

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1.1.1 Sejarah Bimbingan Tridaya**

Di tengah-tengah persaingan yang tajam dalam industri bimbingan belajar, pada tanggal 19 Juli 1991 Tridaya didirikan di Kota Bandung. Seiring dengan perjalanan waktu, berkat keuletan dan konsistensinya dalam menjaga kualitas, kini Tridaya telah mempunyai 26 unit dengan rincian 19 unit di Kota Bandung, 1 Unit di kota Cimahi, 2 Unit di Kabupaten Bandung Barat, 1 unit di kota Cirebon, dan 2 unit kota Jogjakarta, 1 unit di kota Tasikmalaya. Bimbel Tridaya pada awalnya mulai bergerak di bidang pelayanan pendidikan dengan mengajar siswa Sekolah Dasar (SD) yang bertempat di Tridaya Jl. Nias dalam no. 8 Bandung. Lambat laun, Bimbel Tridaya melakukan ekspansi pasar dengan membuka bimbingan belajar di kota Bandung dan Cimahi.

Latar belakang pendirian Bimbingan Belajar Tridaya adalah melihat kondisi pendidikan yang semakin dinamis dengan banyaknya siswa yang membutuhkan belajar tambahan diluar jam sekolah untuk meningkatkan prestasi belajar dan dapat diterima di Sekolah atau Perguruan Tinggi Negeri yang diharapkan. Peluang ini yang dimanfaatkan oleh Tridaya sebagai fasilitator bagi siswa dalam belajar diluar belajar formal di sekolah. Dengan fasilitas yang memadai dan ditunjang dengan kualitas pelayanan prima akhirnya berbuah manis dengan terjadinya peningkatan yang signifikan terhadap jumlah siswa yang mendaftar setiap tahunnya, pada tahun ajaran 2017/2018, jumlah siswa Bimbingan Tridaya telah mencapai sekitar 5698 orang. Kesuksesan yang dicapai Tridaya dipengaruhi oleh faktor utama dan faktor penunjang keberhasilan siswa. Faktor utama tersebut adalah kualitas pengajar, relevansi materi pelajaran, dan metodologi pengajaran, sedangkan faktor pelengkap adalah ruang kelas yang nyaman dan informasi.

Kualitas pengajar dilihat dari prestasi dan latar belakang pendidikan para pengajar yang notabene berasal dari Perguruan Tinggi Negeri terkemuka

di Indonesia. Relevansi materi pelajaran di Tridayaya sangat akurat hal itu dikarenakan Bimbingan Belajar Tridayaya melakukan kegiatan belajar berbasis kurikulum pendidikan terbaru, sehingga lebih bisa diterima dengan baik kepada para siswa. Sedangkan tentang metodologi pengajaran, Bimbingan Belajar Tridayaya memberikan daya tarik tersendiri dengan penggunaan trik dan tips cara cepat dan jitu untuk menjawab soal susah dengan mudah. Faktor Penunjang berupa ruang kelas belajar yang dibuat nyaman dan kondusif, sehingga peserta didik akan dapat menerima materi yang disampaikan dengan mudah. Dalam perjalanannya, Tridayaya tidak membatasi menggembleng siswa SD semata, tapi kini telah menerima siswa SMP dan SMA dengan fasilitas program belajar yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan siswanya.

Pada awal tahun 2014 Tridayaya telah resmi kembali membuka unit baru yaitu Tridayaya Margahayu – Kopo dan Tridayaya Rancaekek dengan tujuan merangkul anak – anak di daerah tersebut untuk lebih berprestasi dan menyukai belajar sesuai dengan motto Tridayaya *'Be Fun and Smart With Us '*. Saat ini Tridayaya memiliki konsentrasi yang penuh terhadap pelayanan pendidikan dengan menerapkan *driven strategy* yang berorientasi pada kepuasan konsumen (*Consumer Satisfaction*) melalui pelayanan yang unggul (*Service Excellence*). Dengan beberapa kelebihan yang dimiliki oleh Tridayaya baik dari segi kualitas pengajaran dan pelayanan telah mampu membuat Bimbingan Tridayaya menjadi salah satu Bimbel yang populer di wilayah kota Bandung dan sekitarnya.

