e-ISSN 2716-294X (media online)
Journal of Applied Management Studies (JAMMS)
Vol. 03 No. 01 Desember 2021:27-41

PENGARUH KUALITAS PROGRAM, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PESERTA PELATIHAN PADA LEMBAGA PELATIHAN *SALIM EXCELLENCE CENTER (SEC)*

Tino Agus Salim[1]
Theresia Pradiani[2]
Fathorrahman[3]

Program Studi Magister Manajemen Institut Teknologi Bisnis dan Asia Malang[1,2,3]

Abstract

Business competition is now a global phenomenon that occurs in the world and in Indonesia. Various regional, national, international companies were established to make economic changes in the country move so fast in this case start-ups. Based on data from the Ministry of Communication and Information of the Republic of Indonesia, in 2019 there were 2,193 start-ups in Indonesia, which grew significantly. Training providers are very important because many companies need to increase the capacity of their staff. Training providers are able to have a direct impact on company needs faster than formal education. Companies tend to choose training providers to train their staff with training programs that fit their needs. This study aims to determine 1) the effect of program quality on training participants' satisfaction; 2) The influence of service quality on the satisfaction of training participants; 3) The effect of price (training costs) on the satisfaction of training participants at the Salim Excellence Center (SEC) Training Provider. This type of research is a quantitative approach. The number of samples in this study were 70 respondents who were training participants at the Training Provider Salim Excellence Center (SEC) according to Slovin's calculations using the Non Probability Sampling technique with Purposive Sampling. This study uses multiple linear regression. The results of this study indicate: 1) The quality of the program has a significant effect on the satisfaction of the training participants; 2) Service quality has a significant effect on training participants' satisfaction; 3) Price (training costs) has no significant effect on the satisfaction of training participants at the Salim Excellence Center (SEC) Training Provider.

Keywords: *Program Quality, Service Quality, Price (Training Fee), Training Participants Satisfaction*

PENDAHULUAN

Bisnis di Indonesia yang semakin menjamur, memacu pengelola bisnis dituntut mampu menyajikan kualitas dan pelayanan terbaik agar berdampak pada kepuasan pengguna maupun konsumen. Kepuasan pelanggan adalah keseluruhan dari sikap terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya. Tjiptono (2000: 90) menurut Samuel (2005: 76) bahwa kepuasan Pelanggan dibentuk oleh 3 indikator, antara lain: 1) Kepuasan pada kualitas produk, 2) Kepuasan

pada harga produk 3) Kepuasan pada pelayanan yang diberikan karyawan.

Lembaga Pelatihan saat ini menjadi sangat penting dikarenakan banyaknya perusahaan yang ingin meningkatkan kapasitas dari staff atau karyawannya. Lembaga pelatihan dapat memberikan impact kepada kebutuhan perusahaan dengan lebih cepat daripada lembaga pendidikan formal. Perusahaan akan cenderung memilih lembaga pelatihan untuk melatih staff atau karyawannya dengan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan tepat sasaran.

Lembaga Pelatihan adalah satu bisnis yang sedang bertumbuh dewasa ini untuk memenuhi kebutuhan sumber daya Indonesia yang nantinya mampu bersaing di dunia pekerjaan yang semakin ketat. Apalagi di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini, lembaga pelatihan juga terdampak karenanya. Agenda yang biasanya penuh, sejak Covid melanda menjadi sepi.

