

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PENDAFTAR BARU DI KAMPUNG INGGRIS LANGUAGE CENTER (LC)

Retha Febrianasari¹, Petty Arisanti²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Kahuripan Kediri
email: retha.febrianasari@students.kahuripan.ac.id¹, arisanipetty@kahuripan.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pendaftar baru di Kampung Inggris Language Center. Menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan kuesioner skala Likert 5 poin pada 50 responden, data dianalisis melalui Excel dan SPSS. Hasil regresi linier sederhana menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat pendaftar baru, dengan koefisien regresi 0,525 dan signifikansi 0,000 ($<0,05$). Nilai R Square 0,377 menunjukkan 37,7% variasi minat pendaftar dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berperan penting dalam menarik minat pendaftar baru dan memperkuat daya saing lembaga kursus.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, minat pendaftar baru, kampung inggris
Language Center

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on new registrants' interest at Kampung Inggris Language Center. Using an associative quantitative method with a 5-point Likert scale questionnaire distributed to 50 respondents, data were analyzed using Excel and SPSS. The simple linear regression results show that service quality has a positive effect on new registrants' interest, with a regression coefficient of 0.525 and a significance value of 0.000 (<0.05). The R Square value of 0.377 indicates that 37.7% of the variation in new registrants' interest is explained by service quality. These findings highlight that improving service quality plays an important role in attracting new registrants and enhancing the competitiveness of the language center.

Keywords: *service quality, interest of new registrants, kampung inggris Language Center*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan dunia kerja yang semakin ketat, kemampuan berbahasa Inggris bukan lagi menjadi nilai tambah, melainkan sebuah kebutuhan. Hal ini mendorong banyak individu, terutama generasi muda, untuk mencari lembaga kursus bahasa Inggris yang mampu memberikan pengalaman belajar yang efektif, efisien, dan menyenangkan. Salah satu destinasi belajar bahasa Inggris yang telah lama dikenal dan menjadi favorit di Indonesia adalah Kampung Inggris Pare. Di antara banyaknya lembaga kursus di kawasan tersebut, Kampung Inggris *Language Center (LC)* menempati posisi istimewa sebagai salah satu lembaga kursus terbesar dan terfavorit. Dengan metode pembelajaran intensif, lingkungan English Area yang mendukung, serta komunitas yang mendorong praktik bahasa Inggris setiap saat, LC menjadi pilihan utama bagi ribuan peserta setiap tahunnya.

Namun, di tengah meningkatnya jumlah pesaing dan berkembangnya teknologi pembelajaran daring, Kampung Inggris *Language Center (LC)* dihadapkan pada tantangan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan agar tetap menjadi pilihan utama bagi calon pendaftar baru. Saat ini, tren belajar bahasa asing tidak hanya terbatas pada pengalaman tatap muka, tetapi juga mencakup ekspektasi peserta terhadap kenyamanan fasilitas, keramahan staf, sistem administrasi yang efisien, hingga layanan digital yang mendukung proses pembelajaran. Ketika ekspektasi calon peserta semakin tinggi, maka kualitas layanan menjadi elemen krusial yang dapat memengaruhi keputusan mereka dalam memilih lembaga kursus.

Dalam lima tahun terakhir, jumlah pendaftar baru di Kampung Inggris *Language Center* (LC) menunjukkan tren yang cenderung meningkat. Pada tahun 2020, jumlah pendaftar tercatat sebanyak 3.677 orang. Angka ini kemudian naik menjadi 4.143 pendaftar pada tahun 2021, dan terus mengalami peningkatan menjadi 4.211 orang pada tahun 2022. Lonjakan signifikan terjadi pada tahun 2023 dengan jumlah pendaftar mencapai 6.080 orang, lalu meningkat lagi menjadi 7.373 pendaftar pada tahun 2024. Sementara itu, hingga pertengahan tahun 2025 (Januari–Juni), sudah tercatat sebanyak 2.712 pendaftar, dan jika tren ini terus berlanjut, maka total pendaftar tahun 2025 berpotensi melampaui tahun-tahun sebelumnya. Dalam upaya menjaga kestabilan dan terus meningkatkan volume pendaftar baru, dilakukanlah penelitian mengenai analisis kualitas layanan terhadap minat pendaftar baru, sebagai langkah strategis dalam memahami dan meningkatkan daya tarik Kampung Inggris *Language Center* (LC) di mata calon peserta.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan faktor-faktor spesifik dalam kualitas layanan yang memberikan pengaruh signifikan terhadap minat pendaftar baru. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas layanan adalah perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap kinerja layanan yang diterima. Jika persepsi melebihi harapan, maka kualitas layanan dianggap baik; sebaliknya, jika tidak memenuhi harapan, maka kualitas layanan dianggap buruk (Fikri, 2025). Menurut Slamet (2003), minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat (Matondang, 2018).

