

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif merupakan gambaran umum responden berupa sifat atau karakter yang melekat pada diri responden atau disebut dengan kondisi demografi responden. Karakteristik responden didapat dari identitas responden ketika mengisi kuesioner. Dalam penelitian ini karakteristik responden digolongkan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan orang tua responden. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

TABEL 1
JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	46	46.0	46.0	46.0
Wanita	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah 2016, Lampiran 3

Pembahasan

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah responden pria adalah 46 responden (46%) dan jumlah responden wanita adalah 54 responden (54%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta sebagian besar adalah wanita. Hal ini

dikarenakan wanita dinilai lebih berminat terhadap bimbingan belajar di luar jam sekolah dan lebih rajin ketika menghadiri kelas bimbingan belajar sehingga membantu dalam meningkatkan pemahaman terhadap mata pelajaran yang diajarkan di sekolah.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

TABEL 2
TINGKAT PENDIDIKAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	25	25.0	25.0	25.0
SMP	32	32.0	32.0	57.0
SMA/SMK	39	39.0	39.0	96.0
Alumni	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah 2016, Lampiran 3

Pembahasan

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa responden berpendidikan SD sebanyak 25 responden (25%), responden berpendidikan SMP sebanyak 32 responden (32%), responden berpendidikan SMA/SMK sebanyak 39 responden (39%) dan Alumni sebanyak 4 responden (4%).

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta di dominasi oleh siswa SMA/SMK. Hal tersebut dikarenakan siswa SMA/SMK dituntut untuk siap menghadapi ujian sekolah, ujian nasional dan juga ujian masuk perguruan tinggi yang persaingannya semakin ketat sehingga dengan mengikuti bimbingan

belajar yang diberikan oleh lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta siswa diharapkan lebih mengerti terhadap mata pelajaran yang diajarkan sehingga bisa mendapatkan hasil yang maksimal ketika ujian. Mereka tidak hanya harus bisa lulus dari SMA/SMK, melainkan mereka juga dituntut agar dapat masuk ke perguruan tinggi negeri terutama yang favorit.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua

TABEL 3
PENDAPATAN ORANG TUA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <= Rp.1.000.000	14	14.0	14.0	14.0
>Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000	21	21.0	21.0	35.0
>Rp.2.000.000 - Rp.3.000.000	25	25.0	25.0	60.0
> Rp.3.000.000	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah 2016, Lampiran 3

Pembahasan

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa responden dengan pendapatan orang tua \leq Rp. 1.000.000 sebanyak 14 responden (14%), responden dengan pendapatan orang tua Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 21 responden (21%), responden dengan pendapatan orang tua Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 25 responden (25%) dan responden dengan pendapatan orang tua \geq Rp. 3.000.000 sebanyak 40 responden (40%). Tabel 3 menunjukkan bahwa konsumen lembaga

bimbingan belajar di Yogyakarta di dominasi oleh siswa dengan pendapatan orang tua \geq Rp. 3.000.000.

Di sini berarti, lembaga bimbingan belajar masih merupakan kebutuhan mewah bagi masyarakat Yogyakarta khususnya. Mereka baru akan mengakses lembaga bimbingan belajar apabila sudah dirasakan sangat membutuhkan dan tidak ada lagi substitusi sebagai alternatif penggantinya. Tuntutan dan ekspektasi yang besar kemungkinan baru akan menumbuhkan minat masyarakat Yogyakarta mengakses lembaga bimbingan belajar.

B. Analisis Variabel Penelitian

Analisis ini menjelaskan tentang penelitian responden terhadap variabel dan atribut – atribut penelitian yang terdiri dari service quality, customer satisfaction dan word of mouth. Atribut pada variabel penelitian ini diukur dengan skor terendah 1 (sangat tidak setuju / sangat lemah) dan skor tertinggi adalah 6 (sangat setuju/sangat kuat).