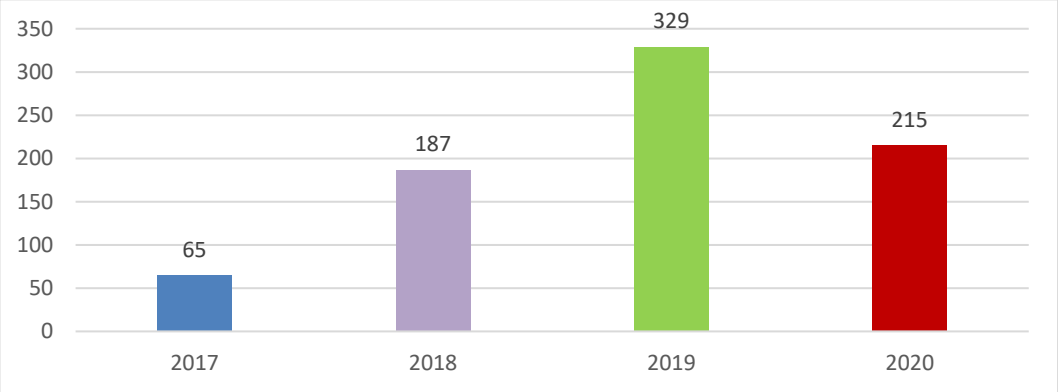
Kepuasan konsumen adalah salah satu tolok ukur kesuksesan bagi perusahaan dalam bidang barang dan jasa dan supaya dapat menjadi pemimpin pasar terutama di bidang pendidikan dan pelatihan. Hal ini sejalan dengan Daniel Dawit dan Temam Nesredin, dkk (2017) yang menyatakan bahwa kepuasan siswa/mahasiswa/peserta didik sangat penting untuk menilai apakah lembaga pendidikan sudah memenuhi misinya atau belum. Kepuasan konsumen atau kepuasan peserta pelatihan dapat dibangun oleh beberapa aspek salah satunya oleh kualitas program. Kualitas program ini adalah kualitas program pelatihan yang diberikan. Kualitas program ini yang menyangkut kualitas materi serta kualitas pelatih (trainer). Aspek lain dari kepuasan peserta pelatihan adanya layanan yang prima untuk memberikan pelayanan sebelum, saat, dan setelah pelatihan berlangsung. Aspek ketiga adalah harga atau investasi pelatihan yang sesuai dengan yang diperoleh oleh peserta pelatihan. Amanatun Khoirina, dkk (2020) menyatakan kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau berpengaruh signifikan kepada kepuasan peserta didik.

Banyak sekali lembaga pelatihan yang ada di Jawa Timur baik yang baru maupun yang sudah lama berdiri. Ada yang sudah berbadan hukum atau ada yang perseorangan dan mengatasnamakan diri pribadi sebagai brand seorang trainer, intruktur, atau pelatih. Beberapa contoh lembaga pelatihan yang sudah lama berdiri adalah Dale Carnegie Training, Business Wisdom Institute, Mandiri Consulting. Namun ada juga trainer yang membranding pribadi atas nama trainernya seperti Anas in Action, Rian Priyo, dan masih banyak lagi. Semua mempunyai spesialisasi dan keunikan masing-masing.

Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC) didirikan pada tahun 2017 di Sidoarjo – Jawa Timur. Salim Excellence Center (SEC) menitikberatkan kepada pendidikan kecakapan hidup, pendidikan keterampilan kerja, serta pendidikan nonformal lainnya. Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC) fokus untuk memberikan pelatihan baik secara in-house (memberikan pelatihan di lembaga, instansi, atau perusahaan secara spesifik) maupun secara public (umum). Industri saat ini membutuhkan lembaga pelatihan yang memiliki kualitas program dan kualitas trainer atau instruktur yang

pakar di bidangnya serta memiliki sertifikasi baik lokal maupun internasional, hal ini sebagai jaminan kepuasan yang diberikan Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC). Keunikan dari SEC adalah mempunyai trainer, instruktur, dan pelatih yang milenial, penyampaian yang menarik, serta ilmu yang aplikatif.

Sejak berdiri, peserta pelatihan Salim Excellence Center (SEC) naik secara signifikan setiap tahun, namun pada tahun 2020, menghadapi permasalahan penurunan jumlah peserta. Masalah ini dikarenakan bencana internasional pandemi covid-19, kondisi ini juga menyebabkan sistem pelatihan tatap muka/luring diubah penyelenggaraannya menjadi daring.



Gambar 1.
Grafik Peserta Pelatihan Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC) mulai tahun 2017 sampai Oktober 2020

Grafik diatas, menunjukkan sudah terdapat kenaikan pada dua tahun pertama yatitu tahun 2017 dan 2018. Pada awal berdiri, Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC) baru mendapatkan peserta pelatihan sejumlah 65 orang. Tahun 2018, peningkatan jumlah peserta pelatihan mencapai 187,6 %. Di tahun 2019 kenaikan mencapai 75,9 % dari tahun sebelumnya dan menjadi tahun terbaik setelah 3 tahun pendiriannya dengan 329 peserta pelatihan.

