

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo

Purwo Pebrianto¹ Siti Almaidah²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bhakti Surakarta

¹ pebrianto.purwo01@gmail.com

ABSTRACT

Competition between educational institutions is a reality that cannot be ignored. Informal education service providers engaged in English language education need to implement the right competitive strategy in an effort to attract and maintain the quality of student satisfaction. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and company image on student satisfaction. This type of research uses quantitative methods. The population of this study were students of Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo with a sample of 97 students using accidental sampling technique. Data collection using questionnaires and literature studies. The data analysis technique uses multiple linear regression with the IBM SPSS 26 application. The results showed that service quality has a significant effect on student satisfaction, where the better the service quality, the student satisfaction will also increase. Company image has a significant effect on student satisfaction, where the better the company image, the student satisfaction will also increase.

Keywords: Service Quality, Company Image, Student Satisfaction

ABSTRAK

Persaingan antar lembaga pendidikan merupakan kenyataan yang tidak dapat diabaikan. Penyedia jasa pendidikan informal yang bergerak di bidang pendidikan Bahasa Inggris perlu menerapkan strategi bersaing menjadi tepat dalam upaya menarik minat serta menjaga kualitas kepuasan peserta didiknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan siswa. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo dengan sampel sebanyak 97 siswa dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa, dimana semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan siswa juga akan meningkat. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa, dimana semakin baik citra perusahaan maka kepuasan siswa juga akan meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Siswa

PENDAHULUAN

Tuntutan kebutuhan yang semakin kompleks membuat manusia secara aktif mengikuti perkembangan teknologi, salah satunya di bidang pendidikan. Pendidikan berperan penting dalam mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan membekali proses menggapai cita-cita (Rahmawati et al., 2024). Pendidikan formal

dan informal sangat penting untuk masa depan dan peningkatan kualitas kehidupan. Munculnya beragam lembaga pendidikan menunjukkan tingginya perhatian pemerintah dan masyarakat terhadap dunia pendidikan, namun juga memperkuat persaingan antar lembaga pendidikan (Hidayatulloh & Rindaningsih, 2024). Pendidikan informal khususnya lembaga kursus bahasa Inggris banyak diminati, karena pendidikan informal kursus bahasa Inggris merupakan salah satu tempat yang dapat meningkatkan kemampuan berbahasa bagi pesertanya. Hal ini tentunya juga menjadi lahan bisnis dalam jangka panjang. Banyaknya peminat untuk belajar bahasa Inggris membuat persaingan antar lembaga kursus bahasa Inggris semakin ketat (Banowati & Sardanto, 2021).

Salah satu penyedia jasa Pendidikan Bahasa Inggris adalah Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo. Language Education Center (LEC) - Lentera Mandiri Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pendidikan bahasa Inggris dan pengadaan laboratorium bahasa. Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo berupa menciptakan peluang yang setara bagi semua orang untuk belajar, berkembang, dan berkontribusi secara aktif dalam masyarakat. Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo dalam menarik minat konsumen juga mengalami persaingan dengan lembaga sejenis. Beberapa LPK di Sukoharjo dan sekitarnya yang bergerak di bidang Pendidikan Bahasa Inggris antara lain Gama English Course Sukoharjo, Les TOEFL di Solo Max Havelaar Les Bahasa Inggris, LPK "Vistama Comtech", Everyday English, LKP Blooming English Course, saling bersaing untuk menarik minat masyarakat. Persaingan antar lembaga tersebut merupakan kenyataan yang tidak dapat diabaikan, Penyedia jasa pendidikan informal yang bergerak di bidang pendidikan Bahasa Inggris perlu menerapkan strategi bersaing menjadi tepat dalam upaya menarik minat serta menjaga kualitas kepuasan peserta didiknya (Anugrah, 2025). Setiap lembaga kursus bahasa Inggris dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan bersaing dengan lembaga lain untuk meningkatkan kepuasan peserta didik agar tidak berpindah ke tempat lain (Maria et al., 2022).

