

INFLUENCE OF PRICE AND QUALITY OF SERVICES ON DECISIONS TO USE SERVICES IN LEARNING GUIDANCE INSTITUTIONS WITH BRAND IMAGE AS A MODERATING VARIABLE

(Case Study at the Yogyakarta Neutron Tutoring Institute in Semarang)

Moh. Khasby Robby Al Lail¹⁾Dr. Dra Cicik Harini, MM²⁾Dyah Ika Kirana, SE.MM³⁾

¹⁾Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran

^{2),3)}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan orang tua saat ini yang menginginkan pendidikan terbaik bagi anak-anaknya. Bimbingan belajar adalah pendidikan informal yang ditujukan untuk meningkatkan prestasi akademik dan membantu siswa belajar. Ketatnya persaingan guru les di Semarang saat ini ditandai dengan munculnya guru les yang berbeda-beda dengan keunggulannya masing-masing. Setiap bisnis menginginkan bisnis itu bertahan, tumbuh dari waktu ke waktu, dan menguntungkan. Untuk itu, Institut Bimbingan Belajar Neutron Yogyakarta perlu memikirkan bagaimana dan apa yang akan menarik bagi mahasiswa untuk menggunakan jasa bimbingan belajar. Penelitian difokuskan pada Lembaga Bimbingan Belajar Neutron Yogyakarta di Semarang, dimana jumlah mahasiswa yang berubah setiap tahun dari 2018 hingga 2021, menunjukkan tren penurunan selama tiga tahun terakhir dan gagal memenuhi target yang ditetapkan perusahaan. Jika hal ini tidak segera diatasi, Bimbingan Belajar Neutron Yogyakarta di Semarang berisiko bersaing dengan layanan bimbingan belajar lainnya. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data survey dan wawancara. Metode pengambilan sampel adalah metode non-probabilistic sampling dengan menggunakan teknik sampling bertarget. Sampel terdiri dari 85 responden mahasiswa Bimbingan Belajar Neutron Yogyakarta di Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi (R^2), analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), dan analisis regresi santai (MRA).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Keputusan Penggunaan Jasa, Bimbingan Belajar Neutron Yogyakarta

ABSTRACT

This research is motivated by the needs of today's parents who want the best possible education for their children. Tutoring is informal education aimed at improving academic performance and helping students learn. The fierce competition for tutors in Semarang today is characterized by the emergence of different tutors, each with its own advantages. Every business wants that business to survive, grow from time to time, and be profitable. To that end, the Yogyakarta Institute of Neutron Tutoring needs to think about how and what would be attractive to students to use tutoring services. The study looks at the Yogyakarta Neutron Tutoring Institute in Semarang, where the number of students has changed every year from 2018 to 2021 and has been declining for the past three years, failing to meet the targets set by the company. . If this is not resolved soon, Semarang's Yogyakarta Neutron Tutor will face competition from other tutors. The purpose of this study was to determine the impact of price, service quality and brand her image on the decision to use Yogyakarta Neutron Tutoring Service in Semarang. This type of research uses quantitative research using survey and interview data collection techniques. The sampling method is a non-probabilistic sampling method using targeted sampling techniques. The sample consists of her 85 respondents from Yogyakarta Neutron Tutoring students in Semarang. This study uses quantitative analysis techniques. Quantitative analysis includes validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, coefficient of determination (R^2), multiple linear regression analysis, partial tests (t-tests), and relaxed regression analysis (MRA).

Keywords: Price, Service Quality, Brand Image, Decision to Use Services, Yogyakarta Neutron Tutoring

PENDAHULUAN

Bimbingan belajar yang berkualitas merupakan kebutuhan pokok bagi siswa-siswi yang mengharapkan pendidikan dengan kualitas yang baik yang sesuai dengan keinginan para orang tua, dan bimbingan belajar mempunyai kesempatan yang besar untuk membuka usaha dibidang pendidikan. Bimbingan belajar adalah kegiatan yang dilakukan diluar sekolah dan termasuk kedalam pendidikan non-formal yang mempunyai tujuan untuk menjadi teman belajar siswa-siswi dan membantu untuk meningkatkan prestasi siswa-siswi agar bisa melanjutkan ke jenjang sekolah yang diharapkan dengan nilai yang memuaskan.

Philips H. Coombs mengelompokkan sekolah menjadi 3, yaitu kasual, formal, dan nonformal. Hal yang sama juga dicatat dalam Undang-Undang tentang Kerangka Persekolahan Umum pasal 1 ayat (10), khususnya: "Satuan

pengajaran adalah kumpulan penyelenggara pendidikan yang memberikan pelatihan jalur formal, nonformal, dan kasual pada setiap jenjang dan semacam latihan". Dengan data yang diperjelas, pelatihan bisa dilakukan di luar sekolah, misalnya organisasi pendampingan yang dikenang untuk pembelajaran nonformal, dan pelatihan tidak hanya dilakukan di sekolah yang layak.