Pada saat pandemi covid-19 tahun 2020, jumlah peserta pelatihan minus 34,6 %, hal ini dapat dimaklumi karena covid-19 telah banyak menyerang semua aspek bisnis termasuk pelatihan. Pelatihan tetap berjalan, meskipun mengalami penurunan, namun ada beberapa peserta pelatihan dari tahun sebelum yang tetap mempercayakan kebutuhan pelatihan kepada Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC). Hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada peserta, ditemukan peserta yang mengikuti pelatihan kembali dengan program yang berbeda. Alasan perserta melakukan pelatihan kembali, karena peserta senang menemukan penawaran program pelatihan yang berbeda dan kegiatan yang menarikdidukung oleh pemateri yang berkualitas. Biaya yang kompetitif juga salah satu alasan peserta mengikuti pelatihan kembali dengan program yang berbeda.

Kotler dan Keller (2008) menjelaskan mengenai kepuasan yang

merupakan bentuk perasaan senang atau kecewa seseorang yang bisa muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan adalah fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Elliot dan Healy (dalam Muhammad Bakrie, dkk, 2019) konsep dalam kepuasan konsumen dalam bidang pendidikan adalah kepuasan siswa terjadi dari evaluasi pengalaman mereka dari pelayanan pendidikan yang didapatkan. Menurut Khoirina, dkk (2019) proses pembelajaran yang baik adalah pembelajaran yang didukung oleh fasilitas dan pelayanan yang bagus. Fasilitas yang memadai dan layanan yang baik akan mendukung kualitas universitas dan akan memberikan kepuasan kepada para mahasiswa.

Kualitas adalah sebuah kata bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik (Supranto, 2011). Secara kebahasaan dapat diartikan pula sebagai level keunggulan sebuah barang atau jasa dibandingkan dengan yang lain. Tjiptono (2011) menyebutkan bahwa kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas sebuah program pelatihan harus juga mempunyai keunggulan dibandingkan dengan program sejenis yang dimiliki oleh lembaga lain supaya dapat menciptakan kepada kepuasan peserta pelatihan.

Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center mempunyai 10 program pelatihan meliputi: *Public Speaking Workshop, Leadership, Communication, Body Language and Lie Detection, Team Building, Business Coaching, Innovation, Online Marketing, Neuro Linguistic Programming (NLP) Certification, dan Awareness Before Change (ABC) Program,* serta *customized training program.*

Pemateri/pelatih/instruktur/trainer tetap yang berjumlah lima orang serta trainer freelancer berjumlah lima orang dan telah mempunyai sertifikasi baik nasional maupun internasional, menjadikan program-program pelatihan yang ditawarkan menjadi berkualitas.

Kualitas pelayanan juga menjadi fokus utama, 24 *hours turn around time* menjadi motto guma memberi pelayana yang tepat dan cepat kepada calon peserta pelatihan/client. Contoh riil adalah ketika calon kilen menghubungi dan meminta proposal, maka karyawan/admin kami harus mengerjakannya dan mengirimkannya kepada calon klien tersebut tidak lebih dari 24 jam sejak calon kilen menghubungi. Berdasarkan contoh kasus di atas, peneliti menganggap perlu untuk mengangkat fenomena ini untuk diteliti apakah kualitas dan macam kualitas program serta pelayanan dari karyawan/admin sudah memenuhi kepuasan yang diinginkan oleh klien atau peserta pelatihan di Salim Excellence Center.

Zeithaml (dalam Shahzadi Saima Saleem, dkk, 2017) menyatakan bahwa harga dalam pandangan pelanggan adalah persepsi untuk melepaskan sesuatu untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu. Agar tujuan tercapai, untuk itu setiap perusahaan harus memiliki upaya menghasilkan dan menyampaikan barang/jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas *(reasonable).* Harga *(price)* adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau

menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler, 2008).

Menurut Tjiptono (2003), kepuasan pelanggan dapat menciptakan beberapa keuntungan seperti hubungan baik antara pemilik bisnis dan pelanggan, membuat pelanggan menjadi loyal dan memilih barang atau jasa kita, serta memberikan rekomendasi mulut ke mulut kepada orang lain. Serta Supranto (2001) berpendapat guna memenangkan persaingan bisnis, sebuah perusahaan harus bisa memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan barang atau jasa yang lebih baik mutunya, harganya lebih masuk akal, penyerahan produk atau penyelenggaraan jasa yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya. Hal ini sesuai yang dikemukakan Za'faran Hassan, dkk (2015) bahwa pendidikan sudah menjadi bisnis yang sangat besar. Hal ini menyebabkan kompetisi yang sangat ketat di bidang penelitian dan inovasi. Lembaga pendidikan diharapkan mampu untuk memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas tinggi supaya tetap relevan.