Kepuasan peserta didik menjadi salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan Lembaga pendidikan. Kepuasan peserta didik dapat mengukur keberhasilan sebuah lembaga pendidikan (Yunaningsih et al., 2022). Perasaan tidak puas, puas, atau sangat puas akan mempengaruhi tindakan selanjutnya. Peserta didik yang puas akan menyampaikan secara positif tentang jasa yang mereka gunakan sedangkan peserta didik yang tidak puas akan bereaksi berbeda. Peserta didik yang tidak puas dapat berusaha mengurangi ketidakpuasannya dengan cara meninggalkan atau pindah ke lembaga pendidikan lain (Sadewa & Damayanti, 2023). Kepuasan yang tinggi dapat mendorong peserta didik untuk memberikan rekomendasi kepada calon peserta lainnya (Sahputri et al., 2025).

Kepuasan konsumen pada usaha jasa salah satunya ditentukan dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah inti dari bisnis jasa, sehingga industri ini sangat bergantung pada tingkat kualitas pelayanannya (Fadhilah & Nainggolan, 2024). Kualitas pelayanan berkaitan dengan sikap yang diterima dari suatu perlakuan dan

biasanya lebih mengarah ke pengalaman emosional serta persepsi terhadap sesuatu misalnya terhadap pelayanan yang diberikan oleh LPK. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang baik kepada peserta seperti adanya kepuasan, kepercayaan, bahkan rasa aman, sedangkan kualitas pelayanan yang buruk dapat memberikan pengalaman yang kurang menarik sehingga munculnya kekecewaan, rasa tidak aman dan ketidakpuasan (Rahmawati et al., 2024). Khoo, (2022); (Sari, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi penelitian (Fatmawati et al., 2023); (Anugerah & Retnowardhani, 2022) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan adalah citra perusahaan. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh citra perusahaan membawa dampak positif terhadap lembaga pendidikan, semakin banyak citra positif yang diketahui masyarakat, maka ada kemungkinan masyarakat percaya bahwa lembaga pendidikan tersebut dapat menjadi pilihan terbaik (Yuslih et al., 2021). Citra perusahaan dibangun dari apa yang konsumen rasakan dan ketahui tentang perusahaan dengan berdasarkan pada informasi serta pengalaman pribadi, informasi dari orang lain, serta promosi yang perusahaan (Maladi et al., 2019).

Yuslih et al., (2021) menyatakan bahwa tercapainya kepuasan siswa berdampak positif terhadap lembaga pendidikan, semakin baik citra positif yang diketahui, maka masyarakat percaya bahwa lembaga pendidikan tersebut dapat menjadi pilihan terbaik bagi konsumen. Citra perusahaan ditentukan interpretasi terhadap identitas perusahaan yang membentuk keseluruhan kesan dalam pikiran konsumen (Triyadi et al., 2021). Setiawan (2024); Dwiyanti & Soliha (2024); (Ardhana et al., 2024) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana citra perusahaan akan meningkatkan kepuasan konsumen jika kesan dan persepsi yang berhubungan dengan institusi adalah baik, tetapi bertentangan dengan penelitian Hutasoit et al., (2020); Kurniati et al., (2022) bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan siswa.

TINJAUAN LITERATUR

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memastikan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Hal ini meliputi berbagai aspek, seperti kecepatan dan efisiensi dalam memberikan layanan, kejelasan dan kesopanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan, serta kemampuan untuk menyelesaikan masalah atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif. Kualitas pelayanan yang baik dapat membantu membangun hubungan yang baik antara pelanggan dengan penyedia layanan, dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta kepercayaan mereka terhadap penyedia layanan (Prayoga & Yuliantari, 2023). Kualitas pelayanan adalah metode pelayanan

yang diberikan untuk memuaskan pelanggan, kualitas pelayanan yang baik sangat penting dan dapat menciptakan kesan bagi pelanggan (Ardhana et al., 2024).