Berdasarkan kriteria tersebut maka dapat dijelaskan diskripsi penilaian responden terhadap variabel sebagai berikut

- a. Variabel service quality

Tabel 4
Analisis Variabel Service Quality

No	Variabel / Item	Mean	Kategori
	Non Academic Aspect	4,28	Agak Kuat
1	Karyawan dan Tentor Lembaga Bimbingan Belajar Berpenampilan Menarik	4,37	Kuat
2	Tentor dan Karyawan Lembaga Bimbingan Belajar memiliki sikap yang menyenangkan	4,33	Kuat
3	Petugas Lembaga Bimbingan Belajar selalu cepat tanggap ketika siswa membutuhkan bantuan	4,15	Agak Kuat
	Academic Aspect	4,38	Kuat
4	Metode yang diajarkan dalam memecahkan soal di Lembaga Bimbingan Belajar lebih mudah dipahami	4,40	Kuat
5	Pelajaran yang diajarkan di Lembaga Bimbingan Belajar mudah diterima	4,36	Kuat
	Reputation	4,35	Kuat
6	Lembaga Bimbingan Belajar memiliki fasilitas yang memadai untuk mendukung proses belajar	4,47	Kuat
7	Lembaga Bimbingan Belajar memiliki tenaga pengajar yang berkualitas	4,22	Agak Kuat
	Access	4,23	Agak Kuat
8	Informasi yang disampaikan mudah dipahami dan dimengerti	4,38	Kuat
9	Lembaga Bimbingan Belajar mudah diakses	4,28	Agak Kuat
10	Saya dapat memperoleh informasi yang saya butuhkan ketika saya menelepon	4,24	Agak Kuat
11	Lembaga Bimbingan Belajar memberi rasa aman ketika parkir kendaraan	4,01	Agak Kuat
	Programe Issue	4,25	Agak Kuat

12	Lembaga Bimbingan Belajar menawarkan beragam pilihan program bimbingan belajar	4,36	Kuat
13	Pelajaran yang diajarkan Lembaga Bimbingan Belajar sesuai dengan kurikulum di sekolah	4,22	Agak Kuat
14	Lembaga Bimbingan Belajar memberikan jaminan Lulus Ujian Nasional dan diterima di PTN atau sekolah favorit	4,18	Agak Kuat
	Understanding	4,28	Agak Kuat
15	Lembaga Bimbingan Belajar mempersilahkan siswa melakukan layanan konsultasi pelajaran di luar jadwal yang tersedia.	4,38	Kuat
16	Tentor bersedia menjawab setiap pertanyaan yang disampaikan siswa	4,19	Agak Kuat
17	Lembaga Bimbingan Belajar bersedia mengakomodasi jadwal saya	4,27	Agak Kuat

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4 menunjukkan bahwa rata – rata penilaian responden terhadap service quality masuk kategori agak kuat dengan item tertinggi aspek akademik dengan rata – rata 4,38 dan item terendah aspek akses 4,23. Hal ini berarti bahwa, rata – rata siswa di Yogyakarta dalam memilih lembaga bimbingan belajar lebih memperhatikan bagaimana lembaga bimbingan belajar tersebut dapat membantu menyelesaikan masalah mereka. Mereka tidak begitu memperhatikan aspek akses.

Pada penelitian sebelumnya Abdullah (2006), instrumen service quality versi hedperf dengan obyek penelitian pada sebuah perguruan tinggi menunjukkan bahwa kontribusi terbesar adalah akses (0,93) dan kontribusi

terendah adalah pemahaman (0,82). Hal ini mengingat pada perguruan tinggi, rata – rata calon mahasiswa melihat bagaimana mereka bisa mengakses kampus tersebut dan bagaimana lulusan tersebut dapat diakses oleh dunia kerja.

Akan tetapi, setelah instrumen hedperf tersebut diterapkan ke lembaga bimbingan belajar, instrumen akses bukanlah hal yang utama. Pada penelitian ini kontribusi terbesar adalah akademik (4,38). Konsumen lembaga bimbingan belajar yang didominasi oleh siswa SMA/SMK lebih melihat bagaimana metode pembelajaran bimbingan belajar tersebut dalam memecahkan masalah siswanya atas soal - soal ujian nasional sampai dengan soal masuk perguruan tinggi negeri.