Pendidikan formal disekolah tidak bisa memberikan jam belajar tambahan yang dibutuhkan oleh siswa-siswi karena sistem pendidikan yang terus berubah dengan cepat dan juga pengaruh perubahan dunia pada semua jenis bagian termasuk pada bagian pendidikan. Siswa-siswi bisa melakukan kegiatan belajar dirumah atau mandiri atau juga bisa ikut dalam kegiatan pendidikan non formal seperti lembaga bimbingan belajar agar siswa-siswi lebih mudah memahami mata pelajaran dan menguasai mata pelajaran.

Perubahan kurikulum dan sistem pendidikan di Indonesia dan juga tuntutan siswa-siswi untuk mengikuti bimbingan belajar agar bisa meneruskan ke sekolah lanjutan yang diinginkan membuat munculnya persaingan antar lembaga bimbingan belajar. Tingginya persaingan antar lembaga bimbingan belajar membuat setiap lembaga bimbingan belajar pasti memberi fasilitas yang baik dan pelayanan dan yang terbaik supaya mendapat persepsi baik di masyarakat sehingga bisa menarik konsumen agar menjadikan bimbingan belajar sebagai pilihan teman belajar. Citra merek dan kualitas pelayanan yang bagus bukan berdasar persepsi penyedia jasa bimbingan belajar, tetapi dari persepsi konsumen, artinya pelayanan yang baik dan profesional akan dirasakan oleh konsumen jika sebuah lembaga atau organisasi bisa melayani konsumen dengan baik dan profesional.

Banyak siswa mengikuti bimbingan belajar dengan tujuan untuk bisa lolos masuk perguruan tinggi negeri. Ada juga alasan yang lain bahwa kompetensi pengajar di pendidikan formal sekolah terbatas, fasilitas belajar yang kurang dan tidak mendukung, tuntutan sistem pendidikan dari pemerintah menjadi penyebab siswa-siswi memilih cara yang lain untuk bisa belajar di luar pendidikan formal sekolah. Sekolah sebagai pendidikan yang formal terkadang juga dinilai tidak bisa menyiapkan kebutuhan pokok yang dibutuhkan siswa-siswi agar bisa lolos di perguruan tinggi negeri yang diinginkan.

Administrasi mentoring adalah salah satu organisasi yang saat ini sedang berkembang, dan itu baru permulaan dan lebih banyak lagi yang membangun lembaga pendidikan yang memberikan manfaat kursus. Ada begitu banyak organisasi pembinaan yang bersaing dengan menawarkan teknik pembelajaran dan program pembelajaran yang menarik klien. Metode pembelajaran yang berhasil membuat siswa tertarik untuk mengikuti pembelajaran dalam pendampingan pelatihan nonformal, mengingat pembelajaran di yayasan pembinaan siswa mempelajari topik sekolah, tetapi pada saat yang sama didorong bagaimana berkonsentrasi dengan baik, metode pembelajaran untuk lulus bagian di sekolah, universitas dan data tentang sekolah.

Didalam memilih strategi pemasaran, lembaga atau organisasi terlebih dahulu memastikan keadaan dan lingkungan dari target pasar yang akan di tuju. Seperti yang sudah diketahui saat ini dunia bisnis mempunyai sifat yang terus bergerak dan terus berubah dengan adanya hubungan pada satu bidang dengan bidang lainnya. Agar bisa memperoleh target pasar yang diharapkan, lembaga bimbingan belajar mengenalkan produk yang dimilikinya kepada target pasar yang lebih luas dengan cara memasarkannya dengan *online* dan *offline*. Persaingan yang semakin ketat dan lingkungan yang terus berubah, membuat perusahaan atau lembaga harus berfikir keras dalam menggunakan strategi pemasaran yang akan dipakai agar bisa memperoleh tujuan yang sesuai dengan yang sudah direncanakan sebelumnya.

Didalam kesuksesan sebuah perusahaan atau lembaga, strategi pemasaran memiliki andil yang sangat penting untuk dijalankan dan perlu disinkronkan dengan pelanggan yang menjadi target pasar. Persaingan bisnis lembaga bimbingan belajar yang semakin ketat dan berkembang cepat, ditunjukkan dengan banyak berdirinya bisnis lembaga bimbingan belajar di Semarang dengan

menunjukkan kelebihan dari masing-masing perusahaan atau lembaga. Setiap perusahaan atau lembaga berjuang menjaga usahanya agar terus hidup dari masa ke masa dan berkembang sesuai dengan yang diharapkan dan terus memperoleh keuntungan dari usaha tersebut, maka dari itu perusahaan atau lembaga harus terus mencari cara-cara baru agar mampu menarik minat pelanggan pengguna jasa kursus bimbingan belajar.

