

**“EFEKTIVITAS CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN GURU JASA PENDIDIKAN  
WIJABA SIDOARJO”**

Oleh:

FARID IRAWAN (192010200123)

Misti Hariasih, SE., MM

**Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial**

**Universitasa Muhammadiyah Sidoarjo**

**Juli, 2023**

# LATAR BELAKANG

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, membuat bermunculan lembaga pendidikan baru non formal dengan kelebihan dan keuntungan. Wijaya merupakan organisasi dalam program jasa pendidikan, Menurut hasil survey yang dilakukan oleh peneliti ada permasalahan yakni beberapa guru tidak menyelesaikan program hingga batas waktu yang telah ditentukan, sehingga para guru berhenti ditengah-tengah saat program berlangsung. Bahkan pindah alih ke pesaing



citra merek sebagai petunjuk mengidentifikasi dan mengevaluasi suatu produk maupun jasa. Serta membangun dan menciptakan citra merek yang terbaik terhadap lembaga agar semakin dikenali masyarakat. Sebab semakin baik citra merek khususnya wijaya dapat memicu seseorang guru yakin terhadap jasa tersebut



Kualitas pelayanan adalah aktivitas yang dijalankan pihak perusahaan untuk memenuhi harapan, jasa pendidikan yang baik akan menciptakan kebanggaan seperti empati, profesionalisme, serta responsibilitas staff. Yang dinilai dari suatu kepuasan dengan membandingkan kualitas pelayanan yang telah didapatkan.



Promosi hal yang sangat penting, karena dapat mengembangkan mutu dan membujuk agar menggunakan jasa tersebut. Semakin menarik suatu promosi yang publikasikan kehalayak ramai akan semakin besar yang tertarik bahkan mampu meningkatkan kepuasan dalam jangka yang Panjang.

