

PENGARUH FASILITAS, LOKASI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN OLEH SISWA DI SMA YADIKA 11 BEKASI

(Membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa di SMA YADIKA 11 BEKASI dengan variabeln bebas yang diperoleh dari hasil survei pendahuluan)

Arjuna Satrio Ramadhani dan Didik Ardian

Universitas Mercu Buana

arjunasatrioramadhani@gmail.com, didikardian@yahoo.com,

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Fasilitas, Lokasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada SMA Yadika 11 Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta didik dan alumni yang mendaftar bersekolah di SMA PKP Yadika 11 Bekasi pada tahun ajaran akademik mulai dari tahun 2017/2018 sampai dengan tahun 2021/2022. Sampel yang digunakan adalah 100 responden. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Penelitian ini membuktikan bahwa Fasilitas positif dan signifikan pengaruhnya terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Lokasi positif dan signifikan pengaruhnya terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Citra Merek positif dan signifikan pengaruhnya terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.

Kata Kunci: Fasilitas, Lokasi, Citra Merek, Keputusan Penggunaan Jasa

Abstract. This study aims to analyze the facilities, location and brand image of the decision to use services at SMA Yadika 11 Bekasi. The population in this study were students and alumni who enrolled in SMA PKP Yadika 11 Bekasi in the academic year starting from 2017/2018 to 2021/2022. The sample used is 100 respondents. Sampling method using purposive sampling. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. Quantitative analysis method using statistics. This study proves that the facility has a positive and significant effect on the decision to use the service. Location is positive and has a significant effect on the decision to use the service. Brand Image is positive and has a significant effect on Service Usage Decisions.

Keywords: Facilities, Location, Brand Image, Service Usage Decisios.

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan aspek yang sangat berperan dalam pembangunan suatu bangsa. Pemerintah menyadari akan peran pendidikan yang begitu penting bagi pembangunan dan kemajuan bangsa, mencantumkan pasal 31 dalam UUD 1945 tentang pendidikan yang berbunyi: (1) Tiap-tiap warga negara berhak mendapat pengajaran; (2) Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pengajaran nasional.

Keputusan penggunaan jasa adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical dan procese (Alma 2013). Selain itu, keputusan penggunaan jasa di pengaruhi oleh faktor pembelian atau transaksi (Trisnowati dan Nugraha 2016), Faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa yaitu barang dan jasa (Kotler dan Amstronng 2016).

KAJIAN TEORI

Menurut Suparyanto & Rosad (2015) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Bauran Manajemen Pemasaran : Produk, Harga, Lokasi/Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Fasilitas, Proses.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Tahapan Keputusan Penggunaan Jasa : Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Promosi, Evaluasi Alternatif, Niat Penggunaan Jasa, Perilaku Penggunaan Jasa.

Menurut Kotler dalam (Apriyadi, 2017) mengemukakan bahwa fasilitas sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Jadi fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat di tawarkan kepada konsumen. Dimensi Fasilitas : Kondisi Fasilitas, Kelengkapan, Desain Interior, dan Desain Eksterior.

Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi baru perusahaan. Faktor yang Mempengaruhi Lokasi: Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Tempat Parkir, Ekspansi, Lingkungan, Persaingan, Peraturan pemerintah.

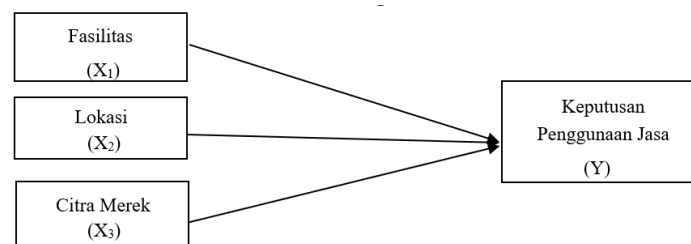
Kotler dan Armstrong (2013) mengemukakan pengertian citra merek "*The set of belief held about a particular brand is known as brand image*". Yang artinya adalah sekumpulan keyakinan terhadap suatu merek disebut citra merek. Dimensi Citra Merek : *Recognition, Reputation, Affinity*.