Lembaga Bimbingan Neutron Yogyakarta adalah sebuah lembaga pendidikan nonformal di bawah administrasi swasta yang bergerak di bidang administrasi untuk menumbuhkan keterampilan siswa dan siswa juga dapat memberi nasihat tentang strategi pembelajaran yang baik. Neutron adalah lembaga instruktif swasta dengan lebih dari 25 tahun keterlibatan dengan mentoring. Neutron telah menunjukkan kualitasnya dengan bukti prestasi dan prestasi dalam membawa siswa ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Sehingga Neutron bisa menjadi keputusan paling ideal untuk organisasi mentoring di Indonesia yang memiliki kualitas luar biasa. Neutron Yogyakarta adalah sebuah yayasan pendampingan yang memiliki banyak cabang tempat kerja yang tersebar di berbagai wilayah perkotaan dan berdomisili di kota Yogyakarta. Neutron Yogyakarta memiliki ciri khas *Learning is really Fun* yang dapat menciptakan iklim belajar yang menyenangkan dengan strategi pembelajaran berpikir, yaitu suatu teknik pembelajaran yang menggunakan strategi fundamental sehingga tidak sulit untuk mendominasi dan memusatkan permasalahan pada setiap mata pelajaran, siswa dapat menyelidiki dan merespon untuk pertanyaan mencoba sengaja, cepat dan efektif. Selain itu, pembicara yang digunakan oleh Neutron adalah pembicara yang cakap, berpengalaman, dan *move on* dari perguruan tinggi favorit sehingga dapat memahami tuntutan sekolah yang berkualitas.

Sekolah yang menjadi pasar sasaran organisasi pendampingan pada umumnya adalah siswa sekolah dasar dari sekolah dasar hingga sekolah menengah atas sedikit pendampingan di kelas 2 atau 3 belajar IPS dan selanjutnya di kelas 4 SD. Dengan pernyataan ini, jelas belum ada pencapaian jumlah mahasiswa sesuai tujuan yang ditetapkan oleh organisasi atau yayasan. Hal ini dapat dibayangkan mengingat kekurangan dalam teknik periklanan yang dilakukan oleh organisasi atau yayasan. Perkembangan jumlah mahasiswa di Lembaga Pendampingan Neutron Yogyakarta selama tiga tahun sebelumnya

"Tabel 1.1"
Perkembangan jumlah siswa tahun 2018 - 2021

KELAS	TAHUN 2018/2019	TAHUN 2019/2020	TAHUN 2020/2021
SD	93	62	31
SMP	272	224	154
SMA	531	508	399
JUMLAH	896	794	584

Berkurangnya jumlah siswa kemungkinan karena persaingan liar yang tak terbantahkan dan semakin berkembangnya lembaga bimbingan komparatif, sehingga untuk mengantisipasi kemungkinan penurunan dalam waktu dekat, diperlukan peningkatan dalam biaya, kualitas administrasi dan citra merek.

TINJAUAN TEORITIS

A. Bimbingan Belajar

Sekolah merupakan tempat dimana kegiatan belajar mengajar dilakukan, dan kegiatan utama siswa-siswi adalah belajar. Oleh karena itu sekolah mempunyai tanggung jawab untuk memberi bimbingan dan memberi pelayanan yang baik kepada setiap siswa-siswi demi keberhasilan proses belajar mengajar. Tujuan dari bimbingan belajar yaitu memaksimalkan setiap kemampuan yang dimiliki siswa-siswi, mengembangkan setiap potensi yang dimiliki siswa-siswi.

Walgito (2010) menjelaskan bimbingan yaitu pemberian pertolongan untuk seseorang atau kelompok agar orang tersebut mampu mendapatkan ketentraman didalam hidupnya dan seseorang tersebut mampu memecahkan permasalahan yang ada didalam kehidupannya. Dalam hubungannya dengan pendidikan, bimbingan adalah bagian integral didalam program pendidikan. Sementara itu ada pendapat lain yang menjelaskan bahwa bimbingan merupakan pemberian solusi kepada seseorang didalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dialami (Mudyahardjo, 2012).

Lembaga bimbingan belajar adalah tempat siswa-siswi berkonsultasi tentang sistem belajar mereka dan tempat untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi setiap siswa-siswi. Menurut Yusuf dan Nurihsan (2010) bimbingan belajar merupakan bantuan kepada siswa-siswi dalam menghadapi kesulitan didalam belajar disekolah dan mengarahkan agar mampu menyelesaikan berbagai macam masalah pelajaran disekolah dan menciptakan kondisi yang membangkitkan semangat belajar siswa.

Tugas dari pada pembimbing adalah membantu siswa-siswi supaya mampu mensinkronkan diri dengan tuntutan sistem pendidikan dari pemerintah, mengajarkan metode belajar yang efektif dan efisien dan mampu menyelesaikan permasalahan didalam kesulitan siswa dalam belajar. Sedangkan Prayitno dan Amti (2008:279) menjelaskan bimbingan belajar adalah sebuah bentuk pelayanan dan pengembangan kepada siswa-siswi yang harus diadakan di sekolah. Pelayanan bimbingan belajar yang masih belum layak menyebabkan kegagalan siswa-siswi didalam memahami setiap mata pelajaran yang diajarkan.