### **1.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Bimbingan Belajar Tridayaya**

Adapun Visi dan Misi untuk menunjang kinerja yang menjadi tujuan serta patokan para stakeholder dan shareholder dari Bimbingan Belajar Tridayaya yakni sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi lembaga pendidikan yang dibutuhkan oleh masyarakat Jawa Barat.

b. Misi

1. Memberikan layanan jasa pendidikan yang progresif, kreatif dan inovatif dengan memperlihatkan potensi dan kebutuhan individu
2. Memperluas jangkauan jasa pendidikan pada masyarakat Jawa Barat
3. Membangun profesionalisme manajemen lembaga, program kemitraan, dan SDM yang berkualitas
4. Membantu peserta didik mengembangkan potensi diri untuk mencapai prestasi terbaik
5. Menjadi mitra kerja yang mampu membantu menjawab kebutuhan dalam pengembangan dalam dunia pendidikan

c. Tujuan

1. Mengembangkan jenis layanan pendidikan untuk meningkatkan peran Lembaga Pendidikan Tridaya dalam mengembangkan potensi siswa
2. Meningkatkan jumlah unit pelayanan pendidikan untuk memperluas jangkauan pelayanan terhadap masyarakat
3. Memberikan layanan pendidikan dan keterampilan yang dibutuhkan bagi masyarakat
4. Mengenal, memahami, menerima, mengarahkan dan mengaktualisasikan potensi diri siswa secara optimal sesuai dengan program pengajaran
5. Membuat standar pelayanan lembaga sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan
6. Mewujudkan pola keorganisasian yang matang dan teruji
7. Mengefektifkan pola keorganisasian (pola rekrutmen, pembinaan dan pelatihan, kendali kualitas, serta kaderisasi)
8. Mewujudkan budaya perusahaan yang dapat mendorong ke arah kemajuan
9. Menerapkan pembelajaran yang mengedepankan proses yang menyenangkan, aktif, kreatif, dan inovatif.

mengingat persaingan dalam bidang jasa pendidikan sangat ketat. Perusahaan harus memperhatikan harga yang akan dipasang karena besar atau kecilnya harga yang dipasang akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Berikut perbandingan harga investasi beberapa Bimbel di Kota Bandung.

**Tabel 1.4**

***Biaya Investasi Bimbel Tridaya***

<b>Kategori</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>
Biaya Investasi	7.000.000	7.000.000	11.300.000
Jumlah Siswa Per Kelas	5 Siswa	5 Siswa	8 Siswa
Jumlah Pertemuan Per Minggu	3x	3x	3x

*Sumber: Bimbel Tridaya, 2018*

**Tabel 1.5**

***Biaya Investasi Bimbel GO***

<b>Kategori</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>
Biaya Investasi	5.750.000	9.100.000	9.100.000
Jumlah Siswa Per Kelas	18 Siswa	30 Siswa	30 Siswa
Jumlah Pertemuan Per Minggu	2x	2x	2x

*Sumber: Bimbel GO, 2018*

**Tabel 1.6**

***Biaya Investasi Bimbel SSC***

<b>Kategori</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>
Biaya Investasi	6.750.000	10.500.00	6.750.000
Jumlah Siswa Per Kelas	9-12 Siswa	20 Siswa	9-12 Siswa
Jumlah Pertemuan Per Minggu	2x	2x	2x

*Sumber: Bimbel SSC, 2018*

Selain faktor harga, faktor kualitas pelayanan pun adalah salah satu penilaian konsumen terhadap sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang

mengingat persaingan dalam bidang jasa pendidikan sangat ketat. Perusahaan harus memperhatikan harga yang akan dipasang karena besar atau kecilnya harga yang dipasang akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Berikut perbandingan harga investasi beberapa Bimbel di Kota Bandung.

**Tabel 1.4**

***Biaya Investasi Bimbel Tridaya***

<b>Kategori</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>
Biaya Investasi	7.000.000	7.000.000	11.300.000
Jumlah Siswa Per Kelas	5 Siswa	5 Siswa	8 Siswa
Jumlah Pertemuan Per Minggu	3x	3x	3x

*Sumber: Bimbel Tridaya, 2018*

**Tabel 1.5**

***Biaya Investasi Bimbel GO***

<b>Kategori</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>
Biaya Investasi	5.750.000	9.100.000	9.100.000
Jumlah Siswa Per Kelas	18 Siswa	30 Siswa	30 Siswa
Jumlah Pertemuan Per Minggu	2x	2x	2x