Adapun kontribusi terendah pada penelitian ini adalah akses (4,23). Di sini siswa bimbingan belajar tidak peduli kesulitan dalam mengakses bimbingan belajar tersebut. Asalkan dapat membantu memecahkan masalah mereka, maka akan ditempuh.

b. Variabel customer satisfaction

Tabel 5

Analisis Variabel Customer Satisfaction

No	Variabel / Item	Mean	Kategori
1	Saya Puas dengan fasilitas yang diberikan Lembaga Bimbingan Belajar ini	4,90	Kuat
2	Saya Puas dengan kualitas tenaga pengajar Lembaga Bimbingan Belajar ini	4,92	Kuat

3	Saya Puas dengan tanggapan yang diberikan oleh karyawan dan tentor Lembaga Bimbingan Belajar ini	4,95	Kuat
4	Saya Puas dengan jaminan yang diberikan oleh Lembaga Bimbingan Belajar ini	4,92	Kuat
5	Saya Puas dengan program yang ditawarkan Bimbingan Belajar ini	4,57	Kuat

Pembahasan

Dari tabel 5 terlihat bahwa rata – rata penilaian responden atas item pertanyaan tentang kepuasan menunjukkan, semua item tersebut memuaskan dengan masuk kategori kuat. Responden merasa paling puas ketika karyawan dan tentor lembaga bimbingan belajar memberikan tanggapan atas yang diinginkan oleh konsumen dengan rata – rata 4,95 (kuat). Sedangkan program yang ditawarkan lembaga bimbingan belajar memberikan kontribusi kepuasan paling rendah. Hal ini dimungkinkan karena program yang ditawarkan semua bimbingan belajar di Yogyakarta rata – rata sama, yang membedakan adalah perlakuan yang diberikan dalam bentuk daya tanggap terhadap kebutuhan siswa.

c. Variabel word of mouth

Tabel 6

Analisis Variabel Word of Mouth

No	Variabel / Item	Mean	Kategori
1	Saya akan menceritakan pengalaman menyenangkan selama belajar di Lembaga Bimbingan Belajar ini kepada orang lain	5,00	Kuat

2	Saya akan menceritakan kepada teman atau saudara saya bahwa Lembaga Bimbingan Belajar ini memiliki kualitas pelayanan yang baik.	4,86	Kuat
3	Saya akan menceritakan keunggulan dari lembaga bimbingan belajar ini kepada teman saya yang sedang membaca brosur, iklan di media cetak, atau iklan di media elektronik	4,95	Kuat
4	Saya akan menceritakan kepada teman saya bahwa Lembaga Bimbingan Belajar ini merupakan lembaga terbaik	5,08	Kuat
5	Saya akan menceritakan manfaat dan keuntungan yang akan diperoleh dengan bergabung pada Lembaga Bimbingan Belajar ini.	4,90	Kuat

Pembahasan

Berdasarkan tabel 6 di atas, penilaian responden rata – rata masuk kategori kuat. Dan word of mouth berdasarkan tabel tersebut yang paling kuat adalah cerita tentang baik dan buruknya lembaga bimbingan belajar tersebut dengan rata – rata 5,08.

C. Uji Data Penelitian

Uji instrumen penelitian digunakan untuk menguji layak atau tidaknya instrumen yang digunakan untuk menghimpun data dalam penelitian. Uji instrumen penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi *product moment pearson* dengan bantuan program *SPSS for windows* versi

17.0. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2005:109).

Nilai r-tabel untuk uji dua sisi pada taraf signifikansi 5% (0,05) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n. Karena n = 100 responden, maka derajat bebasnya (df) adalah $n - 2 = 100 - 2 = 98$. Nilai r-tabel pada $df = 98$ dan taraf signifikansi 0,05 adalah 0,1292. Suatu data dikatakan valid apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (Triton, 2006:260).