2. Citra Perusahaan

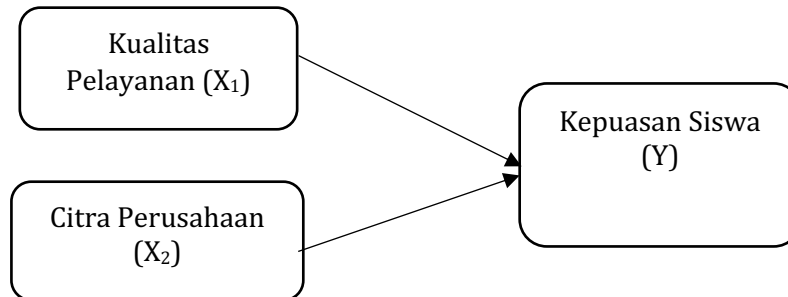
Citra perusahaan adalah persepsi atau pendapat konsumen terhadap suatu merek berdasarkan kualitas baik atau buruknya merek tersebut yang diingat oleh konsumen (Kotler & Keller, 2019). Citra perusahaan adalah gambaran yang dapat dilihat oleh individu mengenai baik atau buruknya suatu perusahaan (Hutasoit et al., 2020). Sebagai bagian dari citra, perusahaan selalu berusaha menjaga reputasi yang baik di mata pelanggannya dengan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggannya dan dengan perusahaan itu sendiri (Sutriani et al., 2024). Persepsi baik atau buruknya sebuah perusahaan di mata pelanggan tidak lepas dari citra sebuah perusahaan itu sendiri. Dimana citra perusahaan seperti kondisi lingkungan eksternal perusahaan juga menjadi salah satu pertimbangan pelanggan, hal ini berkaitan dengan kenyamanan atau ketidaknyamanan pelanggan terhadap suatu perusahaan, baik kenyamanan yang ia dapatkan dari pelayanan ataupun kenyamanan yang ia dapatkan dari lingkungan fisik seperti kebersihan, kenyamanan ruang tunggu, kemudahan lokasi parkir perusahaan (Dwiyanti & Soliha, 2024).

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau jasa yang dipikirkan terhadap ekspektasi (Kotler & Armstrong, 2020). Kepuasan konsumen adalah kondisi emosional positif yang muncul sebagai hasil dari evaluasi yang baik terhadap interaksi dengan perusahaan (Ardhana et al., 2024). Kepuasan konsumen merupakan faktor emosional yang mempengaruhi pengalaman konsumen setelah pembelian adalah kepuasan, oleh karena itu, persepsi konsumen dapat mempengaruhi niatnya untuk melakukan pembelian berikutnya (Gunawan & Ramli, 2023). Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum, yaitu jika kinerja di bawah harapan maka konsumen akan merasa kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas dan jika kinerja dapat melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas, senang atau gembira (Dwiyanti & Soliha, 2024). Adanya kepuasan pelanggan membawa beberapa keuntungan, salah satunya adalah menjaga hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dan para pelanggannya. Penyedia jasa secara berkala mengukur kepuasan pelanggan sebagai bagian dari kegiatan mereka (Nainggolan et al., 2022).

4. Kerangka Pemikiran

Penyusunan kerangka pemikiran dalam penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Perumusan Hipotesis

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan siswa

Pelayanan yang tinggi akan membangun kepuasan pelanggan dan reputasi positif yang dapat membantu menarik lebih banyak pelanggan baru. Kualitas pelayanan dari perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, faktor utama dalam kualitas pelayanan ketika pelanggan mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan harapannya (Chikazhe et al., 2021). Peningkatan pelayanan untuk memberikan kepuasan pada konsumen menjadi kunci kesuksesan perusahaan, berbagai cara untuk melayani konsumen tentu harus dilakukan. Tujuan dari pemberian layanan berkualitas adalah mengharapkan terciptanya kepuasan konsumen (Maria et al., 2022). Khoo, (2022); (Sari, 2021); (Setiawan, 2024) dalam penelitiannya menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis penelitian ini:

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa

Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan siswa

Citra perusahaan sangat penting sebagai bagian dari evaluasi penyedia layanan jasa secara keseluruhan, Ketika konsumen yang loyal melakukan pembelian kembali, konsumen juga akan mempertimbangkan reputasi merek dari perusahaan. Citra perusahaan memberikan gambaran yang konsumen miliki tentang perusahaan (Ardhana et al., 2024) Citra positif suatu perusahaan merupakan faktor penting dalam menjaga keberlangsungan operasional perusahaan, mengingat pengaruhnya yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Sutriani et al., 2024). Setiawan (2024); Dwiyantri & Soliha (2024); (Ardhana et al., 2024) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana semakin baik citra perusahaan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga hipotesis dalam penelitian ini:

H₂ : Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dilakukan di Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo. Populasi penelitian siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo yang berjumlah 3.119 siswa. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dan diambil sampel sebanyak 97 siswa dengan Teknik *accidental sampling*. Indikator kualitas pelayanan dari Wiguna & Suryati (2024), yang terdiri dari elemen fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Indikator citra perusahaan dari Leticia (2024) bahwa indikator citra perusahaan kepribadian, reputasi, nilai dan identitas perusahaan. Indikator kepuasan siswa berdasarkan penelitian Setiani (2020) yaitu kepuasan jasa yang menyeluruh, keinginan menggunakan jasa kembali dan merekomendasikan kepada pihak lain. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi Pustaka. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan program SPSS Versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepuasan siswa dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	α	<i>p value</i>	Keterangan
kp1	0.05	0.000	Valid
kp2	0.05	0.000	Valid
kp3	0.05	0.000	Valid
kp4	0.05	0.000	Valid
kp5	0.05	0.000	Valid
kp6	0.05	0.000	Valid
kp7	0.05	0.000	Valid
kp8	0.05	0.000	Valid
kp9	0.05	0.000	Valid
kp10	0.05	0.000	Valid
cp1	0.05	0.000	Valid
cp2	0.05	0.000	Valid
cp3	0.05	0.000	Valid
cp4	0.05	0.000	Valid
kp1	0.05	0.000	Valid
kp2	0.05	0.000	Valid
kp3	0.05	0.000	Valid

Hasil uji validitas bahwa semua butir pernyataan kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepuasan siswa diperoleh $p\ value < 0,05$ sehingga dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas variabel penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.905	0.60	Reliabel
Citra Perusahaan	0.693	0.60	Reliabel
Kepuasan Siswa	0.749	0.60	Reliabel

Hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* variabel kualitas pelayanan (0,905), variabel citra perusahaan (0,693) dan kepuasan siswa (0,749) $> 0,60$ sehingga dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov menggunakan program SPSS dapat diperoleh hasil pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.94129723
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.048
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.181 ^c

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh $p\ value 0,181 > 0,05$ sehingga data terdistribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dengan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan	.446	2.241
Citra Perusahaan	.446	2.241

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardize		
	Coefficients		d		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.814	.622		4.521	.000
Kualitas Pelayanan	-.011	.018	-.092	-.629	.531
Citra Perusahaan	-.092	.052	-.257	-1.766	.081

Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* diketahui bahwa *p value* variabel kualitas pelayanan (0,531) dan variabel citra perusahaan (0,081) sehingga keseluruhan variabel mempunyai *p value* > 0,05 sehingga bebas heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan siswa. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	.084	1.012		.083	.934
Kualitas Pelayanan	.104	.029	.331	3.626	.000

Citra Perusahaan	.488	.084	.529	5.789	.000
------------------	------	------	------	-------	------

Hasil persamaan regresi linear berganda dan interpretasinya sebagai berikut:

$$Y = 0,084 + 0,104KP + 0,488CP$$

Nilai konstanta (a) sebesar 0,084 dan bernilai positif, berarti apabila kualitas pelayanan dan citra perusahaan dianggap tetap maka kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo bernilai sebesar 0,084 dan bernilai positif. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (b_1) sebesar 0,104 dan bertanda positif, berarti apabila kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo juga akan mengalami peningkatan, dengan asumsi variabel citra perusahaan dianggap tetap. Nilai koefisien variabel citra perusahaan (b_2) sebesar 0,488 dan bertanda positif, berarti apabila citra perusahaan semakin baik maka kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo juga akan mengalami peningkatan, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap tetap.

4. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan citra perusahaan) terhadap variabel terikat (kepuasan siswa). Hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel	Nilai t hitung	p value	Kesimpulan
Kualitas pelayanan → Kepuasan Siswa	3.626	0.000	Berpengaruh positif signifikan
Citra perusahaan → Kepuasan siswa	5.789	0.000	Berpengaruh positif signifikan

Hasil uji t variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 3.626 dengan $p\ value$ $0,000 < 0,05$, berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo. Hasil uji t variabel citra perusahaan diperoleh nilai t hitung - 5.789 dengan $p\ value$ $0,000 < 0,05$, berarti citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo.