Bimbingan belajar merupakan bimbingan yang diberikan kepada seorang individu agar bisa menyelesaikan permasalahan yang sedang dialami didalam kegiatan belajar. Dari penjelasan yang sudah dipaparkan maka bisa diambil kesimpulan yaitu bimbingan belajar merupakan kegiatan pemberian pertolongan terhadap siswa-siswi berupa solusi yang berguna untuk menyelesaikan permasalahan didalam kegiatan belajar mengajar dan persoalan tentang pelajaran di sekolah ataupun dilingkungan luar sekolah.

B. Harga

Dengan menentukan nominal harga yang lebih murah maka laba yang didapat perusahaan atau lembaga menurun, jika nominal harga yang ditetapkan lebih mahal maka daya beli konsumen menurun.

Menurut Oentoro (2012:149) harga ialah nilai yang disetarakan menggunakan nominal uang atau menggunakan barang yang senilai untuk sebuah produk atau jasa pada

keadaan khusus yang bisa dimanfaatkan. Sementara Simamora (2011) berpendapat harga ialah nilai yang bisa dibarterkan agar bisa mendapatkan sebuah produk atau jasa. Masalah umum pada harga ialah persepsi pelanggan terhadap harga yang kita tetapkan, yaitu tidak terlalu murah atau tidak terlalu mahal dan tetap bisa memberi laba untuk industri atau lembaga.

Morissan (2010) mencirikan biaya sebagai skala konversi yang disamakan dengan uang tunai yang digunakan oleh klien untuk mendapatkan barang atau administrasi. Biasanya evaluasi dipengaruhi oleh penilaian barang atau administrasi oleh klien, popularitas klien, rencana pengeluaran untuk membuat barang dan pesaing. Sementara itu, menurut Kotler dan Armstrong (2012:226) biaya dicirikan sebagai ukuran nyata dari uang tunai yang dibayarkan untuk memperoleh keuntungan dan elemen dari barang atau administrasi yang dibeli oleh klien.

C. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan khususnya asumsi kontras dan kebenaran klien, administrasi disebut kualitas jika kebenaran lebih unggul dari asumsi klien, administrasi disebut kualitas rendah jika kebenaran lebih disesalkan daripada asumsi klien. Kualitas adalah menambah kemampuan suatu barang atau administrasi untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan pembeli, kualitas telah diberikan kepada pelanggan ketika barang atau administrasi tersebut melampaui asumsi pembeli (Kotler dan Keller 2016). Sementara itu, menurut Donabedian (1980) kualitas administrasi menambah norma administrasi yang diberikan kepada klien. Kualitas administrasi dimulai dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan asumsi pembelanja, kualitas bagus tergantung pada pertimbangan pembeli, bukan berdasarkan pandangan organisasi atau yayasan.

Sementara itu, Tjiptono (2011) berpendapat bahwa kualitas bantuan adalah kontras asumsi pembeli dan administrasi yang diberikan oleh organisasi atau yayasan kepada pembeli. Kualitas dianggap dapat diterima jika bantuan yang diterima pembeli sesuai dengan asumsi dan kualitas dianggap buruk jika bantuan yang didapat tidak memenuhi asumsi klien. Administrasi dapat diklarifikasikan sebagai gerakan suatu organisasi atau pendirian dengan menawarkan sesuatu kepada pihak lain yang sulit dipahami dan tidak menimbulkan kepemilikan (Kotler dan Keller, dalam Tjiptono, 2014:26).

Philip Kotler dan Kevin Path Keller (2009:36) menjelaskan administrasi atau administrasi, khususnya kegiatan atau latihan yang disajikan kepada berbagai pertemuan yang sulit dipahami dan tidak membawa kepemilikan apa pun. Pada dasarnya, bantuan yang berkualitas dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dan kesetiaan klien. Berdasarkan klarifikasi ini, pencipta menganggap bahwa kualitas bantuan adalah sesuatu yang diberikan oleh suatu organisasi atau yayasan kepada pembeli yang bersifat teoritis namun dapat diapresiasi oleh klien dan memuaskan klien.

D. Citra Merek

Citra merek adalah cara pelanggan untuk menilai sebuah produk atau jasa jika pelanggan tersebut belum

cukup mempunyai informasi tentang produk tersebut. Pelanggan biasanya memilih produk atau jasa yang sudah dikenal sebelumnya dan mempunyai kesan yang baik terhadap produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:275) merek yaitu identitas dari sebuah produk atau jasa yang menjadi pembeda dengan perusahaan atau lembaga kompetitor berupa lambang, nama, tanda atau desain. Sedangkan Ginting (2011:99) berpendapat merek yaitu cara untuk membedakan produk atau jasa dari sebuah perusahaan atau lembaga dengan kompetitor yang lain dengan membuat tanda, nama, desain atau simbol. Schiffman dan Kanuk (2010) mendefinisikan citra merek yaitu kumpulan informasi tentang sebuah merek perusahaan atau lembaga yang diingat oleh pelanggan.