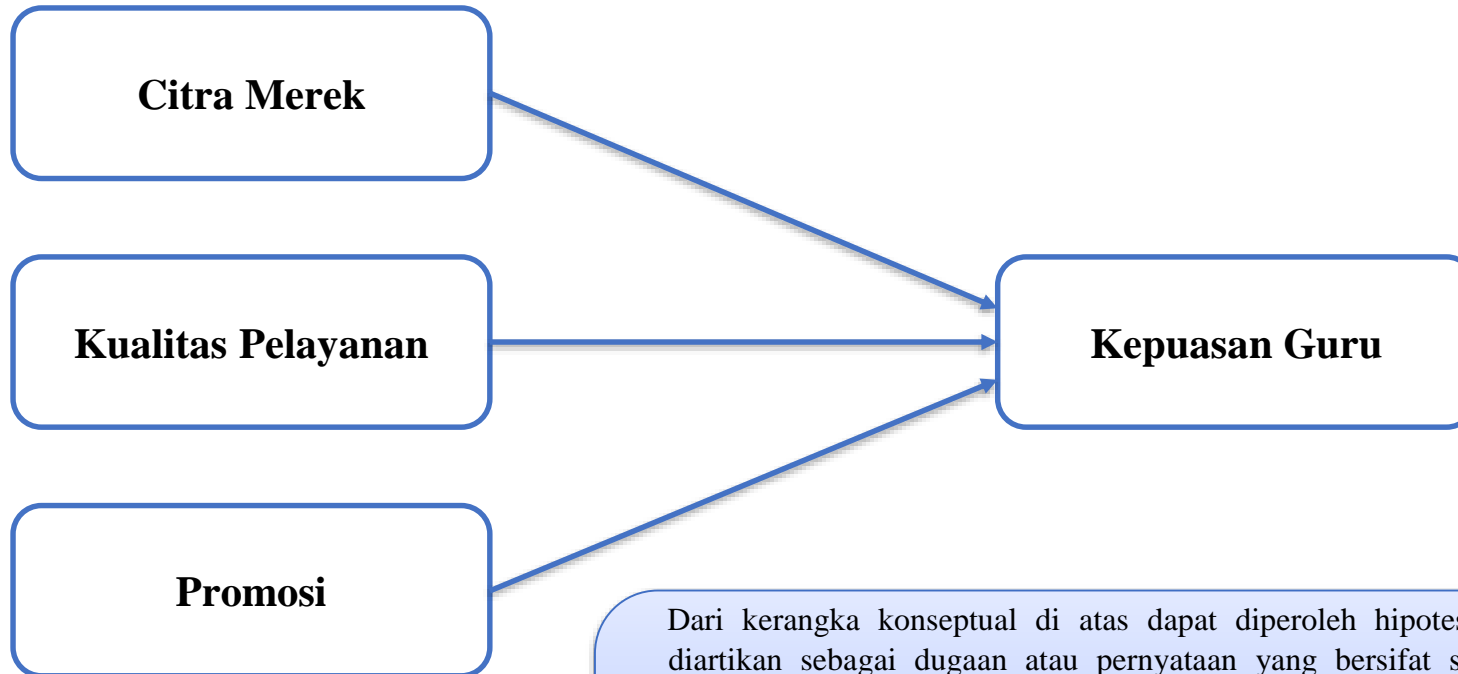
# Research Gap

Pada penelitian ini dilatar belakangi oleh Research Gap pada penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh M. Kurniawan dan Siti Komariah Hildayanti pada tahun 2019, mengungkapkan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [11]. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Irwan Kurniawan Subagja dan Azis Hakim pada tahun 2020, mengungkapkan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [12]. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kasinem pada tahun 2020, mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [13]. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasrul Efendi, Sugianta Ovinus Ginting, dan Jimmy Halim pada tahun 2020, mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [2]. Penelitian Sebelumnya yang dilakukan oleh Nasrul Efendi, Tya Wildana Hapsari Lubis pada tahun 2022, mengungkapkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [8]. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasrul Efendi, Sugianta Ovinus Ginting, dan Jimmy Halim pada tahun 2020, mengungkapkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [2]. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, dengan adanya tidak konsisten hasil penelitian, maka perlu adanya riset penelitian ulang untuk mengetahui hasil keterbaruan mengenai variabel-variabel tersebut. Serta meninjau kembali kinerja pada poin-poin pemasaran.

## Rumusan Masalah Tujuan penelitian

Rumusan masalah:  
Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan guru jasa pendidikan sidoarjo. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tolak ukur bagi perusahaan serta gambaran terkait citra merek, kualitas pelayanan, promosi, kepuasan guru pada jasa pendidikan wijaba sidoarjo.

# Kerangka Konseptual



Dari kerangka konseptual di atas dapat diperoleh hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian diartikan sebagai dugaan atau pernyataan yang bersifat sementara tentang hubungan antar variabel. Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut :

**H1** : Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo.

**H2** : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo.

**H3** : Promosi berpengaruh terhadap kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo.

# Metode penelitian

## Jenis dan Desain Penelitian:

Penelitian ini menggunakan metode (causal-comparative research) pada pendekatan kuantitatif.

## Subjek Penelitian:

Guru yang menggunakan jasa Pendidikan Wijaba Sidoarjo.

## Lokasi penelitian:

Kantor Wijaba Sidoarjo yang beralamatkan di Ruko, Jl. Permata Sidoarjo Regency No.16, Kludan, Tanggulangin, Sidoarjo Regency, Jawa Timur 61272.

## Teknik pengumpulan data:

Penelitian ini ada kuesioner dengan pilihan jawaban menggunakan skala Likert. Teknik analisis menggunakan program SPSS Versi 25.

**Populasi dan Sampel:** Guru kabupaten Gresik 325 guru dan metode probability sampling dengan teknik Cluster sampling. Dengan begitu didapatkan 179 sampel responden

**Analisis data:** Uji validitas serta reabilitas, uji asumsi klasik normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yakni uji parsial (Uji t), uji simultan (Uji F), koefisien kolerasi berganda (R), dan koefisiensi determinansi (R<sup>2</sup>).