Rerangka Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

H2: Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

H3: Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa



Gambar 1. Rerangka Pemikiran

METODE

Desain penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah kuantitatif kausalitas. Penelitian kausal adalah melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat, sehingga dalam penelitiannya ada variabel dependen dan variabel independen. penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Metode

pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Proportional sampling. Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode Slovin sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu IBM SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan Jasa

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
Y1.1	0,376	0,1966	Valid
Y1.2	0,392	0,1966	Valid
Y2.1	0,290	0,1966	Valid
Y2.2	1	0,1966	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Fasilitas

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
X1.1.1	0,269	0,1966	Valid
X1.1.2	0,357	0,1966	Valid
X1.2.1	0,395	0,1966	Valid
X1.2.2	0,504	0,1966	Valid
X1.3.1	0,545	0,1966	Valid
X1.3.2	1	0,1966	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Lokasi

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
X2.1.1	0,413	0,1966	Valid
X2.1.2	0,219	0,1966	Valid
X2.2.1	0,277	0,1966	Valid
X2.3.1	0,548	0,1966	Valid
X2.4.1	1	0,1966	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Citra Merek

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
X3.1.1	0,221	0,1966	Valid
X3.1.2	0,275	0,1966	Valid
X3.1.3	0,325	0,1966	Valid
X3.2.1	0,243	0,1966	Valid

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket
X3.2.2	0,307	0,1966	Valid
X3.2.3	0,200	0,1966	Valid
X3.3.1	0,355	0,1966	Valid
X3.3.2	0,222	0,1966	Valid
X3.3.3	1	0,1966	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Berdasarkan dari hasil uji validitas masing – masing pernyataan dapat dinyatakan valid, karena menunjukkan nilai r-hitung diatas r-tabel yaitu 0,1966.

Uji Reliabilitas.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,822	Reliabel
X2	0,759	Reliabel
X3	0,794	Reliabel
Y	0,713	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas masing – masing pernyataan dapat dinyatakan reliabel, hal ini karena menunjukkan nilai Cronbach's Alpha diatas 0,60.

Uji Normalitas.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

N		100
Normal	Mean	.0000000
Paramaters ^{a,b}	Std.	1.79376320
	Deviation	
Most Extreme	Absolute	.059
Differences	Positive	.032
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Berdasarkan dari hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2 tailed) adalah 0,200, hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas.

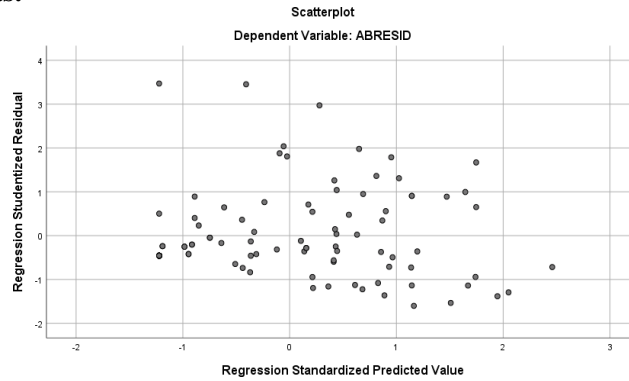
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Fasilitas	.778	1.286
Lokasi	.708	1.413
Citra Merek	.692	1.445

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Berdasarkan dari hasil uji multikolinieritas seluruh variabel dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas, hal ini karena nilai Tolerance diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10.

Uji Heteroskedastisitas.



Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil olah data pada SPSS 26 dapat dilihat bahwa (titik-titik) menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu serta tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas atau H0 diterima.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda.

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	4.284	2.135		2.006	.048
X1	.093	.058	.153	1.612	.110
X2	.154	.077	.199	2.005	.048
X3	.198	.056	.356	3.552	.001

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Berdasarkan dari hasil uji analisis regresi linier berganda diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut ini:

$$Y = 4,284 + 0,093X1 + 0,154X2 + 0,198X3$$

1. Koefisien regresi 0,093, artinya bahwa apabila Fasilitas meningkat sebesar 1 unit, maka Fasilitas SMA YADIKA 11 BEKASI mengalami kenaikan sebesar 0,093. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Fasilitas dengan Keputusan Penggunaan Jasa, semakin naik Fasilitas maka semakin meningkat pula Keputusan Penggunaan Jasa-nya
2. Koefisien regresi 0,154, bahwa apabila Lokasi meningkat sebesar 1 unit, maka Keputusan Penggunaan Jasa SMA YADIKA 11 BEKASI mengalami kenaikan sebesar 0,154. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Lokasi dengan Keputusan Penggunaan Jasa, semakin naik Lokasi maka semakin meningkat pula Keputusan Penggunaan Jasa-nya.
3. Koefisien regresi 0,198, bahwa apabila Citra Merek meningkat sebesar 1 unit, maka Keputusan Penggunaan Jasa SMA YADIKA 11 BEKASI mengalami kenaikan sebesar 0,198. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Citra Merek dengan Keputusan Penggunaan Jasa, semakin naik Citra Merek maka semakin meningkat pula Keputusan Penggunaan Jasa-nya.