Rumusan Masalah

Beberapa masalah yang dirumuskan adalah apakah kualitas program, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh postif dan signifikan terhadap kepuasan pada peserta pelatihan Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC).

Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan terhadap pelanggan Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC) ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas program, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada peserta pelatihan Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC)

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Program

Kualitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online (2019), kualitas adalah tingkat baik atau buruknya sesuatu. Kualitas juga dapat mengukur tingkat baik atau buruknya sebuah barang atau jasa. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah barang atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian *(conformance quality)*. Jasa atau layanan dikatakan intangible menurut Kotler dalam Tjiptono dan Chandra (2011) bahwa setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan suatu kepemilikan. Di lain pihak kualitas juga bisa dilihat dari sisi pelanggan, seperti yang didefinisikan oleh *American Society for Quality Control* yang dikutip Kotler (2001: 282) bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri atau sifat dari suatu barang atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Program

Program dalam dunia pendidikan di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online (2019) bermakna rancangan sistem persekolahan yang hanya mempersiapkan sejumlah mata pelajaran yang diperuntukkan bagi siswa yang ingin melanjutkan studi. Program dalam penelitian ini adalah

pelatihan (training). Pelatihan (Training) menurut PP no. 101 tahun 2010 adalah proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan tata cara sistematis dan terorganisir dengan maksud agar pegawai dapat mempelajari pengetahuan dan keterampilan untuk suatu tujuan yang ditentukan. Pendidikan dan pelatihan (diklat) adalah merupakan upaya mengambangkan sumber daya manusia terutama untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan kepribadian manusia (Soekidjo Notoatmodjo, 2003:28). Menurut Aguinis dan Kraiger (2009) dalam Felicia (2018), pelatihan didefinisikan sebagai sebuah pendekatan yang sistematis terhadap dampak peningkatan pengetahuan, keterampilan dan sikap *(Knowledge, Skill and Attitude)* untuk dapat meningkatkan kualitas baik individu maupun organisasi. Senada dengan yang diungkapkan oleh Kasmir (2016) dalam Basri, Susanto, Kenedi (2020) yang mengatakan bahwa pelatihan merupakan sebuah proses untuk meningkatkan peserta pelatihan dengan keahlian, kemampuan, pengetahuan, serta perilakunya. Notoatmodjo (2008) menambahkan bahwa pendidikan dan pelatihan (diklat) dalam suatu organisasi sebagai upaya untuk pengembangan sumber daya manusia adalah siklus yang harus terjadi terus menerus. Hal ini terjadi karena organisasi itu harus berkembang untuk mengantisipasi perubahan-perubahan diluar organisasi itu.

Program Pelatihan

Pelatihan adalah suatu proses yang cukup singkat untuk mengajarkan individu atau kelompok dengan tujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Supaya program pelatihan tersebut berjalan dengan fungsinya, menurut Mangkunegara (2011) dalam Felicia (2018) serta Mangkunegara (2014) dalam Basri, Susanto, dan Kenedi (2020) bahwa pelatihan harus mempunyai indikator sebagai berikut:

1) Instruktur;
2) Peserta;
3) Materi;
4) Metode;
5) Tujuan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Blery, dkk (2009), mendefinisikan bahwa kualitas jasa sebagai penilaian menyeluruh yaitu keseluruhan evaluasi dari pelanggan terhadap jasa. Kotler dan Keller (2008: 136) menyatakan bahwa konsumen menciptakan harapan-harapan jasa dari pengalaman masa lalu, komunikasi *word of mouth*, dan iklan. Menurut Kotler (2001: 112) ada lima dimensi yang digunakan pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan yaitu:

1) Bukti Fisik *(Tangible)*;
2) Keandalan *(Reliability)*;
3) Ketanggapan *(Responsiveness)*;
4) Kepastian *(Assurance)*;
5) Empati *(Empathy)*.