# Indikator Variabel

## Kualitas Pelayanan :

1. Bukti fisik (tangible),
2. Keandalan (reliability),
3. Daya tangkap (responsiveness),
4. Jaminan dan Kepastian (assurance), dan
5. Empati (empathy)

## Promosi:

1. Jangkauan,
2. Kuantitas penayangan iklan di media promosi, dan
3. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi

## Citra Merek:

1. Citra perusahaan
2. Citra produk, dan
3. Citra pemakai

## Kepuasan Guru:

1. Kesesuaian harapan,
2. Minat berkunjung kembali, dan
3. Kesediaan merekomendasikan



# Uji Kualitas Data

## 1. Uji Validitas

Suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar pada  $r$  tabel dan tidak valid apabila  $r$  hitung lebih kecil pada  $r$  tabel.

**Tabel 1.** Uji Validitas.

Variabel	Item Variabel	Correlation (r-hitung)	r-tabel	Sig.	keterangan
Citra Merek (X1)	X1.1	0,907	0,147	0,000	Valid
	X1.2	0,911	0,147	0,000	Valid
	X1.3	0,893	0,147	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,844	0,147	0,000	Valid
	X2.2	0,887	0,147	0,000	Valid
	X2.3	0,805	0,147	0,000	Valid
	X2.4	0,864	0,147	0,000	Valid
	X2.5	0,878	0,147	0,000	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0,907	0,147	0,000	Valid
	X3.2	0,922	0,147	0,000	Valid
	X3.3	0,917	0,147	0,000	Valid
Kepuasan Guru (Y)	Y.1	0,912	0,147	0,000	Valid
	Y.2	0,903	0,147	0,000	Valid
	Y.3	0,917	0,147	0,000	Valid

hasil uji validitas terkait item pernyataan setiap variabel Citra merek (X1), Kualitas pelayanan (X2), Promosi (X3) dan Kepuasan guru (Y) dinyatakan valid dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu 0,147. Sehingga dapat disimpulkan penelitian ini valid dan dapat digunakan untuk meneruskan penelitian.

Sumber: Hasil data diolah SPSS versi 25 (2023)

# Uji Kualitas Data

## 2. Uji Reabilitas

Suatu penelitian dikatakan reliabel jika Cronbach's Alpha lebih besar dari alpha tabel yakni 0,60 dan dinyatakan tidak valid jika Cronbach's Alpha lebih kecil dari alpha table.

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Citra Merek (X1)	0,887	0.60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,907	0.60	Reliabel
Promosi (X3)	0,903	0.60	Reliabel
Kepuasan Guru (Y)	0,896	0.60	Reliabel

Sumber: Hasil data diolah SPSS versi 25 (2023)

