditawarkan seperti materi pembelajaran, metode pengajaran, dan hasil belajar siswa selalu memenuhi harapan pelanggan. Di sisi lain, kualitas pelayanan seperti sikap ramah staf, ketepatan jadwal, kebersihan ruang belajar, serta komunikasi dengan orang tua juga menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap lembaga tersebut.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut Hidayat (2019:22) Kualitas Produk adalah menjadi penentu utama yang memiliki pengaruh dalam kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan utama dalam kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi dalam suatu produk. Kualitas produk menjadi tolok ukur sebuah produk terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Laksana (2019:79) yaitu kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh satu pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler et al., (2021), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Hipotesis

Ha1: Terdapat Pengaruh antara Kualitas Produk Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan di Bimbel Joya Kabupaten Bogor

Ha2: Terdapat Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bimbel Joya Kabupaten Bogor

Ha3: Terdapat Pengaruh antara Kualitas Produk Jasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bimbel Joya Kabupaten Bogor

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif melalui *explanatory survey*, Menurut Sugiyono, (2013:13) *explanatory survey* merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi yang diteliti dan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang akan melalui pengujian hipotesis.

Penelitian ini dilakukan di Bimbel Joya beralamat Perum Telaga Kahuripan Komplek Candraloka AA1/3 RT 01/011, Desa Tegal, Kec.Kemang, Bogor, Jawa Barat, 16310. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Bimbel Joya Kabupaten Bogor sama dengan 2023 sebanyak 615. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dengan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel, dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 86.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, menyebar kuesioner, dan dokumentasi kepada pelanggan Bimbel Joya, serta mengumpulkan data sekunder untuk melengkapi penelitian. Kuesioner dalam penelitian ini disusun dengan skala Likert dari 1 hingga 5 (1 = Sangat Tidak Setuju; 5 = Sangat Setuju). Kemudian data yang diperoleh di uji menggunakan program SPSS versi 26 yang

meliputi Uji Instrumen Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear, Uji Koefisien, serta Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,24951581
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,068
	Negative	-,094
Test Statistic		,094
Asymp. Sig. (2-tailed)		,061 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah, SPSS (2025).

Berdasarkan pada tabel di atas, hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikan 0,061 yang menyatakan lebih dari syarat nilai signifikansi 0,05 ($0,061 > 0,05$) maka data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk Jasa	,170	5,893
	Kualitas Pelayanan	,170	5,893

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, SPSS (2025).

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas, menunjukkan nilai tolerance yaitu 0,170 yang menunjukkan lebih besar dari syarat nilai tolerance yaitu 0,100

(0,170 > 0,100) dan nilai VIF sebesar 5,893 yang dimana nilai tersebut kurang dari syarat VIF yaitu 10,00 (5,893 < 10,00) maka data tidak terjadi gejala Multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,961 ^a	,924	,922	2,276	2,285
<i>a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Jasa</i>					
<i>b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan</i>					

Sumber: Data diolah, SPSS (2025).

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, model regresi ini tidak menunjukkan autokorelasi, seperti yang ditunjukkan oleh Durbin-Watson sebesar 2,285 yang berada diantara interval 1,550-2,460 dalam pedoman interpretasi Uji Durbin-Watson.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,536	,722	4,901	,000
	Kualitas Produk Jasa	-,009	,047	-,050	,845
	Kualitas Pelayanan	-,042	,044	-,243	,343
<i>a. Dependent Variable: Abs RES</i>					

Sumber: Data diolah, SPSS (2025).

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, untuk kualitas produk jasa memiliki nilai signifikansi 0,845 dan kualitas pelayanan memiliki 0,343 yang menandakan lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (0,845 > 0,05) dan (0,343 > 0,05) maka dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

PENGARUH KUALITAS PRODUK JASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIMBEL JOYA DI KOMPLEK KAHURIPAN BOGOR

1	(Constant)	3,129	1,115		2,807	,006
	Kualitas Produk Jasa	,201	,072	,205	2,788	,007
	Kualitas Pelayanan	,719	,069	,770	10,468	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Data diolah, SPSS (2025).

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diatas menunjukkan:

- a. Nilai konstanta 3,129 artinya apabila semua variabel independennya dinyatakan konstanta nol, maka nilai kualitas pelayanan sebesar 3,129.
- b. Jika ada penambahan nilai variabel Kualitas Produk jasa dan Kualitas Pelayanan senilai 1 maka akan mempengaruhi nilai Y yaitu Kepuasan pelanggan sebesar $0,201X_1$ dan $0,719X_2$. Yang berarti positif.

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.961 ^a	.924	.922	2.276	.924	502.503	2	83	.000
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Jasa									

Sumber: Data diolah, SPSS (2025).

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikan adalah $< 0,000$ maka dapat dikatakan korelasi antar variabel, dan nilai *R square* yaitu 0,961 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel kualitas produk jasa (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 ^a	.924	.922	2,276
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Jasa.				

Sumber: Data diolah, SPSS (2025).