Harga

Kotler dan Armstrong (2006) berpendapat harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Dari tiga pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Zeithaml dan Bitner (1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur juga dari harga yang telah dibayarkan. Berdasarkan

dari pendapat Stanton (1998) ada empat indikator antara lain:
1) Keterjangkauan harga;
2) Kesesuaian harga dengan kualitas;
3) Daya saing harga;
4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

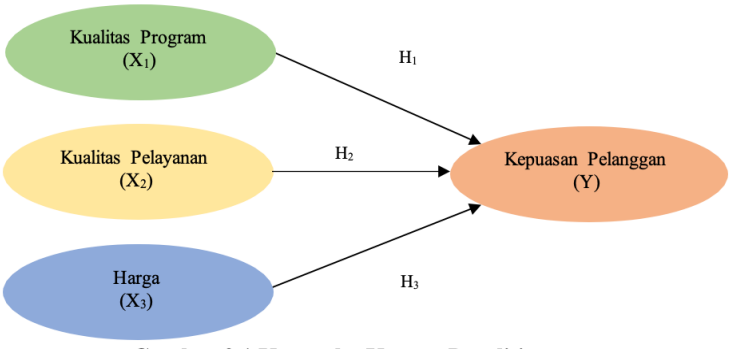
Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasuraman, dkk (1985) kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap pengalaman pelayanan yang dialaminya. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Dan kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan juga ditentukan oleh kualitas produk, nilai, harga dan faktor- faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat, (Irawan, 2008: 37). Irawan (2009) dalam Titim Nurlia (2019) menjelaskan ada lima faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:
1) Kualitas Produk *(Product Quality)*;
2) Kualitas Pelayanan *(Service Quality)*;
3) Harga *(Price)*;
4) Faktor Emosional *(Emotional Factor)*;
5) Kemudahan *(Efficiency)*.

Kerangka Konsep dan Hipotesis

Kerangka Konsep

Berikut kerangka konsep pada penelitian ini.



Gambar 2.
Kerangka Konsep Penelitan

Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Diduga kualitas program berpengaruh postif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan/peserta pelatihan di lembaga pelatihan Salim Excellence Center.

H2: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan/peserta pelatihan di lembaga pelatihan Salim Excellence Center.

H3: Diduga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan/peserta pelatihan di lembaga pelatihan Salim Excellence Center

METODE PENELITIAN

Tempat dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilaksanakan pada pelanggan (peserta pelatihan) Lembaga Pelatihan *Salim Excellence Center (SEC)* yang

berlokasi di Perum Taman Pinang Indah Blok G1 no. 12A Sidoarjo, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan pada Bulan Februari – Maret 2021.

Definisi Operasional Variabel

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Program (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3). Variabel ini disebut dengan variabel stimulus, predicator, antecedent.

1) Variabel kualitas program (X1) diukur oleh 5 inidikator, yaitu: instruktur, peserta, materi, metode, dan tujuan.
2) Variabel kualiats pelayanan (X2) diukur oleh 5 indikator, yaitu: bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), kepastian (assurance), empati (empathy).
3) Variabel harga (X3) diukur oleh 4 indikator, yaitu: keterjankauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.
4) Variabel kepuasan pelanggan (Y) diukur oleh 5 indikator, yaitu: kualitas produk (product quality), kualitas pelayanan (service quality), harga (price), faktor emosional (emotional factor), kemudahan (efficiency).

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan (peserta pelatihan) Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC) yang telah mengikuti pelatihan minimal sebanyak dua kali. Menurut Arikunto (2010: 173), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Jumlah populasi dari penelitian ini adalah 215 peserta pelatihan yang mengikuti pelatihan pada kurun waktu Januari 2020 sampai Januari 2021. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian peserta pelatihan Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC) yang telah mengikuti pelatihan sebanyak dua kali atau lebih.

Penelitian ini menggunakan pola pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Variable bebas pada penelitian ini adalah Kualitas Program, Kualitas Pelayanan, Harga, serta variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan diberi simbol Y. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan (peserta pelatihan) Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC). Adapun sampel dalam penelitian ini didapatkan dari rumus Slovin yaitu:

n = N / (1 + (N x e2))

Sehingga

n = 215 / (1 + (215 x 0,12))

n = 215 / (1 + (215 x 0,01))

n = 215 / (1 + 2,15)

n = 215 / 3,15

n = 68,25 dibulatkan menjadi 70 sampel

Sesuai dengan perhitungan rumus Slovin, maka didapatkan sampel sejumlah 70 responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Jadi peneliti dapat melakukan pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yaitu untuk responden yang sudah mengikuti pelatihan sebanyak dua kali atau lebih. 70 sampel yang digunakan adalah dari responden yang sudah mengikuti pelatihan sebanyak dua kali atau lebih dalam jangka waktu antara Januari 2020 sampai Januari 2021.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Skala pengukuran yang digunakan oleh yaitu menggunakan skala Likert 1-5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