Hasil uji validitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

TABEL 7
HASIL UJI VALIDITAS

Variabel	Butir Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Hasil Pengujian	Keterangan
			$\alpha = 5\%$		
Pelayanan (X)	Butir 1	0,436	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 2	0,647	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 3	0,741	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 4	0,585	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 5	0,764	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 6	0,679	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 7	0,738	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 8	0,699	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 9	0,557	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 10	0,534	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 11	0,462	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 12	0,287	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 13	0,501	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 14	0,540	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 15	0,439	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 16	0,534	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 17	0,541	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
Customer Satisfaction (Y ₁)	Butir 1	0,752	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 2	0,851	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 3	0,875	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 4	0,829	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
	Butir 5	0,833	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
WOM	Butir 1	0,842	0,1292	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid

(Y ₂)	Butir 2	0,739	0,1292	r-hitung > r-tabel	Valid
	Butir 3	0,745	0,1292	r-hitung > r-tabel	Valid
	Butir 4	0,815	0,1292	r-hitung > r-tabel	Valid
	Butir 5	0,790	0,1292	r-hitung > r-tabel	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2016, Lampiran 4

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian yang tertera pada tabel 7 dapat dijelaskan bahwa dengan tingkat signifikansi 5%, diketahui nilai r-hitung > r-tabel yang berarti bahwa instrumen penelitian ini valid sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil relatif konsisten atau tidak berbeda jika diukur ulang pada subyek yang sama, sehingga dapat diketahui konsistensi atau keandalan alat ukur (kuesioner). Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas adalah teknik *Cronbach Alpha* (Hadi dalam Bawono, 2006:64). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Bawono, 2006:68).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS *for Windows* versi 17.0. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

TABEL 8
HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	N of Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Alfa Standar	Kriteria
Pelayanan (X)	17	0,928	0,60	Reliabel
Customer Satisfaction (Y ₁)	5	0,884	0,60	Reliabel
WOM (Y ₂)	5	0,844	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah 2016, Lampiran 5, 6, dan 7

Pembahasan

Berdasarkan tabel 8, dengan menggunakan ketentuan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian ini reliabel karena memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Sementara itu, dari dimensi reliabilitas, hasil olah data menunjukkan bahwa reliabilitas untuk 17 item untuk 6 dimensi service quality versi hedperf adalah 0,928. Apabila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya oleh Abdullah (2006) dengan reliabilitas 0,896, penerapan instrumen hedperf lebih reliabel ketika diterapkan di lembaga bimbingan belajar.

D. Analisis Data Kuantitatif

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila konstanta positif maka variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen dan apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. (Wijaya, 2013:62):

Pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS *for Windows* versi 17.0 dan diperoleh hasil sebagai berikut:

TABEL 9
HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA CUSTOMER
SATISFACTION

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.650	2.468		.263	.793
X Service Quality	.324	.034	.698	9.647	.000

a. Dependent Variable: Y1 Customer Satisfaction

Sumber : Data Primer diolah 2016, Lampiran 8

Pembahasan

Berdasarkan tabel 9 diatas maka persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,650 + 0,324X$$

Persamaan diatas menunjukkan adanya pengaruh variabel independen (pelayanan) terhadap variabel dependen (customer satisfaction lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta). Adapun penjelasan dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,650 artinya apabila variabel independen pelayanan (X) tidak ada atau sama dengan nol maka customer satisfaction lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta adalah sebesar 0,650.
- b. Koefisien regresi variabel pelayanan (X) sebesar 0,324 menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction lembaga bimbingan belajar di

Yogyakarta (Y_1). Hal ini berarti apabila ada kenaikan satu satuan variabel pelayanan (X) maka akan meningkatkan customer satisfaction lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_1) sebesar 0,324 dengan asumsi bahwa variabel lain bernilai tetap. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya bahwa service quality berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank dengan koefisien regresi 0,762 (Salehnia,2014:108)