Uji Koefisien Determinasi (R²).

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
.575 ^a	.331	.310	1.087

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Hasil koefisien determinasi (adjusted R²) sebesar 0,310 yang artinya 31,0 % Keputusan Penggunaan Jasa dapat dijelaskan oleh variabel Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Keputusan Penggunaan Jasa.

Sedangkan 0,543 atau 54,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis.

Tabel 10. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	4.284	2.135		2.006	.048
X1	.093	.058	.153	1.612	.110
X2	.154	.077	.199	2.005	.048
X3	.198	.056	.356	3.555	.001

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

1. Variabel Fasilitas dengan nilai t – hitung sebesar 1,612, artinya $> 1,66$ dan nilai signifikansi $0,110 < 0,05$, yaitu Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa
2. Variabel Lokasi dengan nilai t – hitung sebesar 2,005, artinya $> 1,66$ dan nilai signifikan $0,048 < 0,05$, yaitu Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa
3. Variabel Citra Merek dengan nilai t – hitung sebesar 3,555, artinya $> 1,66$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, yaitu Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Tabel 11. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	55.994	3	18.665	15.805	.000 ^b
Residual	113.366	96	1.181		
Total	169.360	99			

Sumber: Pengolahan Data dengan Program SPSS 26

Dapat dilihat nilai F hitung $18,665 > 2,70$ atau F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi adalah $0,000$ atau lebih kecil dari $0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan bahwa variabel Fasilitas, Lokasi, dan Citra Merek secara bersama sama berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.

Pembahasan Penelitian.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung pada variabel Fasilitas (X1) adalah 1,612 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.984 dan nilai signifikan dari Fasilitas 0,110 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan secara parsial Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di SMA YADIKA 11 BEKASI. Dimana hasil penelitian ini diperkuat oleh Lempoy (2015) dengan judul” Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (TAMAN SAFARI) Sonder”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga, Lokasi, dan Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung pada variabel Lokasi (X2) adalah 2,002 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.984 dan nilai signifikan dari Harga 0,001 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan secara parsial Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di SMA YADIKA 11 BEKASI. Dimana hasil penelitian ini diperkuat oleh Pramita (2022) dengan judul”Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Melalui Kualitas

Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Ekspedisi JNE di Kota Banjarmasin”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Harga dan Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung pada variabel Citra Merek (X3) adalah 3,555 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.984 dan nilai signifikan dari Harga 0,048 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan secara parsial Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di SMA YADIKA 11 BEKASI. Dimana hasil penelitian ini diperkuat oleh Iswanto (2021) , dengan judul “Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Penggunaan Jasa: Pelajaran dari Grapari Mataram”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Loyalitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.

PENUTUP

Kesimpulan. Variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa di SMA YADIKA 11 BEKASI. Artinya apabila Fasilitas jasa yang ditawarkan kepada konsumen baik dan memadai maka akan mendorong peningkatan Keputusan Penggunaan Jasa terhadap jasa pendidikan yang ditawarkan oleh SMA YADIKA 11 BEKASI.

Variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa di SMA YADIKA 11 BEKASI. Artinya apabila Lokasi dari SMA YADIKA 11 BEKASI tersebut strategis dan mudah dijangkau maka akan mendorong peningkatan Keputusan Penggunaan Jasa terhadap jasa pendidikan yang ditawarkan oleh SMA YADIKA 11 BEKASI.

Variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa di SMA YADIKA 11 BEKASI. Artinya bahwa apabila Citra Merek dari SMA YADIKA 11 BEKASI, tersebut baik maka akan mendorong peningkatan Keputusan Penggunaan Jasa terhadap jasa pendidikan yang ditawarkan oleh SMA YADIKA 11 BEKASI.

Saran. Saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat meneliti lebih lanjut terkait visi dan misi perusahaan apakah telah tercapai atau belum serta alangkah baiknya apabila menggunakan objek perusahaan yang berbeda, dengan mengembangkan kembali variabel dan indikator yang belum digunakan dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kinerja karyawan, lingkungan kerja, dan lain sebagainya.

DAFTAR RUJUKAN

- Amstrong, G., & Philip, K. (2012) Dasar- Dasar Pemasaran, Jilid 1 Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek OPPO di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal JBMA*, 5(1).
- Kotler, P. (2010). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. Kotler, Philip. Dan Keller, Kevin Lane. 2012. Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran, 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Nurlina., Milasari., dan Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi

- terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1).
- Semuel, H., & Lianto, A. (2014). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Samsung (Survey Pada Konsumen Itklik Jakarta). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 1–7.
- Sondakh, S. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Studi Pada Nasabah Taplus BNI. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1).