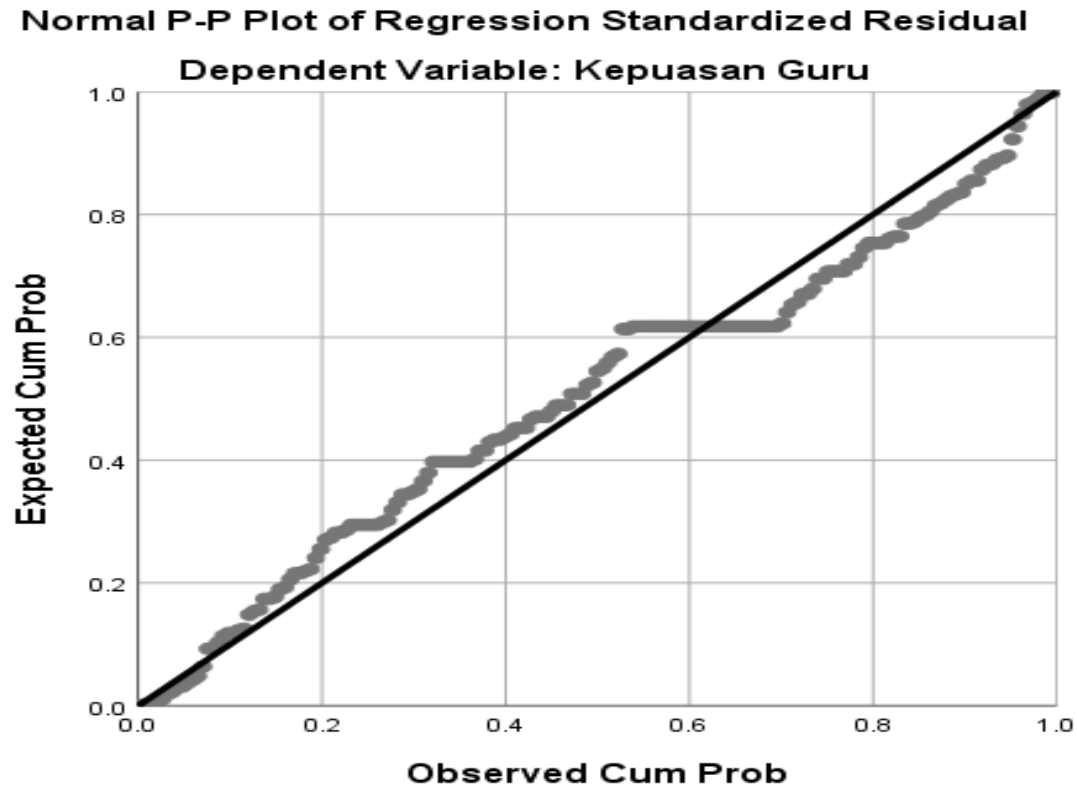
Hasil uji reabilitas nilai cronbach's alpha variabel citra merek (X1). kualitas pelayanan (X2), promosi (X3) dan kepuasan guru (Y) yang peroleh lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan semu variaber tersebut reliabel atau terpecaya.



# Uji Asumsi Klasik

## A. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilihat pada grafik normal probability plot seperti berikut:



Garfik normal probability plot menunjukkan bahwa data penyebaran berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dapat disimpulkan memenuhi asumsi normalitas

**Gambar 2.** Uji Normalitas SPSS versi 25.  
Sumber: Hasil data diolah SPSS versi 25 (2023)

# Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			179
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.10197496
Most Extreme Differences	Absolute		.089
	Positive		.080
	Negative		-.089
Test Statistic			.089
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.115 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.106
		Upper Bound	.123

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.

Hasil pengujian normalitas menunjukkan nilai uji kolmogorov smirnov sebesar 0,115. Hasil tersebut lebih besar dari nilai signifikansi kolmogorov smirnov sebesar 5% (0,05). Sehingga dapat disimpulkan data tersebut memiliki distribusi normal.

# Uji Asumsi Klasik

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat dilihat dari Tolerance Value yang bernilai lebih dari 0,1 atau Variance Inflation Factor (VIF) antara 1 sampai 10. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Uji Multikolinearitas.

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	(Constant)	
	Citra Merek	.160 6.262
	Kualitas Pelayanan	.151 6.619
	Promosi	.177 5.662