5. Uji F

Hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	157.950	2	78.975	87.276	.000 ^b
Residual	85.060	94	.905		
Total	243.010	96			

Hasil penelitian diperoleh nilai *p value* $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo secara simultan.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.643	.95126

Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,643 hal ini berarti bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo sebesar 64,3% sedangkan sebesar 35,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo. Nilai koefisien regresi bertanda positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan siswa juga akan mengalami peningkatan. Chikazhe et al., (2021) menyatakan pelayanan yang baik akan membentuk kepuasan siswa. Kualitas pelayanan dari perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Tujuan dari pemberian layanan berkualitas adalah mengharapkan terciptanya kepuasan konsumen (Maria et al., 2022). Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Khoo, (2022); (Sari, 2021); (Setiawan, 2024) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Siswa

Hasil penelitian menunjukkan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo. Nilai koefisien regresi bertanda positif menunjukkan bahwa semakin baik citra perusahaan maka kepuasan siswa

juga akan mengalami peningkatan. Sutriani et al., (2024) menyatakan citra positif suatu perusahaan merupakan faktor penting dalam menjaga keberlangsungan operasional perusahaan, mengingat pengaruhnya yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Setiawan (2024); Dwiyanti & Soliha (2024); (Ardhana et al., 2024) bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana semakin baik citra perusahaan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo, dimana semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan siswa juga akan meningkat. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa Language Education Center (LEC) Lentera Mandiri Sukoharjo, dimana semakin baik citra perusahaan maka kepuasan siswa juga akan meningkat.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah bahwa hendaknya Instruktur lebih responsif dalam mendengarkan keluhan ataupun hambatan yang mungkin dialami siswa dalam proses pembelajaran serta memperhatikan tentang informasi terkait keberadaan lembaga agar bisa diterima di semua lapisan masyarakat khususnya tentang program-program yang disediakan sehingga masyarakat lebih mengenal keberadaan lembaga dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dari pendidikan yang diinginkan masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Anugerah, S., & Retnowardhani, A. (2022). Measuring Student Satisfaction in Using Learning Management System at Ed-Tech Company. *Jurnal Mantik*, 6 (1), 121–130.
- Anugrah, R. L. (2025). Dinamika Persaingan Antar Lembaga Pendidikan Islam di Pekanbaru. *Al-Ma'lumat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 3(1), 24–31.
- Ardhana, N. A., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2024). The Role of Corporate Image , Quality Service and Customer Satisfaction On Intention Behavior and Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1715–1730. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2825>
- Banowati, F. A. E., & Sardanto, R. (2021). Urgensi Pengelolaan Lembaga Kursus Bahasa Inggris di Masa Covid-19. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 6 (1), 64–71. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/515>
- Chikazhe, L., Makanyeza, C., & Chigunhah, B. (2021). Understanding mediators and moderators of the effect of customer satisfaction on loyalty. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1922127>
- Dwiyanti, Y. N., & Soliha, E. (2024). The Impact of Product Innovation and Corporate

- Image on Customer Loyalty : The Mediating Role of Customer Satisfaction. *International Journal of Economics Development Research*, 5(2), 2767–2782.
- Fadhilah, R. E., & Nainggolan, B. M. (2024). Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Inovasi*, 11(1), 150–163. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v11i1.p150-163.40256>
- Fatmawati, Nur, Y., & Mariah. (2023). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapur Ummu Hisyam (Outlet 04 Jl. Poros Maros-Makassar). *Manuver: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3), 292–303.
- Hidayatulloh, A. M., & Rindaningsih, I. (2024). Strategi dalam Pengembangan SDM Guru di Lembaga Pendidikan Islam: Literature Review. *Sunan Giri: Jurnal Kajian Keislaman*, XIII(2), 92–102.
- Hutasoit, A. H., Ginting, S. O., & Eric, E. (2020). Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 474–481. <https://doi.org/10.31842/journalinobis.v3i4.152>
- Khoo, K. L. (2022). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: evidence from the KTV industry. *PSU Research Review*, 6(2), 105–119. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2019-0029>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kurniati, L., Faris, S., Pakpahan, E., & Purba, K. (2022). The Effect of Service Quality, Company Image and Prices on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction on Consumers Using Line Transportation Applications in Students of The Faculty of Psychology. *Jl. Sampul*, 10(1), 40–46. www.ijafibs.pelnus.ac.id
- Leticia, V. (2024). Pengaruh Citra, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih SD Methodist - 11. *Edukasia - Jurnal Pendidikan*, 1(1), 26–43.
- Maladi, M., Nirwanto, N., & Firdiansjah, A. (2019). the Influence of Service Quality, Company Image and Switching Barrier Through Customer Satisfaction on Customer Retention. *Journal of International Conference Proceedings*, 2(1). <https://doi.org/10.32535/jicp.v2i1.462>
- Maria, S., Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Lenders) Fintech Pada PT. Pintar Inovasi Digital (Asetku) di DKI Jakarta. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(12), 5558–5562. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i12.1288>
- Prayoga, H., & Yuliantari, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Jasa Layanan Internet. *Journal of Trends*

