



## **SURAT PENUGASAN**

Nomor : ST/521/XI/2022/FEB-UBJ

Tentang

### **PENUGASAN DOSEN SEBAGAI PENULIS JURNAL**

#### **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS** **UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

- Pertimbangan : Sehubungan dengan Penugasan dosen dalam Penulis Jurnal yang dilakukan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya semester Ganjil TA. 2022/2023. Dipandang perlu penugasan Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis untuk melaksanakan kegiatan yang dimaksud. Untuk itu perlu mengeluarkan Surat Tugas.
- Dasar : a. UU RI No.12 Tahun 2012 tanggal 10 Agustus 2012 tentang Pendidikan Tinggi.  
b. Peraturan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi No. 08 tahun 2019 tentang Standar Pelayanan Minimum.  
c. Keputusan Kepala Kepolisian Republik Indonesia selaku Ketua Umum Yayasan Brata Bhakti Polri No. Pol : KEP/05/IX/1995/YBB tanggal 18 September 1995 tentang Pembentukan dan Pendirian Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.  
d. Surat Keputusan Ketua Pengurus Yayasan Brata Bhakti Nomor: Skep/52/VIII/2020/YBB tanggal 13 Agustus 2020 tentang Pengangkatan dalam Jabatan Dekan di Lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.  
e. Surat Keputusan Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Nomor: SKEP/176/VIII/2022/UBJ tanggal 02 Agustus 2022 tentang Kalender Akademik Semester Ganjil dan Genap Tahun Akademik 2022/2023.

### **DITUGASKAN**

- Kepada :
- Nama : Ratri Dwi Euisnawati<sup>1</sup>  
NPM : 201810325226  
Jabatan : Mahasiswa Prodi Manajemen
  - Nama : Nita Komala Dewi, S.I.Kom., M.M.<sup>2</sup>  
NIDN : 0314048302  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
  - Nama : Endah Prawesti Ningrum, S.E., M.Ak.<sup>3</sup>  
NIDN : 0301068101  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Akuntansi

SURAT PENUGASAN  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
NOMOR : ST/521/XI/2022/FEB-UBJ  
TANGGAL : 25 NOVEMBER 2022

- Untuk :
1. Melaksanakan tugas sebagai Penulis pada Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM) dengan Judul ***"Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi"*** telah terbit pada Volume 18, Nomor 2, p-ISSN 0216-7832, e-ISSN 2775-9326, 28 November 2022.
  2. Melaporkan hasil pelaksanaan kegiatan tersebut secara tertulis kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
  3. Melaksanakan tugas ini dengan penuh tanggung jawab.

Dikeluarkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 25 November 2022

An. DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
WADEK II



Dr. Wastan Wahyu Hidayat, S.E., M.M.  
NIP : 1802324

Tembusan:  
- Arsip

# PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BIMBA SOLUSI KIDS UNIT CANDRABAGA BEKASI

Ratri Dwi Euisnawati<sup>1</sup>, Nita Komala Dewi<sup>2</sup>, Endah Prawesty Ningrum<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,

Penulis untuk Korespondensi/Email: [nita.komala@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:nita.komala@dsn.ubharajaya.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bimba solusi kids unit candrabaga bekasi. Pengambilan sampel yang digunakan yaitu sebanyak 130 konsumen. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan teknik sampel jenuh dan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran yaitu  $0,000 < 0,05$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas pelayanan yaitu  $0,000 < 0,05$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bimba solusi kids unit candrabaga Bekasi. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada bimba solusi kids unit candrabaga Bekasi.

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

## Abstract

*This study aims to examine the effect of marketing strategy and service quality on customer satisfaction at Bimba Solutions Kids Unit Candrabaga Bekasi. The sampling used is as many as 130 consumers. The sampling technique is using the saturated sample technique and using the SPSS version 25 application. The results of this study indicate that the marketing strategy variable, namely  $0.000 < 0.05$ , has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Service quality variable that is  $0.000 < 0.05$  has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bimba Solutions Kids Unit Candrabaga Bekasi. So it can be concluded that the marketing strategy and service quality have a simultaneous effect on customer satisfaction at Bimba Solutions Kids Unit Candrabaga Bekasi.*

**Keywords :** Marketing Strategy, Service Quality, Consumer Satisfaction.

## I. PENDAHULUAN

Peran pendidikan dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi hal yang wajib saat ini, dimana pendidikan merupakan salah satu jalan keluar dari persoalan yang dihadapi karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan seseorang pada bidang tertentu. Pendidikan membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan melalui proses pengembangan, dengan begitu sumber daya manusia menjadi bagian yang penting dalam pendidikan. Menurut Mandang, Lumanauw, dan Walangitan, (2017:4325) dalam Anjarwati et al. (2020) mengatakan bahwa

pendidikan merupakan tahap awal seseorang dalam pengetahuan dengan menggunakan metode pengajaran dilembaga pendidikan dalam jangka waktu tertentu.

Sekolah semakin banyak dan luas sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan harus memiliki inisiatif dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Seperti halnya lembaga pendidikan Bimba atau Bimbingan Baca Anak yang sudah berkembang luas hingga saat ini menjadi daya Tarik masyarakat untuk memilih pendidikan awal untuk anak usia 3 tahun – 6 tahun. Bimba diminati masyarakat atas kualitas pelayanan yang mampu membantu orangtua dalam