Citra merek menurut Kotler dan Keller (2016) yaitu penilaian pelanggan terhadap merek perusahaan atau lembaga sebagai evaluasi dari informasi yang didapatkan oleh pelanggan. Citra merek adalah informasi yang diingat oleh pelanggan terhadap merk perusahaan atau lembaga. Tjiptono (2011:2) menyatakan bahwa pengertian merek yaitu kombinasi dari unsur yang berupa warna, gambar, nama, huruf dan angka yang menjadi pembeda dengan kompetitor didalam bisnis barang atau jasa. Kotler dan Keller (2012:258) menjelaskan merek yaitu pembeda yang dibuat oleh perusahaan atau lembaga untuk menjelaskan sebuah produk atau jasa menggunakan nama, istilah, tanda atau simbol yang beda dengan kompetitor.

Berdasar penjelasan di atas, penulis menyimpulkan citra merek yaitu membedakan sebuah produk atau jasa dengan kompetitor menggunakan simbol, tanda, nama, istilah dan desain yang mudah diingat oleh pelanggan.

METODE PENELITIAN

A. POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam ujian ini adalah mahasiswa Lembaga Pembinaan Neutron Yogyakarta di Semarang tahun ajaran 2020/2021 yang berjumlah 584 mahasiswa. Sampel yang didapat berjumlah 85 siswa.

METODE ANALISIS DATA

Adapun metode analisis data menggunakan analisa kuantitatif dengan SPSS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Ghozali (2011) menyatakan bahwa validitas adalah tindakan yg menerangkan taraf atau legitimasi suatu instrumen. Instrumen yg absah mempunyai legitimasi yg tinggi, & sekali lagi instrumen yg kurang substansial mempunyai legitimasi yg rendah. Selain itu, pengaruh sampling berdasarkan rhitung dikontraskan & rtabel menggunakan taraf kepentingan 5%. Dalam hal diperoleh nilai rhitung > rtabel, hal instrumen bisa dipercaya substansial. Dengan melihat tabel kualitas kedua item dasar menggunakan taraf kepentingan 5% $n = 85$, nilai rtabelnya merupakan 0,213. Setiap benda berdasarkan instrumen tadi lalu dipengaruhi nilai rhitungnya menggunakan membandingkan rhitung & rtabel.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indera yg relatif kokoh buat dipakai menjadi indera pengumpul liputan mengingat indera tadi hingga ketika ini telah besar (Arikunto, 2013). Instrumen padat merupakan instrumen yg bila dipakai beberapa kali buat mengukur benda serupa, akan menaruh liputan serupa. Dalam penelitian ini, uji ketergantungan yg dipakai merupakan persamaan Cronbach's Alpha. Dari output perkiraan kualitas tidak tergoyahkan, terlihat bahwa setiap faktor yg dipakai pada pengujian ini solid, lantaran mempunyai nilai koefisien Cronbach's Alpha yg lebih krusial daripada nilai dasar 0,7.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian perkiraan klasik Penting buat diketahui apakah pada contoh relapse, nilai sisa mempunyai angkut biasa atau nir sah-h Sahih memenuhi asumsi biasa. Selanjutnya buat melihat apakah pengaruh sampling berdasarkan evaluasi relaps yg dilakukan sah-h Sahih terbebas berdasarkan adanya pengaruh sampling multikolinearitas & manifestasi heteroskedastisitas. Uji kecurigaan tradisional yg dipakai pada penelitian ini merupakan uji ordinartas, uji multikolinearitas & uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Tes ini diarahkan buat menetapkan apakah pada contoh relaps, harga diri yg bertahan mempunyai penyebaran yg spesial atau nir. Pada teknik direct relapse, hal ini ditunjukkan menggunakan besarnya nilai kesalahan sewenang-wenang (e) yg umumnya diappropriasi. Model kekambuhan yg layak disebarluaskan secara bersiklus atau hampir biasa supaya liputan tadi bisa dicoba menggunakan sungguh-sungguh. Tes keteraturan pada kekambuhan bisa memakai beberapa taktik, termasuk taktik plot kemungkinan yg menganalisis apropiasi agregat berdasarkan dispersi tipikal. Alasan buat memilih pilihan buat membedakan kewajaran merupakan bila liputan menyebar berdasarkan sudut ke sudut & mengikuti jalur miring, maka dalam ketika itu sisa umumnya beredar. Untuk sementara, bila liputan menyebar berdasarkan sudut ke sudut atau nir mengikuti arah miring, maka sisa umumnya nir beredar. Pada output pada atas, cenderung terlihat bahwa liputan menyebar pada lebih kurang garis sudut ke sudut & mengikuti arah garis miring, sebagai akibatnya liputan yg tersisa umumnya disebarluaskan

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas berharap buat menguji apakah pada contoh kekambuhan ditemukan interaksi antara faktor-faktor otonom (bebas). Model relaps yg baik seharusnya nir mempunyai interaksi antara faktor bebas. Dengan asumsi faktor-faktor bebas terhubung satu sama lain, faktor-faktor ini nir simetris. Faktor simetris merupakan faktor bebas yg koneksi harga antara faktor otonom sama menggunakan nir terdapat (Ghozali, 2016). Untuk mengidentifikasi terdapat tidaknya multikolinearitas, sebagian akbar menggunakan melihat nilai Resilience & VIF dalam output straight relapse.