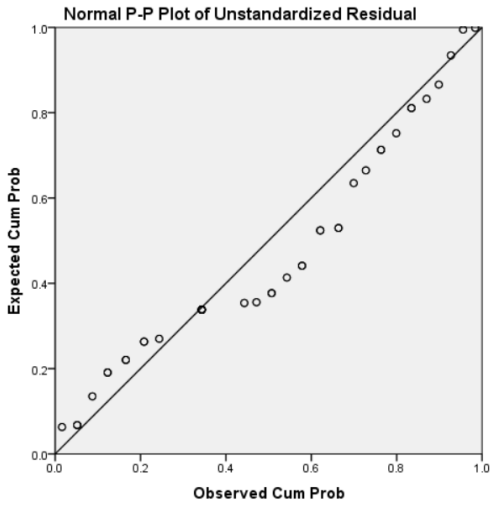
Hasil pengujian Validitas dan Reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki *corrected item-total correlation* (r hitung) > r tabel pada taraf signifikansi 5% hal ini berarti seluruh pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hasil pengujian reliabilitas variabel pada penelitian ini sebagaimana ditunjukkan dalam tabel dibawah menunjukkan bahwa koefisien cronbach alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dikatakan seluruh variabel yang membentuk model penelitian ini adalah reliable.

Tabel 1.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Program (X_1)	0.960	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,971	Reliabel
Harga/Biaya (X_3)	0.947	Reliabel
Kepuasan Peserta (Y)	0.930	Reliabel

Berikut adalah hasil uji asumsi klasik pada penelitian ini.

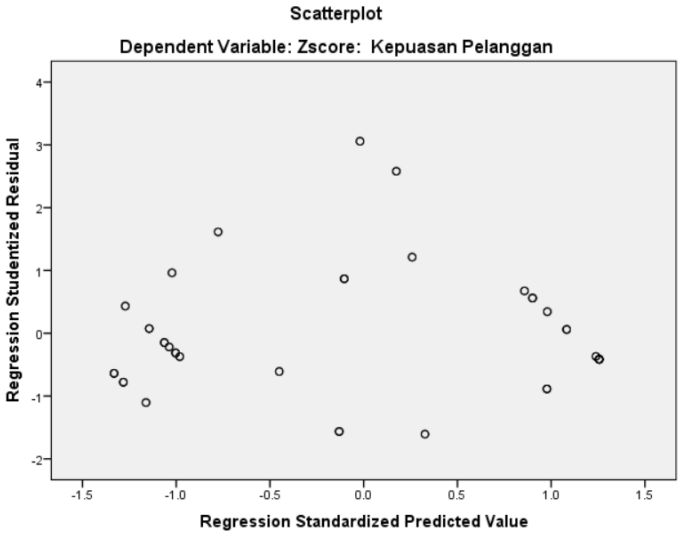
1. Uji Normalitas



Gambar 3.
Normal P-Plot

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik titik berada di sekitar garis yang menunjukkan bahwa residual berdistribusi Normal.

2. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.
Scatterplot

Dapat dilihat bahwa masing masing titik observasi menyebar dan tidak membentuk suatu pola, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterkedastisitas pada residual.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 2.
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.019E-16	.042		.000	1.000		
	Zscore: Kualitas Program	.457	.106	.457	4.314	.000	.157	6.375
	Zscore: Kualitas Pelayanan	.404	.122	.404	3.316	.001	.119	8.413
	Zscore: Harga (Biaya)	.115	.076	.115	1.505	.137	.302	3.313

a. Dependent Variable: Zscore: Kepuasan Pelanggan

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa ke empat variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10, hal tersebut menunjukkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi korelasi atau asumsi non multikolinieritas terpenuhi.

Tabel 3.
Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940[a]	.884	.878	.34873570

a. Predictors: (Constant), Zscore: Harga (Biaya), Zscore: Kualitas Program, Zscore: Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Zscore: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien regresi (R-square) sebesar 0.884 sehingga dapat dinyatakan bahwa sekitar 88,4% dari total keseluruhan variabel independent mempengaruhi variabel dependen sedangkan sisanya 11,65% dipengaruhi oleh variabel independen yang lain selain Kualitas Program, Kualitas Pelayanan, dan Harga (Biaya).