TABEL 10
HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA WORD OF MOUTH
.Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.819	1.204		.680	.498
X Service Quality	.047	.023	.104	2.074	.041
Y1 Customer Satisfaction	.841	.049	.859	17.075	.000

a. Dependent Variable: Y2 WOM

Sumber : Data Primer diolah 2016, Lampiran 9

Pembahasan

Berdasarkan tabel 10 diatas maka persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,819 + 0,047X + 0,841Y_1$$

Persamaan diatas menunjukkan adanya pengaruh variabel independen (pelayanan) dan variable intervening (customer satisfaction) terhadap variabel dependen (Word of Mouth lembaga bimbingan belajar di

Yogyakarta). Adapun penjelasan dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,819 artinya apabila variabel independen pelayanan (X) dan variable intervening (Y_1) tidak ada atau sama dengan nol maka Word of Mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta adalah sebesar 0,819.
- b. Koefisien regresi variabel pelayanan (X) sebesar 0,047 signifikansi 0,041 (lebih kecil dari 0,05) menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Word of Mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_2). Hal ini berarti apabila ada kenaikan satu satuan variabel pelayanan (X) maka akan meningkatkan Word of Mouth Lembaga Bimbingan Belajar di Yogyakarta (Y_2) sebesar 0,047 dengan asumsi bahwa variabel lain bernilai tetap. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya bahwa service quality berpengaruh positif atas word of mouth nasabah bank sebesar 0,502 (Salehnia,2014:108). Pada penelitian sebelumnya oleh Samad (2014 ; 39) sebesar 0,584 dengan signifikansi 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM. Artinya, apabila ada kenaikan satu satuan variabel pelayanan, akan meningkatkan word of mouth
- c. Koefisien regresi variabel Customer Satisfaction (Y_1) sebesar 0,841 signifikansi 0,00 (lebih kecil dari 0,05) menunjukkan bahwa variabel Customer Satisfaction (Y_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Word of Mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_2). Hal ini berarti apabila ada kenaikan satu satuan variabel Customer Satisfaction (Y_1) maka akan meningkatkan Word of Mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_2) sebesar 0,841 dengan asumsi bahwa variabel lain bernilai tetap. Pada penelitian sebelumnya, customer satisfaction nasabah bank akan berpengaruh positif terhadap word of mouth dengan koefisien regresi sebesar 0,724 (Salehnia, 2014:108). Sementara itu pada penelitian Samad (2014,39) menyatakan bahwa customer satisfaction konsumen perusahaan software berpengaruh positif terhadap word of mouth dengan koefisien regresi sebesar 0,396

2. Uji Hipotesis

a. Uji-t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu (Bawono, 2006:89). Uji-t membandingkan t-hitung dengan t-tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Karena merupakan uji dua arah, maka $\frac{\alpha}{2} = \frac{0,05}{2} =$

0,025 dan derajat kebebasan (df) = n-2 (Sugiyono, 2005:184)

Dengan n = 100, maka derajat kebebasan (df) = n-1 = 100-1 = 99.

Nilai t-tabel untuk df = 99 pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ untuk uji 2 sisi (0,025) adalah : 1,6604 (Sugiyono, 2005:184)

Pengambilan keputusan

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variable intervening (Y_1).

Jika $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variable intervening (Y_1).

Pengujian dilakukakn dengan menggunakan program SPSS *for Windows* versi 17.0 dan diperoleh nilai t-hitung seperti tertera dalam tabel 11

TABEL 11
HASIL UJI-t Customer Satisfaction

Variabel Independen	t-hitung	t-tabel	Signifikansi	Keterangan
Pelayanan (X)	9.647	1,6604	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer diolah 2016, Lampiran 8

1) Pembahasan

a) Pengujian terhadap variabel pelayanan (X)

Nilai t-hitung sebesar $9.647 > t\text{-tabel } 1,6604$ dengan signifikansi t sebesar 0,000, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel pelayanan (X) merupakan penduga atau parameter yang baik terhadap customer satisfaction lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_1).