Teknik dinamik merupakan apabila resiliensi lebih berdasarkan 0,10 & VIF pada bawah 10 maka nir terjadi multikolinearitas. Hasil berdasarkan tabel perhitungan pada atas menunjukkan bahwa nilai VIF berdasarkan seluruh faktor otonom jauh pada bawah 10 & konsekuensi perkiraan berdasarkan harga ketahanan lebih krusial berdasarkan 0,10 yg berarti nir terdapat interaksi antara faktor bebas. Sepanjang garis ini, cenderung dipercaya bahwa nir terdapat multikolinearitas antara faktor-faktor bebas pada contoh relaps.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berharap buat menguji apakah pada contoh relaps terjadi ketidakseimbangan fluktuasi berdasarkan residu satu persepsi ke persepsi yg tepat, dianggap homoskedastisitas & apabila tidak selaras dianggap heteroskedastisitas atau terjadi heteroskedastisitas. Model relaps yg layak membutuhkan kekurangan kasus heteroskedastisitas. Salah satu pendekatan buat mengusut dugaan heteroskedastisitas merupakan menggunakan memanfaatkan uji scatterplots. Alasan memilih pilihan buat mengidentifikasi insiden heteroskedastisitas merupakan apabila penggunaan berita merupakan baku & struktur model tertentu, dipercaya bahwa heteroskedastisitas terjadi, sedangkan apabila penyebaran model nir bisa diprediksi & nir membimbing tertentu. misalnya, maka dalam waktu itu nir terdapat kasus heteroskedastisitas. Dari output pada atas, cenderung terlihat bahwa penyebaran model bersifat jarang & nir menciptakan model yg spesifik, sebagai akibatnya bisa dimaklumi bahwa nir terdapat kasus heteroskedastisitas pada berita yg ditangani.

Analisis Regresi

Regresi merupakan teknik pada wawasan yg bisa dimanfaatkan buat melihat terdapat tidaknya suatu interaksi (interaksi karena akibat) & ditampilkan menjadi contoh atau syarat metodis. Kekambuhan bisa dipakai buat meramalkan atau mengembangkan contoh yg dikenal menjadi syarat kekambuhan. Pemeriksaan relaps itu sendiri dipakai buat tetapkan sejauh mana suatu variabel mensugesti faktor yg tidak selaras atau beberapa faktor yg. Persamaan regresi berganda bisa dijelaskan menjadi berikut : variabel harga (X1) & kualitas pelayanan (X2) mempunyai koefisien regresi bertanda positif, hal ini berarti ke 2 variabel penelitian tadi memiliki dampak positif terhadap keputusan penggunaan jasa (Y), sebagai akibatnya jika terjadi peningkatan harga (X1) & kualitas pelayanan (X2) maka akan menaikkan keputusan penggunaan jasa (Y)

a. Konstanta (α) sebanyak = 11,792

Analisis :

Jika porto & sifat administrasi sama menggunakan 0 atau ditiadakan, pilihan buat memakai administrasi akan semakin tinggi sebanyak 11,792 %.

b. Nilai $b_1 = 0,269$

Analisis :

Variabel porto berpengaruh positif terhadap ekspansi pilihan penggunaan administrasi. Dalam hal terjadi kenaikan 1% dalam variabel porto, pilihan penggunaan donasi akan semakin tinggi sebanyak 26,9 % menggunakan perkiraan variabel kualitas donasi stabil.

c. Nilai $b_2 = 0,241$

Analisis :

Variabel kualitas donasi menghipnotis ekspansi pilihan penggunaan administrasi. Dalam hal masih ada peningkatan 1 % dalam variabel kualitas donasi, pilihan buat memakai donasi akan semakin tinggi sebanyak 24,1 % menggunakan mendapat variabel nilai tetap.

d. Maka persamaan regresi bisa ditulis menjadi berikut :

$$Y = 11,792 + 0,269X_1 + 0,241X_2 + e$$

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji Statistik t)

Uji t dipakai buat menguji faktor-faktor yg menghipnotis faktor bebas dalam variabel terikat secara terpisah (sendiri), maka dalam ketika itu dipakai uji t. Resep t tabel = jumlah responden short two atau disusun menggunakan persamaan : t tabel = $85 - 2 = 83$, didapat t tabel senilai 1,66342.

Berdasarkan output analisis regresi diperoleh :

1. Variabel Harga (X1)

Analisis :

Variabel nilai mempunyai nilai t-check sebanyak 3,204 & makna sebanyak 0,002, menggunakan alasan bahwa t-tally esteem $3,204 > t \text{ tabel } 1,66342$ & nilai kepentingan (Sig.) $0,002 > 0,05$. Jadi bisa diduga bahwa H_0 ditolak & H_a diakui, yg adalah harga (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa (Y).