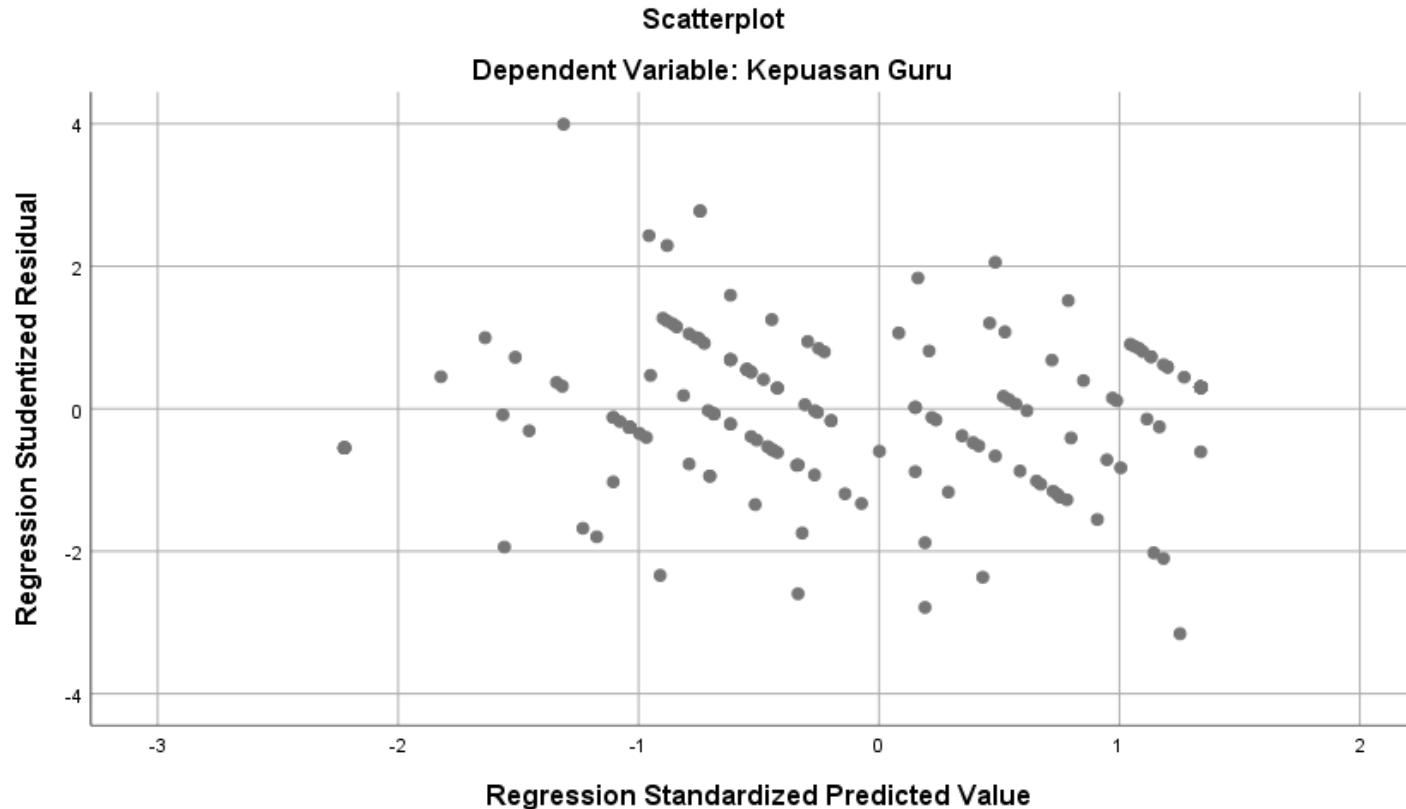
Sumber: Hasil data diolah SPSS versi 25 (2023)

Hasil nilai output Variance Inflation Factor (VIF) dari variabel Citra merek sebesar  $6,262 < 10$  dengan nilai tolerance  $0,160 > 0,1$ , Variabel kualitas pelayanan sebesar  $6.619 < 10$  dengan nilai tolerance  $0,151 > 0,1$ , dan Variabel promosi sebesar  $5,662 < 10$  dengan nilai tolerance  $0,177 > 0,1$ . Sehingga dapat disimpulkan data tidak bersifat multikolinearitas atau tidak ada kolerasi yang kuat antar variabel bebas.