Langkah-langkah pengujiannya untuk word of mouth adalah :

Dengan $n = 100$, maka derajat kebebasan (df) = $n-2 = 100-2 = 98$. Nilai t-tabel untuk $df = 98$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ untuk uji 2 sisi (0,025) adalah : 1,6606

Pengambilan keputusan

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dan variable intervening (Y_1) dengan variabel dependen (Y_2).

Jika $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dan variable intervening (Y_1) dengan variabel dependen (Y_2).

Pengujian dilakukakn dengan menggunakan program SPSS *for Windows* versi 17.0 dan diperoleh nilai t-hitung seperti tertera dalam tabel 12

TABEL 12
HASIL UJI-t Word of Mouth

Variabel Independen	t-hitung	t-tabel	Signifikansi	Keterangan
Pelayanan (X)	2.074	1,6606	0,041	Signifikan
Customer Satisfaction (Y_1)	17.075	1,6606	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer diolah 2016, Lampiran 9

2) Pembahasan

b) Pengujian terhadap variabel pelayanan (X)

Nilai t-hitung sebesar $2.074 > t\text{-tabel } 1,6606$ dengan signifikansi t sebesar 0,041, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel pelayanan (X) merupakan penduga atau parameter yang baik terhadap Word of Mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_2).

c) Pengujian terhadap variabel Customer Satisfaction (Y_1)

Nilai t-hitung sebesar $17.075 > t\text{-tabel } 1,6606$ dengan signifikansi t sebesar $0,000$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel produk (X_2) merupakan penduga atau parameter yang baik terhadap Word of Mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_2).

b. Uji-F Customer Satisfaction

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel X (independen) dapat mempengaruhi variable intervening (Y_1) (Bawono, 2006:91). Pengujian melalui uji-F yaitu membandingkan F-hitung dengan F-tabel pada taraf signifikansi 5% (Wijaya, 2013:127). Pengujian dilakukakn dengan menggunakan program SPSS *for Windows* versi 17.0. Hasil uji-F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 13

TABEL 13
HASIL UJI-F Customer Satisfaction
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	933.869	1	933.869	93.067	.000 ^a
	Residual	983.371	98	10.034		
	Total	1917.240	99			

a. Predictors: (Constant), X Service Quality

b. Dependent Variable: Y1 Customer Satisfaction

Sumber: Data Primer diolah 2016, Lampiran 8

Langkah pengujiannya Uji – F customer satisfaction adalah (Bawono, 2006:91) :

1) Menentukan F-tabel

Untuk memperoleh F-tabel digunakan taraf signifikansi $\alpha=5\%$ dan derajat kebebasan (dk) = $n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen (Sugiyono, 2005:191).

Jadi untuk $dk = n-k-1 = 100-1-1 = 98$, nilai F-tabelnya adalah = 3,938.

2) Pengambilan keputusan

Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variable intervening (Y_1).

Jika $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variable intervening (Y_1).

3) Kesimpulan

Nilai F-hitung sebesar $93.067 > F\text{-tabel}$ sebesar 3,938 dengan signifikansi sebesar 0,000 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian secara menyeluruh variabel independen yang terdiri dari pelayanan (X) merupakan penduga atau parameter yang baik terhadap variable customer satisfaction (Y_1) lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_2).

c. Uji-F Word of Mouth

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel $X_{1,2,3,4,5}$ (independen) dan variable intervening (Y_1) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y_2 (dependen) (Bawono, 2006:91). Pengujian melalui uji-F yaitu membandingkan F-hitung dengan F-tabel pada taraf signifikansi 5% (Wijaya, 2013:127). Pengujian dilakukakn dengan menggunakan program SPSS *for Windows* versi 17.0. Hasil uji-F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 14.