Economics and Accounting Research, 4(1), 134–142.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.846>

- Rahmawati, D., Herwina, W., & Nurlaila. (2024). Tingkat Kepuasan Peserta Pelatihan Bahasa Jepang Pada Kualitas Pelayanan Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Unsika*, 12(2), 255–272. <https://doi.org/10.35706/judika.v12i2.11345>
- Sadewa, P., & Damayanti, R. (2023). Pengaruh Kompetensi Dosen Dan Lingkungan Kampus Terhadap Kepuasan Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pamulang. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 65–73. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.620>
- Sahputri, M., Rosyidta, A., Octasyilva, P., & Vindiana, A. P. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Peserta Didik di Lembaga Kursus dan Pelatihan Nolen Training Center. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 1352–1361.
- Sari, L. P. (2021). Analisis Service Quality dan Corporate Image dalam Meningkatkan Customer Satisfaction PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Cabang Kediri. *Otonomi*, 21(2), 1–23.
- Setiani, T. C. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kualitas promosi terhadap kepuasan pelanggan pada lembaga pendidikan english first surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(9), 1–19.
- Setiawan, A. (2024). The Effect of Service Quality and Corporate Image on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As an Intervening Variable. *International Journal on Science, Economics and Art*, 14(3), 343–355. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v4i1.10845>
- Sutriani, S., Muslim, M., & Ramli, A. H. (2024). The Influence Of Experience, Satisfaction And Service Quality On Word Of Mouth Intentions And Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(4), 1037–1052. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i4.2605>
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Jakarta : Andi Offset.
- Triyadi, Amelia, R. W., & Khoir, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Bintaro. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(4), 509–521.
- Wiguna, M. R. A., & Suryati, A. (2024). Persepsi Konsumen tentang Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Layanan Internet Provider First Media Area Depok. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(6), 497–510.
- Yunaningsih, A., Surahman, F. D., Budiana, D., & Septiawan, F. E. (2022). Quality of education services and their effect on student satisfaction: Survey at vocational academy in Bandung City. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(2), 1502–1512. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>
- Yuslih, D. F., Martono, T., & Nugroho, J. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa di SMA Negeri 1 Jatisrono. *BISE:*

Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi, 7(2), 1–10.