# Uji Asumsi Klasik

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik Scatterplot seperti berikut:



Terlihat bahwa titik-titik menyebar menyeluruh tidak membentuk pola serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

**Gambar 3.** Uji Heteroskedastisitas Scatterplot Kepuasan Guru  
Sumber: Hasil data diolah SPSS versi 25 (2023)

# Uji Asumsi Klasik

## 4. Uji Linearitas

Uji linearitas untuk mengetahui variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan dengan nilai linearitas sebesar kurang dari 0,05. Hasil uji linearitas dapat di lihat di tabel berikut

**Tabel 5.** Uji Linearitas

Variabel	Sig.Linearity	Keterangan
Kepuasan Guru* Citra Merek (X1)	0,000	Linier
Kepuasan Guru* Kualitas Pelayanan (X2)	0,000	Linier
Kepuasan Guru* Promosi (X3)	0,000	Linier

Sumber: Hasil data diolah SPSS versi 25 (2023)

Hasil nilai output linearitas, variabel citra merek sebesar 0,000, variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000, dan variabel promosi sebesar 0,000. Dapat disimpulkan semua variabel terdapat hubungan yang linear, karena hasilnya  $< 0,05$ .

# Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi seberapa besar hubungan positif yakni Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Promosi (X3) terhadap Kepuasan Guru. Maka diperoleh hasil berikut:

**Tabel 6.** Uji Regresi Linear Berganda  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	1.222	.393		3.111	.002
	Citra Merek	.195	.078	.207	2.501	.013
	Kualitas Pelayanan	.156	.050	.264	3.104	.002
	Promosi	.442	.075	.462	5.866	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Guru

Sumber: Hasil data diolah SPSS versi 25 (2023)

Maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta nilai kepuasan guru pada jasa pendidikan wijaba adalah sebesar 1,222.

b. Citra Merek

Nilai koefisien variabel citra merek menunjukkan nilai positif sebesar 0,195

c. Kualitas Pelayanan

Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai positif sebesar 0,156.

d. Promosi

Nilai koefisien variabel promosi menunjukkan nilai positif sebesar 0,442.

# Uji Hipotesis (Uji Parsial t)

Tabel 7. Uji parsial t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.222	.393		3.111	.002
	Citra Merek	.195	.078	.207	2.501	.013
	Kualitas Pelayanan	.156	.050	.264	3.104	.002
	Promosi	.442	.075	.462	5.866	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Guru

Berikut uraian hasil uji parsial (Uji t) yakni terkait variabel (X) terhadap variabel kepuasan guru (Y):

a. Citra merek terhadap kepuasan guru

Nilai t hitung > t tabel ( $2,501 > 1,65361$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,013 < 0,05$ . Dapat disimpulkan variabel citra merek (X1)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yakni berpengaruh signifikan antara variabel citra merek terhadap kepuasan guru.

a. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan guru

Nilai t hitung > t tabel ( $3,104 > 1,65361$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,002 < 0,05$ . Dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X2)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yakni berpengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan guru.

a. Promosi terhadap kepuasan guru

Nilai t hitung > t tabel ( $5,866 > 1,65361$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan variabel promosi (X3)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yakni berpengaruh signifikan antara variabel promosi terhadap kepuasan guru.

# Uji Hipotesis (Uji Simultan f)

Tabel 8. Uji simultan f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	913.243	3	304.414	246.456	.000 <sup>b</sup>
	Residual	216.154	175	1.235		
	Total	1129.397	178			

a. Dependent Variable: Kepuasan Guru

b. Predictors: (Constant), Promosi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil data diolah SPSS versi 25 (2023)

Hasil pengujian Anova Uji F hitung sebesar 246,456 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan nilai F tabel adalah 2,66 sehingga F hitung > F tabel ( $246,456 > 2,66$ ) dapat disimpulkan bahwa citra merek, kualitas pelayanan, dan promosi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo.



# Koefisiensi Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

**Tabel 9.** Uji kolerasi berganda (R) Koefisiensi Determinan (R<sup>2</sup>)

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 <sup>a</sup>	.809	.805	1.111

a. Predictors: (Constant), Promosi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Guru

Sumber: Hasil data diolah SPSS versi 25 (2023)

Hasil korelasi berganda (R) nilai R sebesar 0,899 atau (89,9%) bernilai positif, sehingga hubungan antara variabel dependen dan independen sangat kuat karena nilai lebih dari (50%). Sedangkan hasil koefisiensi determinan (R<sup>2</sup>) nilai R Square sebesar 0,809, sehingga variabel citra merek (x1), kualitas pelayanan (X2), Promosi (X3) terhadap kepuasan guru (Y) menunjukkan saling berpengaruh sebesar 80,9% dan sisanya 19,1% dijelaskan variabel lain selain variabel tersebut.