*Sumber: Bimbel GO, 2018*

**Tabel 1.6**

***Biaya Investasi Bimbel SSC***

<b>Kategori</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>
Biaya Investasi	6.750.000	10.500.00	6.750.000
Jumlah Siswa Per Kelas	9-12 Siswa	20 Siswa	9-12 Siswa
Jumlah Pertemuan Per Minggu	2x	2x	2x

*Sumber: Bimbel SSC, 2018*

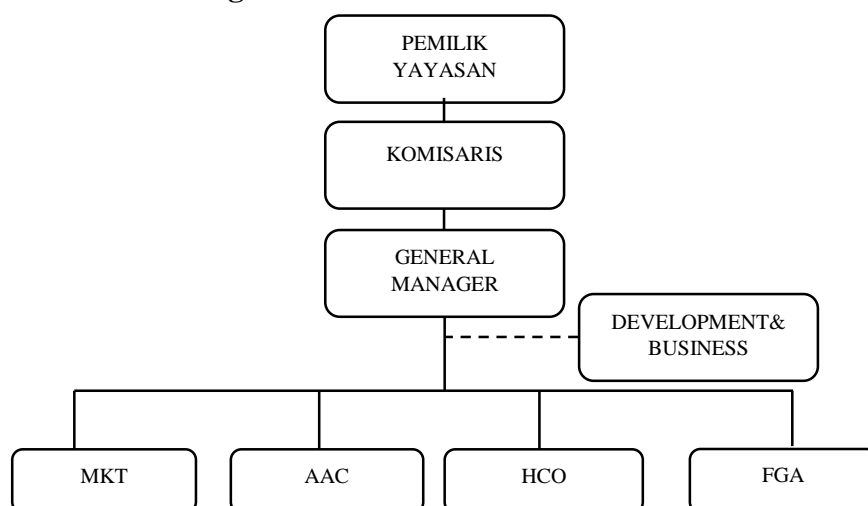
Selain faktor harga, faktor kualitas pelayanan pun adalah salah satu penilaian konsumen terhadap sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang

### 1.1.4 Logo Perusahaan



**GAMBAR 1.1**  
**Logo Bimbel Tridaya**  
Sumber: [www.tridaya.org](http://www.tridaya.org), 2018

### 1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan



**GAMBAR 1.2**  
**Struktur Organisasi Perusahaan**  
Sumber: HRD Tridaya, 2018

## 1.2 Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Tahun 1989, pendidikan dilaksanakan dalam bentuk bimbingan, pengajaran, dan latihan, bimbingan atau membimbing memiliki dua makna yaitu bimbingan secara umum yang mempunyai arti sama dengan mendidik atau menanamkan nilai-nilai, membina moral, mengarahkan siswa supaya menjadi orang baik.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang disertai dengan semakin kencangnya arus globalisasi dunia membawa dampak tersendiri bagi dunia pendidikan. Banyak sekolah di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini mulai melakukan globalisasi dalam sistem pendidikan internal

sekolah. Hal ini juga menyebabkan meningkatnya Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM) disetiap sekolah yang menuntut siswa meningkatkan mutu dan kemampuannya dalam bidang akademik demi melampaui nilai KKM. Selain itu, daya tangkap dan gaya belajar masing-masing siswa terhadap mata pelajaran di sekolah berbeda-beda. Dengan adanya masalah tersebut peluang bisnis di dunia pendidikan semakin besar, kini marak berdiri Lembaga Bimbingan Belajar untuk memenuhi kebutuhan siswa dalam bidang akademik.

Bimbingan Belajar adalah sebuah lembaga swasta yang bergerak dalam bidang jasa peningkatan dan pengembangan kemampuan belajar serta tempat konsultasi akademik siswa. Tim Jurusan Psikologi Pendidikan (Mulyadi, 2010:107) mengatakan bahwa bimbingan belajar adalah proses pemberian bantuan kepada murid dalam memecahkan kesulitan-kesulitan yang berhubungan dengan masalah belajar. Hingga saat ini, Lembaga Bimbingan Belajar sangat diminati oleh para orang tua maupun siswa yang ingin meningkatkan kemampuan dalam bidang akademik.