- Anugerah, S., & Retnowardhani, A. (2022). Measuring Student Satisfaction in Using Learning Management System at Ed-Tech Company. *Jurnal Mantik*, 6(1), 121–130.
- Anugrah, R. L. (2025). Dinamika Persaingan Antar Lembaga Pendidikan Islam di Pekanbaru. *Al-Ma'lumat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 3(1), 24–31.
- Ardhana, N. A., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2024). The Role of Corporate Image, Quality Service and Customer Satisfaction On Intention Behavior and Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1715–1730. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2825>
- Banowati, F. A. E., & Sardanto, R. (2021). Urgensi Pengelolaan Lembaga Kursus Bahasa Inggris di Masa Covid-19. *Jurnal Penelitian Manajemen ...*, 6(1), 64–71. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/515>
- Chikazhe, L., Makanyeza, C., & Chigunhah, B. (2021). Understanding mediators and moderators of the effect of customer satisfaction on loyalty. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1922127>
- Dwiyanti, Y. N., & Soliha, E. (2024). The Impact of Product Innovation and Corporate Image on Customer Loyalty : The Mediating Role of Customer Satisfaction. *International Journal of Economics Development Research*, 5(2), 2767–2782.
- Fadhilah, R. E., & Nainggolan, B. M. (2024). Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Inovasi*, 11(1), 150–163. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v11i1.p150-163.40256>
- Fatmawati, Nur, Y., & Mariah. (2023). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapur Ummu Hisyam (Outlet 04 JL. Poros Maros-Makassar). *Manuver: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3), 292–303.
- Hidayatulloh, A. M., & Rindaningsih, I. (2024). Strategi dalam Pengembangan SDM Guru di Lembaga Pendidikan Islam: Literature Review. *Sunan Giri: Jurnal Kajian Keislan*, XIII(2), 92–102.
- Hutasoit, A. H., Ginting, S. O., & Eric, E. (2020). Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 474–481. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i4.152>
- Khoo, K. L. (2022). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: evidence from the KTV industry. *PSU Research Review*, 6(2), 105–119. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2019-0029>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kurniati, L., Faris, S., Pakpahan, E., & Purba, K. (2022). The Effect of Service Quality,

- Company Image and Prices on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction on Consumers Using Line Transportation Applications in Students of The Faculty of Psychology. *Jl. Sampul*, 10(1), 40–46. www.ijafibs.pelnus.ac.id
- Leticia, V. (2024). Pengaruh Citra, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih SD Methodist - 11. *Edukasia - Jurnal Pendidikan*, 1(1), 26–43.
- Maladi, M., Nirwanto, N., & Firdiansjah, A. (2019). the Influence of Service Quality, Company Image and Switching Barrier Through Customer Satisfaction on Customer Retention. *Journal of International Conference Proceedings*, 2(1). <https://doi.org/10.32535/jicp.v2i1.462>
- Maria, S., Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Lenders) Fintech Pada PT. Pintar Inovasi Digital (Asetku) di DKI Jakarta. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(12), 5558–5562. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i12.1288>
- Prayoga, H., & Yuliantari, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Jasa Layanan Internet. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 134–142. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.846>
- Rahmawati, D., Herwina, W., & Nurlaila. (2024). Tingkat Kepuasan Peserta Pelatihan Bahasa Jepang Pada Kualitas Pelayanan Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Unsika*, 12(2), 255–272. <https://doi.org/10.35706/judika.v12i2.11345>
- Sadewa, P., & Damayanti, R. (2023). Pengaruh Kompetensi Dosen Dan Lingkungan Kampus Terhadap Kepuasan Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pamulang. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 65–73. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.620>
- Sahputri, M., Rosyidta, A., Octasyilva, P., & Vindiana, A. P. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Peserta Didik di Lembaga Kursus dan Pelatihan Nolen Training Center. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 1352–1361.
- Sari, L. P. (2021). Analisis Service Quality dan Corporate Image dalam Meningkatkan Customer Satisfaction PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Cabang Kediri. *Otonomi*, 21(2), 1–23.
- Setiani, T. C. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kualitas promosi terhadap kepuasan pelanggan pada lembaga pendidikan english first surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(9), 1–19.
- Setiawan, A. (2024). The Effect of Service Quality and Corporate Image on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As an Intervening Variable. *International Journal on Science, Economics and Art*, 14(3), 343–355. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v4i1.10845>
- Sutriani, S., Muslim, M., & Ramli, A. H. (2024). The Influence Of Experience, Satisfaction And Service Quality On Word Of Mouth Intentions And Customer Loyalty.

Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12(4), 1037–1052.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i4.2605>

- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Triyadi, Amelia, R. W., & Khoir, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Bintaro. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(4), 509–521.
- Wiguna, M. R. A., & Suryati, A. (2024). Persepsi Konsumen tentang Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Layanan Internet Provider First Media Area Depok. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(6), 497–510.
- Yunaningsih, A., Surahman, F. D., Budiana, D., & Septiawan, F. E. (2022). Quality of education services and their effect on student satisfaction: Survey at vocational academy in Bandung City. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(2), 1502–1512. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>
- Yuslih, D. F., Martono, T., & Nugroho, J. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa di SMA Negeri 1 Jatisrono. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2), 1–10.