# Pembahasan

## **H1: Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo.**

Hasil penelitian hipotesis uji t menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan guru. Hal ini berarti kepuasan guru akan meningkat apabila didukung oleh citra merek yang baik di suatu jasa pendidikan wijaba sidoarjo. Hasil tersebut konsisten dengan jawaban responden sebagian besar memberikan tanggapan positif terbesar yang disebabkan oleh indikator citra perusahaan. Bahwa semakin baik citra perusahaan di mata guru maka berdampak juga reputasi dan nama baik suatu jasa pendidikan wijaba. Sehingga citra merek yang baik selalu diingat di dalam benak guru karena dari suatu sisi dijadikan alat untuk mengenali, mengingat maupun menilai sebagai ajang penilaian terhadap kinerja atau keunggulan suatu lembaga bahkan menjadi penghujung antara citra merek dengan kepuasan guru. Hal ini dibuktikan bahwa jasa pendidikan wijaba sidoarjo yang dilaksanakan tanpa dipungut biaya (gratis), fleksibel, dan pelayanan yang prima. Maka akan dapat banyak menarik daya minat guru terkait jasa pendidikan wijaba tanpa ada keraguan dan juga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan guru. Dengan adanya citra merek yang baik diharapkan akan terus berdampak atau pengaruh positif pada kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian [1]; [2]; [5]; [8]; [9];[12] yang menyatakan bahwa citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Bahwa semakin baik citra perusahaan di mata guru maka berdampak juga reputasi dan nama baik. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang baik selalu diingat di dalam benak guru, maka akan banyak guru yang tertarik bahkan dapat meningkatkan rasa kepuasan guru.



# Pembahasan

## **H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo.**

Hasil penelitian hipotesis uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan guru. Hal ini berarti kepuasan guru akan meningkat apabila didukung oleh kualitas pelayanan yang baik di suatu jasa pendidikan wijaba sidoarjo. Hasil tersebut konsisten dengan jawaban responden sebagian besar memberikan tanggapan positif terbesar yang disebabkan oleh indikator empati. Artinya kepedulian atau perhatian setiap kegiatan pelayanan memerlukan pemahaman pengertian dalam kepentingan atau asumsi terhadap suatu yang berkaitan dengan pelayanan. Hal ini dibuktikan bahwa jasa pendidikan wijaba memberikan perhatian yang diberikan staff kepada guru seperti memberikan pelayanan yang maksimal mudah dihubungi, ramah dan menghargai guru serta kepedulian dan perhatian secara individual kepada guru terkait proses perkembangan kegiatan jasa pendidikan wijaba sidoarjo. Semakin tinggi empati yang diberikan, maka memberikan dampak positif pula bagi kepuasan guru jasa pendidikan wijaba, serta kualitas pelayanan juga sebagai ujung tombak keberhasilan pada suatu jasa pendidikan, dikarenakan staff tersebut langsung berinteraksi langsung dengan guru pada jasa pendidikan wijaba sidoarjo. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik Sehingga memberi efek dorongan utama bagi guru untuk menjalin kerja sama sehingga memberikan keuntungan kepada kedua pihak [22]. Serta diharapkan akan terus berdampak atau pengaruh positif pada kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian [2]; [3]; [5]; [7]; [8]; [9]; yang menyatakan bahwa citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.