Berdasarkan data Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Indonesia, pada tahun 2012 tercatat, lembaga bimbingan belajar sebanyak 13.446, sebanyak 11.207 lembaga atau sekitar 83,35% diantaranya telah memiliki izin operasi. Sementara jumlah peserta Bimbingan Belajar mencapai 1.348.565 orang. Terdiri dari siswa SD sampai jenjang pendidikan tinggi. Siswa pada jenjang SMA menempati urutan pertama yaitu sebesar 45,51%, kemudian diikuti tingkat pendidikan SMP sebesar 22,97%, SD 17,84%, S2/S3 sebanyak 10,11%. Hal ini membuktikan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang mempercayakan pendidikan non formalnya kepada Lembaga Bimbingan Belajar (Sumber: <http://www.neraca.co.id>, 2018).

**Tabel 1. 2**  
**Daftar Lembaga Bimbingan Belajar Kota Bandung**

NO	NAMA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR
1	GANESHA OPERATION
2	TRIDAYA
3	SSC

(bersambung)

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 Logo Bimbel Tridaya .....	6
GAMBAR 1. 2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	6
GAMBAR 1. 3 Hubungan Antara Persepsi Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	12
GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
GAMBAR 3.1 Tahapan Penelitian.....	36
GAMBAR 3.2 Teknik Sampling .....	38
GAMBAR 3.3 Korelasi Interpretasi Nilai .....	42
GAMBAR 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
GAMBAR 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	48
GAMBAR 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	48
GAMBAR 4.4 Garis Kontinum Kualitas Pelayanan (X1).....	54
GAMBAR 4.5 Garis Kontinum Variabel Harga (X2).....	57
GAMBAR 4.6 Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	59
GAMBAR 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	60



mengingat persaingan dalam bidang jasa pendidikan sangat ketat. Perusahaan harus memperhatikan harga yang akan dipasang karena besar atau kecilnya harga yang dipasang akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Berikut perbandingan harga investasi beberapa Bimbel di Kota Bandung.

**Tabel 1.4**

***Biaya Investasi Bimbel Tridaya***

<b>Kategori</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>
Biaya Investasi	7.000.000	7.000.000	11.300.000
Jumlah Siswa Per Kelas	5 Siswa	5 Siswa	8 Siswa
Jumlah Pertemuan Per Minggu	3x	3x	3x

*Sumber: Bimbel Tridaya, 2018*

**Tabel 1.5**

***Biaya Investasi Bimbel GO***

<b>Kategori</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>
Biaya Investasi	5.750.000	9.100.000	9.100.000
Jumlah Siswa Per Kelas	18 Siswa	30 Siswa	30 Siswa
Jumlah Pertemuan Per Minggu	2x	2x	2x

*Sumber: Bimbel GO, 2018*

**Tabel 1.6**

***Biaya Investasi Bimbel SSC***

<b>Kategori</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>
Biaya Investasi	6.750.000	10.500.00	6.750.000
Jumlah Siswa Per Kelas	9-12 Siswa	20 Siswa	9-12 Siswa
Jumlah Pertemuan Per Minggu	2x	2x	2x

*Sumber: Bimbel SSC, 2018*

Selain faktor harga, faktor kualitas pelayanan pun adalah salah satu penilaian konsumen terhadap sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang

baik merupakan unsur penting dalam memasarkan sebuah produk kepada konsumen. Menurut Kotler dalam buku Sangadji (2013:99) merumuskan bahwa: “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Gronroos dalam buku Daryanto (2014:135) mengemukakan bahwa “Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan”.

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Amat sulit bagi sebuah Lembaga Bimbingan Belajar untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang bertahan.

Dengan adanya persaingan ketat antar Lembaga Bimbingan Belajar membuat masing-masing pesaing berusaha membuat konsumennya bertahan menggunakan produknya. Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya menggunakan strategi penetapan harga dan memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas suatu produk/jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadinya proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama.

Menurut (Kotler, 2014:150) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen merasa tidak puas dan berujung kecewa. Sebaliknya, jika kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas.

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal tersebut juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang jasa pendidikan. Untuk memenangkan persaingan tersebut maka perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau mampu memberikan kepuasan kepada setiap pelanggannya.

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan di bidang jasa adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan itu sendiri merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan dapat terus menggunakan jasa tersebut.