Berdasarkan hasil pengujian dari data tabel di atas, didapati nilai koefisien *R-Square* (R^2) sebesar 0,961 atau 96,1 % jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel kualitas produk jasa dan kualitas pelayanan sebesar 0,961 (96,1%) dan dipengaruhi variabel lain sebesar 3,9% yaitu harga dan minat beli.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah, SPSS (2025).

a. Pengaruh Kualitas Produk Jasa (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan dari tabel diatas mendapatkan hasil Uji T secara parsial antara Kualitas Produk Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan yang menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,007 < 0,05$) t-hitung sebesar 2,788 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,98896 ($2,788 > 1,98896$), maka H_01 ditolak dan H_{a1} Diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Produk Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan dari tabel diatas mendapatkan hasil Uji T secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan yang menunjukkan nilai signifikan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3,129	1,115		2,807	,006
	Kualitas Produk Jasa	,201	,072	,205	2,788	,007
	Kualitas Pelayanan	,719	,069	,770	10,468	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) t-hitung sebesar 10,468 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,98896 ($10,468 > 1,98896$), maka H_02 ditolak dan H_{a2} Diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5208,198	2	2604,099	502,503	,000 ^b
	Residual	430,127	83	5,182		
	Total	5638,326	85			

a. Dependent Variable: kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Jasa

Sumber: Data diolah, SPSS (2025).

Berdasarkan hasil pengujian dari data diatas, menunjukkan bahwa hasil Uji f antara kualitas produk jasa dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan yang menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) f-hitung sebesar 502,503 lebih besar dari f-tabel yaitu 3,11 ($502,503 > 3,11$), maka H_0 ditolak dan H_a Diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Produk Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, pada uji hipotesis, menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) t-hitung sebesar 19,764 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,98896 ($19,764 > 1,98896$), maka H_0 ditolak dan H_a Diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Produk Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Afnina dan Yulia Hastuti (2018), selain itu juga terdapat penelitian Resti Yulistria et al (2023) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, pada uji hipotesis, menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) t-hitung sebesar 30,378 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,98896 ($30,378 > 1,98896$), maka H_0 ditolak dan H_a Diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ugeng Budi Haryoko et al., (2024), Avantie Sukarsa, Mahnun Mas'adi (2024), adam ramadhan & dede solihin (2024) dan juga penelitian Intan Aulia, Anah Furyanah (2022).

Pengaruh Kualitas Produk Jasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) f-hitung sebesar 502,503 lebih besar dari f-tabel yaitu 3,11 ($502,503 > 3,11$), maka H_0 ditolak dan H_a Diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Produk Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu Ainul Tria Lestari & Khalid Iskandar (2021), Nada Dwi Putri et al., (2021), dan Intan Aulia, Anah Furyanah (2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Produk Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk Jasa yang ditawarkan, seperti materi pembelajaran yang memudahkan pemahaman siswa, kemudahan akses ke layanan bimbingan belajar daring, dan ketersediaan sumber daya tambahan yang bermanfaat, berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Sama halnya dengan Kualitas Produk Jasa, hasil penelitian terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang ditawarkan, seperti kesediaan pengajar meluangkan waktu tambahan, kecepatan respons staf, kesesuaian jadwal dengan kebutuhan siswa, kompetensi profesional, kepedulian terhadap perkembangan siswa, dan perhatian khusus kepada siswa yang mengalami kesulitan belajar juga memperoleh penilaian tinggi, turut memperkuat persepsi positif terhadap kualitas pelayanan. Adapun secara simultan, terdapat pengaruh antara Kualitas Produk Jasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini terlihat dari tanggapan responden yang cenderung positif terhadap berbagai indikator yang mengukur dimensi kualitas produk jasa dan pelayanan.

Walaupun hasil penelitian ini mencerminkan kualitas pelayanan yang sudah baik, penulis merekomendasikan agar Bimbel Joya terus mempertahankan standar layanan tersebut, bahkan terus melakukan perbaikan. Langkah ini penting untuk menjaga loyalitas pelanggan dan memperkuat daya saing lembaga dalam sektor pendidikan non-formal. Pengembangan kualitas produk jasa dan layanan secara berkelanjutan juga dibutuhkan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dalam jangka panjang serta sejalan dengan perubahan kebutuhan dan harapan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Ramadhan, D Solihin (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2024.
- Afina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Aulia, I., & Furrynah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Langit Biru Tangerang. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(2), 136–141. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i2.191>
- Haryoko, U. B., Septiani, F., & Risnalinda, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Coffee Plaza Kampung Kemang. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 3(2), 40-47.
- Hidayat, E. S. (2019). Kinerja pelayanan birokrasi dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(2).
- Herce, M., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 6268-6276.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Indrasari M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. UNITOMO PRESS.
- Jacobis, R. (2013). Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Peserta Jamkesmas Di BLU RSUP Prof. Dr. RD Kandou Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Jayanti, N. D., & Purwanti, S. (2017). Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta. *Journal of Culinary Education and Technology*, 6(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 2.
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Laksana, M. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2).
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Bank BTN cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 3(2), 1-9.

PENGARUH KUALITAS PRODUK JASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIMBEL JOYA DI KOMPLEK KAHURIPAN BOGOR

- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (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).
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727-737
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1).
- Ramadhan, A., & Solihin, D. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 19–26.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sukarsa, A., & Mas'adi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sava Kopi Pamulang. <https://journal.lap4bangsa.org/index.php/jurama/issue/view/9>
- Sundari E, Hanafi E (2023). Manajemen Pemasaran. UIR PRESS.
- Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. Swabumi, 11(1), 13-22.