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Analisis :

Variabel kualitas donasi mempunyai nilai t hitung sebanyak 3,032 menggunakan tingkat kepentingan 0,003, menggunakan alasan bahwa nilai t hitung sebanyak $3,032 > t \text{ tabel } 1,66342$ & nilai kepentingan (Sig.) $0,003 < 0$

Koefisien Determinasi (R Square)

Analisis R^2 (R Square) atau koefisien determinasi Pada dasarnya dipakai buat mengukur seberapa jauh kapasitas contoh buat memperjelas keragaman variabel terikat atau variabel terikat. Nilai koefisien agunan merupakan antara nol (0) & satu (1). Sedikit penghargaan R^2 menyiratkan bahwa kapasitas faktor otonom (bebas) dalam mengungkapkan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai mendekati satu menyiratkan bahwa variabel dependen menaruh hampir seluruh data yg dibutuhkan buat mengantisipasi variasi variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi dalam kekambuhan pribadi yg tidak selaras menggunakan nilai R^2 (Changed R Square) 0,193, yg berarti bahwa imbas faktor otonom porto & kualitas administrasi terhadap pilihan buat memakai administrasi merupakan 19,3% sedangkan sisanya ditentukan sang variabel lain yg tidak diteliti.

Uji MRA

Variabel Moderating menghipnotis interaksi pribadi antara variabel otonom & variabel terikat. Dampak ini bisa memperkuat atau melemahkan interaksi pribadi antara faktor bebas & variabel terikat. Untuk menguji eksistensi Z apakah sah menjadi Arbiter Murni, Arbiter Kemungkinan, Arbiter Semi, atau Arbiter Indikator, cenderung dipandang menggunakan contoh-contoh berikut:

A. Arbiter yg nir tercemar, apabila imbas Z dalam Y nir berdampak akbar sedangkan koneksi X*Z berdampak akbar .

B. Potensi arbiter apabila imbas Z dalam Y nir berdampak akbar , & koneksi X*Z jua nir berdampak kritis.

C. Semi Mediator, apabila imbas Z terhadap Y berdampak akbar & imbas kerja sama X*Z jua berdampak akbar .

D. Indikator Mediator, apabila imbas Z terhadap Y berdampak akbar & imbas kerja sama X*Z nir berdampak akbar .

Beta ada lantaran imbas komunikasi X1*Z dalam Y merupakan negatif (- 0,011), yg menyiratkan bahwa kontrol Z melemahkan imbas X1 dalam Y tetapi berdampak akbar (0,029 > 0,05). Dampak Z dalam Y dalam output primer sangat krusial & imbas koneksi X1*Z dalam output berikutnya sangat akbar , menyiratkan bahwa gambaran merek menjadi variabel pengaruh pada interaksi antara porto & pilihan penggunaan administrasi merupakan semi arbiter.

Beta ada lantaran dampak kerjasama X2*Z dalam Y hasilnya negatif (0,057), yg menyiratkan bahwa pengendalian Z melemahkan imbas X2 dalam Y. Dampak X2*Z dalam Y nir berdampak akbar (0,377 > 0,05). Pengaruh Z dalam Y dalam output primer mempunyai imbas kritis & imbas komunikasi X2*Z dalam output berikutnya nir mempunyai imbas yg akbar , menyiratkan bahwa gambaran merek menjadi variabel pengaruh pada interaksi antara kualitas administrasi & administrasi memakai pilihan merupakan indikator arbiter.

Pembahasan Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Hasil SPSS menampilkan koefisien relaps (b) 1 nilainya menampilkan 0,269. Angka ini menyiratkan bahwa buat setiap tambahan 1 unit taraf porto (X1), pilihan buat memakai bantuan (Y) akan semakin tinggi sebanyak 26,9 unit. Lantaran nilai koefisien kekambuhan merupakan 0,269 (positif) menggunakan nilai kepentingan 0,002 <0>

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Pada output rendemen SPSS, koefisien relaps (b) dua menampilkan nilai sebanyak 0,241. Angka ini menampilkan bahwa buat setiap tambahan 1 unit taraf kualitas administrasi (X2), nilai pilihan buat memakai administrasi (Y) akan semakin tinggi sebanyak 24,1 unit. Lantaran harga koefisien kekambuhan merupakan 0,241 (positif) menggunakan nilai krusial 0,003 <0>

Pengaruh Citra Merk Memoderasi Hubungan Antara Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Dalam output, Beta layak terjadi lantaran imbas koneksi X1*Z dalam Y hasilnya negatif (- 0,011), yg menyiratkan bahwa ekuilibrium Z melemahkan imbas X1 dalam Y tetapi mempunyai imbas akbar (0,029 > 0,05). Dampak Z dalam Y dalam output primer sangat krusial & imbas asosiasi X1*Z dalam output berikutnya sangat akbar , menyiratkan bahwa gambaran merek menjadi variabel

pengarah pada interaksi antara porto & pilihan penggunaan administrasi merupakan semi arbitrator. Dengan demikian H3 diterima.