**Tabel 1.7**

***Pra Kuisisioner Pendahuluan Mengenai Kualitas Layanan Bimbel Tridayaya***

No.	Dimensi	Frekuensi				Jumlah Skor	Skor Ideal	Hasil	Standar
		4	3	2	1				
1	<i>Tangible</i>	7	17	6	0	91	120	75,8%	100%
2	<i>Emphaty</i>	7	18	5	0	94	120	78,3%	100%
		4	16	9	1	83	120	69,1%	100%
3	<i>Reliability</i>	4	25	1	0	93	120	81,6%	100%
		5	22	3	0	92	120	89,1%	100%
4	<i>Responsiveness</i>	3	19	8	0	85	120	70,8%	100%
		5	20	5	0	90	120	86,7%	100%
5	<i>Assurance</i>	5	23	2	0	93	120	81,6%	100%
		3	23	4	0	89	120	74,1%	100%
TOTAL						808	1080	74,8%	100%

Sumber: Data diolah, 2018

**Tabel 1.8**

***Pra Kuisisioner Pendahuluan Mengenai Harga Bimbel Tridayaya***

No.	Dimensi	Frekuensi				Jumlah Skor	Skor Ideal	Hasil	Standar
		4	3	2	1				
1	Harga yang sesuai dengan manfaat	3	17	4	0	71	120	59,1%	100%
		10	15	5	0	95	120	79,1%	100%
2	Persepsi harga dan manfaat	7	23	0	0	97	120	80,8%	100%
3	Harga produk terjangkau	6	24	0	0	96	120	80%	100%
		4	25	1	0	93	120	77,5%	100%
4	Persaingan harga	10	16	4	0	96	120	80%	100%

5	Kesesuaian harga dengan kualitas	4	16	10	0	84	120	70%	100%
TOTAL						532	840	63%	100%

Sumber: Data diolah, 2018

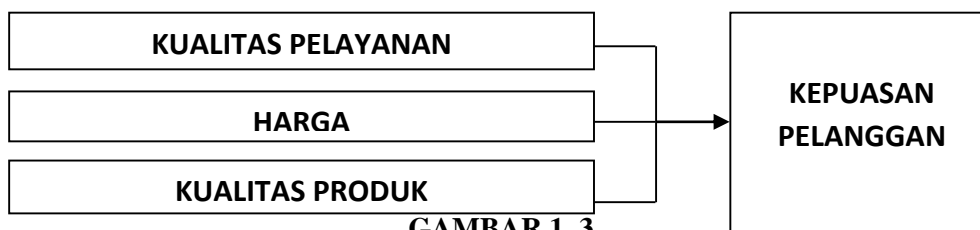
Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan kepada 30 siswa Bimbel Tridaya, Kualitas Layanan memiliki nilai 74,8%. Dimana nilai tersebut lebih kecil dari 75%. Sedangkan nilai variabel harga memiliki nilai 63% dimana nilai tersebut lebih kecil dari 75%. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai masalah pada Bimbel Tridaya.

Menurut Rien, Warso & Fathoni (2016) bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi dari hasil pra kuisisioner berbeda karena nilai kualitas pelayanan hanya mencapai 74,8%.

Selain pelayanan, harga merupakan variabel yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan nilai variabel harga hanya mencapai 63%

Kepuasan pada jasa diukur dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman selama menggunakan jasa tersebut. Menurut Zeithaml and Bitner dalam Randy (2015:3) kepuasan pelanggan diukur berdasarkan persepsi pelanggan terhadap harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Perlu diketahui bahwa kepuasan pelanggan dapat membentuk loyalitas. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya kualitas pelayanan dan harga.



GAMBAR 1. 3

Hubungan Antara Persepsi Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sumber: Randy (2015:3)

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya Kota Bandung pada Tahun 2018”

### **1.3 Rumusan Masalah**

Perumusan masalah diperlukan agar batasan masalah menjadi lebih jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti membatasi pembahasan hanya sampai kepuasan pelanggan, karena penulis hanya ingin mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan pengaruh dimensi harga pada kepuasan pelanggan Bimbel Tridaya. Maka peneliti mencoba mengidentifikasi masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang ada di Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya?
2. Bagaimana penetapan harga yang dilakukan Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan di Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan di Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya Kota Bandung?

### **1.4 Maksud Tujuan Penelitian**

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data, mencari dan mendapatkan informasi serta menambah literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya.
2. Untuk mengetahui penetapan harga yang dilakukan oleh Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya.

3. Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan di Lembaga Bimbingan Belajar Tridaya Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Lembaga Bimbingan Belajar Kota Bandung.

### **1.5 Sistematika Penulisan Laporan Akhir**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, hipotesis dan ruang lingkup penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni: Bimbingan Belajar, Promosi, Kualitas Pelayanan, Merek, dan Kesadaran Merek.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan dibahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir dipaparkan kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.