# Pembahasan

### **H3: Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo.**

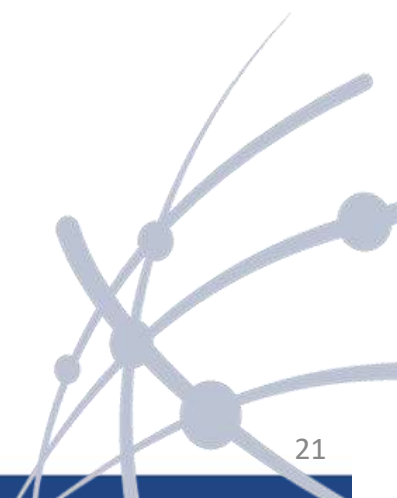
Hasil penelitian hipotesis uji t menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan guru. Hal ini berarti kepuasan guru akan meningkat apabila didukung oleh promosi yang baik di suatu lembaga. Hasil tersebut konsisten dengan jawaban responden sebagian besar memberikan tanggapan positif terbesar yang disebabkan oleh indikator jangkauan promosi. Kegiatan promosi penting untuk menginformasikan dan memperkenalkan produk suatu jasa pendidikan karena tanpa promosi jasa pendidikan wijaba sidoarjo tidak akan diketahui oleh masyarakat luas, di era teknologi semakin berkembang jangkauan promosi mudah dipublikasikan melalui media sosial. Hal ini dibuktikan jasa pendidikan wijaba sidoarjo yang melakukan kegiatan promosinya melalui instagram, website, youtube yang mudah di akses oleh berbagai kalangan guru dan guru tidak kesulitan untuk mengakses informasi terkait jasa pendidikan wijaba sidoarjo, tidak hanya itu jasa pendidikan juga memanfaatkan promosi di media sosial ini quis berhadiah dan webinar gratis untuk untuk meningkatkan kepuasan guru bahkan mempengaruhi guru terkait informasi suatu produk jasa pendidikan agar tertarik menggunakan jasa pendidikan tersebut. Dengan adanya promosi untuk menarik perhatian, maka peluang promosi dalam menciptakan dan menyakinkan anggapan positif pada benak guru sehingga terkait produk yang ditawarkan dapat diterima dengan baik, dan diharapkan akan terus berdampak atau pengaruh positif pada kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian [2]; [7]; [10]; yang menyatakan bahwa promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jangkauan promosi di media sosial yang mudah di akses mempengaruhi guru terkait informasi suatu produk jasa pendidikan wijaba sidoarjo agar tertarik menggunakan jasa pendidikan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa promosi berperan penting untuk menginformasikan dan memperkenalkan produk jasa pendidikan wijaba sidoarjo.



# Pembahasan

## **H4: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo**

Hasil penelitian hipotesis f menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo, Hal ini menunjukkan bahwa citra merek berupa citra perusahaan yang semakin baik di mata guru dapat menarik daya minat guru terkait jasa pendidikan wijaba sidoarjo sehingga dapat meningkatkan kepuasan guru, begitupun dengan kualitas pelayanan berupa empati kepedulian atau perhatian staff yang semakin tinggi diberikan terhadap guru, maka memberikan dampak positif pula bagi kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo sehingga memberikan keuntungan kepada kedua pihak, serta dengan promosi berupa jangkauan promosi yang mudah dijangkau melalui media sosial membuat guru tidak kesulitan dapat mengetahui informasi terkait jasa pendidikan wijaba sidoarjo. Hasil ini dicapai sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh [2]; [9] yang menyatakan bahwa citra merek, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.



# Kesimpulan

Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo, hal ini menunjukkan bahwa semakin kuatnya citra merek maka semakin tinggi tingkat kepuasan dibenak guru. Karena dengan membentuk kekuatan, keunggulan dan keunikan akan menciptakan sikap positif sehingga guru dapat memutuskan menggunakan atau tidak menggunakan jasa atau produk tersebut

01

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka perusahaan dapat dampak positif serta pelayanan juga sebagai keberhasilan lembaga.

02

Promosi berpengaruh terhadap kepuasan guru jasa pendidikan wijaba sidoarjo, hal ini menunjukkan bahwa semakin giatnya perusahaan melakukan promosi, maka peluang promosi akan meyakinkan atau menciptakan kesan positif terhadap produk yang ditawarkan.

03