Tabel 4.
Hasil Uji Statistik t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T Hitung	T Tabel	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3.019E-16	.042		.000	1.667	1.000
	Zscore: Kualitas Program	.457	.106	.457	4.314	1.667	.000
	Zscore: Kualitas Pelayanan	.404	.122	.404	3.316	1.667	.001
	Zscore: Harga (Biaya)	.115	.076	.115	1.505	1.667	.137

Berdasarkan hasil pendugaan parameter di atas didapatkan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.467X1 + 0.404X2 + 0.115X3$$

Selanjutnya berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa kedua variabel independen signifikan dengan taraf nyata 5% atau $\alpha = 0.05$ atau nilai T hitung lebih besar daripada T Tabel, hal tersebut dapat dilihat pada kolom tingkat signifikansi dan perbandingan antara kolom T Hitung dan T Tabel yang dijelaskan sebagai berikut:

a) Berdasarkan tabel di atas nilai koefisien bertanda positif yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif pada hubungan antar variabel Kualitas Program terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0.457 atau sebesar 45.7% yang berarti bahwa Kualitas Program berpengaruh secara positif dan sigifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 45,7%. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai T Hitung (4.314) lebih besar daripada T Tabel (1.667) atau nilai signifikansi yang bernilai 0.000 atau kurang dari 0.05.
b) Berdasarkan tabel di atas nilai koefisien bertanda positif yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif pada hubungan antar variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0.404 atau sebesar 40,4% yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan

signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 40.4%. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai T Hitung (3.316) lebih besar daripada T Tabel (1.667) atau nilai signifikansi yang bernilai 0.001 atau kurang dari 0.05.

c) Berdasarkan tabel di atas terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan antara variabel Harga (Biaya) terhadap Kepuasan Pelanggan yang ditunjukkan oleh besarnya nilai T Hitung (1.505) lebih kecil daripada T Tabel (1.667) atau nilai signifikansi parameter sebesar 0.137 atau lebih dari 0.05.

Berdaarkan hasil dari penelitian ini berikut adalah pembahasan dari masing-masing variabel:

1. **Kualitas Program Berpengaruh Positif dan Siginifikan terhadap Kepuasan pada Peserta Pelatihan Lembaga Pelatihan *Salim Excellence Center (SEC)***
   Berdasarkan uji analisis data dinyatakan bahwa Kualitas Program berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan Lembaga Pelatihan *Salim Excellence Center (SEC).* Artinya semakin baik kualitas program yang diberikan, maka akan membantu meningkatkan Kepuasan Peserta Pelatihan di SEC itu sendiri. Hasil tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dawit Daniel dan Nesredin Temam (2017) yang menyatakan adanya pengaruh kualitas dan bermacam-macam program dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu hasil penelitian ini mendukung penelitian Eka Sastra Jaya Diharja (2019) dengan hasil kualitas pemateri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. **Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan pada Peserta Pelatihan Lembaga Pelatihan *Salim Excellence Center (SEC)***
   Hasil uji analisis hipotesis menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan di SEC. Artinya baik tidaknya Kualitas Pelayanan yang diberikan SEC, akan mempengaruhi Kepuasan Peserta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lidya Mariska, Shinta Wahyu Hati (2015), Muhammad Bakrie, Bedjo Sujanto, Rugaiyah (2019), Teddy Chandra, Martha Ng, Stefani Chandra, dkk (2018), Amanatun Khoirina, Rusdarti, Fahrur Rozi (2020), dan Shahzadi Saima Saleem, Kamran Moosa, Abeer Imam, dkk (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Garry Prentice, Joseph Brady, Christopher McLaughlin (2018) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan.
3. **Harga Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan terhadap Kepuasan pada Peserta Pelatihan Lembaga Pelatihan *Salim Excellence Center (SEC)***
   Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan menjelaskan bahwa Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan SEC. Artinya, tinggi rendahnya Harga yang ditawarkan di SEC pada peserta,

maka akan berpengaruh terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan di Lembaga Pelatihan SEC. Hal ini menegaskan bahwa item pertanyaan yang dijawab oleh responden mendapatkan hasil yang baik untuk mendukung kepuasan peserta pelatihan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Titim Nurlia (2019) dengan hasil yang berbeda bahwa harga (biaya pendidikan) tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Amanatun Khoirina, Rusdarti, Fahrur Rozi (2020) dan Nyoman Surya Wijaya, Syahnur Said, Nengah Landra (2017) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari biaya pendidikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan adalah sebagai berikut:

1) Kualitas Program berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC).
2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC).
3) Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC).