TABEL 14
HASIL UJI-F Word of Mouth
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1607.728	2	803.864	336.589	.000 ^a
	Residual	231.662	97	2.388		
	Total	1839.390	99			

a. Predictors: (Constant), Y1 Customer Satisfaction, X Service Quality

b. Dependent Variable: Y2 WOM

Sumber: Data Primer diolah 2016, Lampiran 9

Langkah pengujiannya Uji – F word of mouth adalah (Bawono, 2006:91) :

1) Menentukan F-tabel

Untuk memperoleh F-tabel digunakan taraf signifikansi $\alpha=5\%$ dan derajat kebebasan (dk) = $n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen (Sugiyono, 2005:191).

Jadi untuk $dk = n-k-1 = 100-2-1 = 97$, nilai F-tabelnya adalah = 3,090.

2) Pengambilan keputusan

Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dan variable intervening (Y_1) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y_2).

Jika $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dan variable intervening (Y_1) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y_2).

3) Kesimpulan

Nilai F-hitung sebesar $336,589 > F\text{-tabel}$ sebesar 3,090 dengan signifikansi sebesar 0,000 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian secara menyeluruh variabel independen yang terdiri dari pelayanan (X) dan variable customer satisfaction (Y_1) merupakan penduga atau parameter yang baik terhadap Word of Mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_2).

3. Uji Determinasi (R^2)

Menurut Gujarati (dalam Bawono, 2006:92) Analisis Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase (%) pengaruh keseluruhan variabel independen yang digunakan terhadap

variabel dependen (Y). Pengujian dilakukan dengan dengan melihat R^2 pada hasil analisis persamaan regresi yang diperoleh. Apabila angka koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati 1 berarti model regresi yang digunakan sudah semakin tepat sebagai model penduga terhadap variabel dependen (Y).

TABEL 15
HASIL UJI DETERMINASI (R^2) CUSTOMER SATISFACTION

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.487	.482	3.16771

a. Predictors: (Constant), X Service Quality

Sumber: Data Primer diolah 2016, Lampiran 8

Pembahasan

Dari hasil pengujian seperti yang tertera pada tabel 15 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,487 yang menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel pelayanan (X) terhadap customer satisfaction (Y1) lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta adalah sebesar 48,7% sedangkan sisanya sebesar 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil uji determinasi baik yang terdapat pada penelitian sebelumnya Abdullah (2006,579) sebesar 42,9% dan hasil penelitian ini 48,7%, kontribusi service quality dengan instrumen hedperf terhadap customer satisfaction rendah. masih banyak faktor lain sebesar 51,3% yang tidak diteliti akan tetapi mempengaruhi customer satisfaction.

Sementara itu pada penelitian lainnya, kontribusi service quality terhadap customer satisfaction nasabah bank sebesar 37,8% sisanya 62,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya (Kaura & Datta,2012:43)

TABEL 16
HASIL UJI DETERMINASI (R^2) WORD OF MOUTH

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.935 ^a	.874	.871	1.54540

a. Predictors: (Constant), Y1 Customer Satisfaction, X Service Quality

Sumber: Data Primer diolah 2016, Lampiran 9

Pembahasan

Dari hasil pengujian seperti yang tertera pada tabel 16 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,874 yang menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel pelayanan (X) dan customer satisfaction (Y_1) terhadap Word of Mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta (Y_2) adalah sebesar 87,4% sedangkan sisanya sebesar 12,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sementara itu pada penelitian sebelumnya, kontribusi customer satisfaction yang didukung oleh service quality untuk produk software terhadap word of mouth sebesar 54,8% sedangkan sisanya 45,2% dipengaruhi oleh faktor lain (Samad, 2014:39). Adapun untuk produk perbankan, Salehnia (2014,107) menyebutkan bahwa kontribusinya adalah 78,3% sisanya 21,7%.

Hal ini berarti bahwa kontribusi customer satisfaction atas produk jasa terhadap word of mouth lebih besar daripada produk barang. Hal ini bisa dimungkinkan karena produk jasa tidak dapat disentuh oleh panca indra, hanya bisa dirasakan. Oleh karena itu, ketika konsumen produk jasa merasakan kepuasan ketika menggunakan produk tersebut maka word of mouth produk tersebut jauh lebih besar daripada produk barang.