Pengaruh Citra Merk Memoderasi Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Dalam output, Beta layak terjadi lantaran imbas koneksi X2*Z dalam Y merupakan negatif (0,057), yg menyiratkan bahwa ekuilibrium Z melemahkan imbas X2 dalam Y. Dampak X2*Z dalam Y sudah nir berdampak akbar (0,377 > 0,05). Pengaruh Z dalam Y dalam output primer mempunyai imbas kritis & imbas kerja sama X2*Z dalam output berikutnya nir mempunyai imbas yg akbar , menyiratkan bahwa gambaran merek menjadi variabel pengaruh pada interaksi antara kualitas administrasi & administrasi memakai pilihan merupakan indikator arbiter. Dengan demikian H4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Philip H. Coombs, Apa Itu Penyusunan Instruktif, (ditafsirkan), (Jakarta: Bhatara Karya Akasara, 1982)
- Pelayanan Diklat Umum .2003. Kerangka Pelatihan Publik. UU RI No. 20 Tahun 2003
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Miniatur Usaha Kecil Menengah.
- Abu Ahmadi dan Widodo Supriyono. 2014. Pembelajaran Ilmu Otak. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prayitno dan Amti, Erman. 2015. Esensi Arah dan Nasihat. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bimo, Walgito. 2010. Prolog Ilmu Otak Umum. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mudyahardjo, Redja. 2012. Prolog Pelatihan Pemula Investigasi Mur dan Baut Instruksi Secara Keseluruhan dan Persekolahan di Indonesia. Jakarta. Penguasa Grafindo Persada.
- Yusuf, Syamsu dan A. Juntika Nurihsan. 2010. Arah dan Pembinaan Pembentukan. Bandung: Pemuda Rosdakarya.
- Tohirin, 2013, Pengarahan dan Pembinaan di Sekolah dan Madrasah, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bilson, Simamora. 2011. Memenangkan Pasar dengan Iklan yang Kuat dan Produktif, Versi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama Deliyanti Oentoro, Hari ini Menampilkan Papan. Yogyakarta: LaksBangPRESSindo, Juli 2012.
- Angipora, M P. 2012. Esensi Showcasing. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kotler, K. 2016. Menampilkan Para eksekutif 1. Rilis ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Fandy, Tjiptono. 2014. Pameran Administrasi. Andi : Yogyakarta
- Armstrong, Gary dan Philip, Kotler. 2012 Menampilkan Essentials. Volume I, Diterjemahkan oleh Alexander Sindoro dan Benjamin Molan. Jakarta: Distributor Prenhalindo.
- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. Menampilkan Para Eksekutif. Bandung: CV Yrama Widya
- Kotler, Philip dan Kevin Path Keller, 2016. Menampilkan The executives, Rilis kelima belas, Pearson Instruction, Inc.

- Fandy, Tjiptono. 2011. Administrasi Para eksekutif Mengakui Bantuan yang Luar Biasa. Rilis 2. Yogyakarta: Andi.
- Sutisna dan Pawitra, 2010, Pembeli Melakukan dan Menampilkan Korespondensi, PT. Pemuda Rosdakarya, Jakarta.
- Setiadi, Elly M. 2011. Prolog Ilmu Kemanusiaan. Jakarta: Kencana.
- Schiffman dan Kanuk. 2014. Perilaku pembeli. Rilis 7. Jakarta: Rekam
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. Standar Menampilkan, Rilis kedua belas. Distributor Erlangga.
- A.M., Morris. 2010. Terkoordinasi menampilkan promosi simpang susun, Jakarta: Distributor Kencana.
- Ahmad Sani Supriyanto, dan Masyhuri Machfudz. 2010. Aset Manusia Teknik Eksplorasi Para Pelaksana. Malang: Pers UIN Maliki.
- Sugiyono. 2019. Dalam Teknik Eksplorasi Kuantitatif, Subyektif dan Penelitian dan Pengembangan (hal. 394). Bandung : Alfabeta.
- Tika H.Moh. Pabundu, 2011. Peningkatan Budaya Hirarki dan Eksekusi Teman, Versi Pertama, PT. Bhumi Aksara, Jakarta.
- Mudrajad Kuncoro, 2013. Pemeriksaan Strategi untuk Aspek Bisnis dan Keuangan. Rilis 4. Jakarta: Erlangga.
- Agung Wicaksono. 2013. Pandangan Siswa tentang Pemanfaatan Teknik Companion Mentor dalam Pembelajaran Musik di SMP Negeri 1 Larangan Brebes. Semarang: Perguruan Tinggi Negeri Semarang.
- Noor, Juliansyah, 2011. Ujian Strategi, Proposisi, Teori, Tesis, Dan Logika Kerja, Jakarta: Kencana Prenada Media Gathering.
- Sugiyono, 2015. Strategi Eksplorasi Campuran (Blend Techniques). Bandung: Alfabeta.
- Anwar Sanusi, 2011, Teknik Eksplorasi Bisnis, Salemba Empat, Jakarta
- Ghozali, Imam. 2013. Pemanfaatan Multivariate Examination dengan IBM SPSS 21 Update PLS Relapse Program. Semarang: Organisasi Penyalur Perguruan Tinggi Diponegoro.