Saran

Adapun saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC) adalah untuk meningkatkan kualitas prorgram, kualitas pelayanan, dan harga yang diberikan adalah terbaik untuk peserta pelatihan, agar kepuasan peserta pelatihan terus meningkat dan menjadi loyal untuk mengikuti program pelatihan lainnya di SEC.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Bakrie, Muhammad, dkk. 2019. *The Influence of Service Quality, Institutional Reputation, Student's Loyalty in Higher Education Institution. International Journal for Education and Vocational Studies* Vol. 1 No. 5, September 2019, pp. 379-391. DOI: https://doi.org/10.29103/ijevs.v1i5.1615

Basrie, Ahmad, dkk. 2020. Pengaruh Pendidikan, Kompetensi, Pelatiham, dan Motivasi terhadap Mutu Peserta Pelatihan pada UPT BLK UKM Kabupaten Musi Rawas. Jurnal Media Ekonomi Vol. 25, No. 1 April 2020, 46-58

Chandra, Teddy, dkk. 2018. *The Effect of Service Quality on Student Satisfaction and Student Loyalty: An Empirical Study. Journal of Social Studies Education Research* 2018:9 (3), 109-131

Daniel, Dawit. Temam, Nesredin. 2017. *Determinants of Higher Education Student Satisfaction:*

Evidence from Dire Dawa University, Ethiopia. Journal of Marketing and Consumer Research Vol. 33, 2017

Felicia, Michellyn. 2018. Pengaruh Kualitas Pelatihan dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT Bumi Menara Internusa. Agora Vol. 6, No. 2, 2018

Hassam, Za'faran. Raheem, Abdul bin Mohammad Yusof. 2015. *Education Management: Educational Service Quality and Customer Satisfaction Index amongst Public Higher Educational Institution. Asian Journal of Bussiness and Management* Vol. 02 – Issue 01, February 2015

Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.

Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Khoirina, Amanatun, dkk. 2020. *Determinant of Students' Academic Satisfaction. Journal of Economic Education*. JEE 9 (1) 2020:46-54

Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran,Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Mariska, Lidya, dkk. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Politeknik Negeri Batam. Jurnal Akutansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol. 3, no.1, 2015, 1-9

Marjaya, Indra. Pasaribu, Fajar. 2019. Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, dan Pelatihan terhadap Kinerja Pegawai. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Vol. 2, No. 1, Maret 2019, 129-147. DOI: https://doi.org/10.30596/managgio.v2il.3650

Nurlia, Titim. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Mahasiswa. Jurnal Lentera Bisnis Vol. 8 No. 2 November 2019. DOI: 10.34127/jrlab.v8i2.289

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A.and Berry, L.L. (1998), SERVQUAL: a multiple item scale for Measuring consumer perceptions of service quality, Journal of Retaling, vol. 64 No, 1, pp. 12-40

Permana, Angrian. 2013. Analisis Pengaruh Pelatihan, Pengembangan dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan Bank Mega KCP Serang. Jurnal MIX, Volume III, No. 2, Juni 2013, 247-262

Prentice, Dr. Garry, dkk. 2018. *Education Service Quality, Value, and Satisfaction on Student Customer Intensions and Behaviour*

Riduwan. 2018. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta

Saleem, Shahzadi Saima, dkk. 2017. *Service Quality and Student Satisfaction: The Moderating Role of University Culture, Reputation and Price in Education Sector of Pakistan. Iranian Journal of Management Studies* (IJMS) Vol. 10, No. 1, Winter. 2017 pp. 237-258. DOI: 10.22059/ijms2017.217335.672304

Stanton, Wiliam J. 1998. Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Suharsaputra, Uhar. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Bandung:PT Refika Aditama

Sulaiman, Meri Oktavia. 2018. Pengaruh Pelatihan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai BPBD Kota Kediri. Jurnal Revitalisasi Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 07, No. 02, Juni 2018, 172-179

Tjiptono, Fandy, 2000. Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Andy Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Wijaya, Nyoman Surya, dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Harga (Biaya Pendidikan) Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening (Studi pada LPK Sekolah Perhotelan Bali) Vol. 6 No. 2