Penelitian ini mengadopsi Teori SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) sebagai kerangka untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Teori ini menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum menerima layanan dan persepsi mereka setelah menerima layanan tersebut (Nashihuddin, 2012).

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan strategis bagi pihak pengelola Kampung Inggris *Language Center* (LC) dalam merancang peningkatan layanan yang tepat sasaran, relevan dengan kebutuhan pasar saat ini, serta selaras dengan perkembangan zaman. Ke depannya, peningkatan kualitas layanan tidak hanya akan

berdampak pada kepuasan peserta, tetapi juga akan memperkuat citra LC sebagai lembaga kursus unggulan yang adaptif dan terus berkembang.

Penelitian ini dibatasi pada Kampung Inggris *Language Center (LC)* sebagai objek penelitian, tanpa membahas lembaga kursus bahasa Inggris lainnya. Minat yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada ketertarikan calon peserta untuk mendaftar sebagai peserta baru di Kampung Inggris *Language Center (LC)*. Adapun subjek dalam penelitian ini dibatasi pada individu yang merupakan calon pendaftar baru atau yang menunjukkan ketertarikan untuk mengikuti program kursus di Kampung Inggris *Language Center (LC)* dalam periode waktu tertentu.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi sangat penting tidak hanya untuk menjawab tantangan yang ada saat ini, tetapi juga sebagai fondasi pengambilan keputusan bagi pengembangan layanan *Language Center (LC)* di masa mendatang. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan lembaga kursus bahasa Inggris secara umum dalam menghadapi dinamika kebutuhan pembelajar di era digital dan globalisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif pada dasarnya adalah suatu pendekatan ilmiah yang sangat menekankan pada pengumpulan data dalam bentuk angka atau data kuantitatif (Zulfikar et al. 2024). Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kahuripan Kediri dengan responden mahasiswa Program Jurusan Manajemen dan Akuntansi. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2024. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan alat statistik untuk menguji hubungan dan pengaruh variabel.

Penelitian ini mengadaptasi *Theory of Planned Behavior (TPB)* karena teori ini menjelaskan bagaimana faktor psikologis mempengaruhi niat dan perilaku seseorang, termasuk dalam keputusan berinvestasi. Dalam konteks penelitian ini, minat investasi mahasiswa dapat dipandang sebagai bentuk intensi yang menjadi prediktor utama perilaku investasi di pasar modal (Purwanto dkk, 2022).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kahuripan Kediri. Sampel merupakan sub-kelompok dari populasi yang direncanakan diteliti untuk men-generalisasikan kesimpulan dari penelitian. Untuk

menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat banyak teknik sampling yang digunakan. Pada dasarnya teknik sampling dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik penentuan sampel yang memberi peluang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Zulfikar et al. 2024)

Tahap pelaksanaan dilakukan dengan mengajukan izin pengumpulan data kepada pihak berwenang di Universitas Kahuripan Kediri. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* dari populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Kuesioner kemudian disebarkan kepada responden terpilih. Tahap analisis dilakukan dengan mengolah data menggunakan perangkat lunak statistik, seperti SPSS atau Microsoft Excel. Data dianalisis secara deskriptif untuk memahami karakteristik responden dan dengan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi. Hasil analisis menjadi dasar dalam pengujian hipotesis.

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kahuripan Kediri, yang telah memenuhi syarat yaitu telah menerima mata kuliah Manajemen Investasi dan Portofolio yaitu mahasiswa angkatan 2021 dan 2022.

Tabel 1. Data populasi sesuai kriteria penelitian

Deskripsi	Akuntansi 2021	Manajemen 2021	Akuntansi 2022	Manajemen 2022
Jumlah Mahasiswa	96	63	16	31
Jumlah Populasi	N = 206			

(Sumber: Data diolah)

Metode penentuan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan tabel ukuran sampel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael. Metode ini sangat mudah digunakan karena cukup dengan membaca tabel berdasarkan jumlah populasi yang diinginkan dan tingkat kesalahan yang akan digunakan (1%, 5%, dan 10%). Semakin banyak tingkat kesalahan yang digunakan maka jumlah sampel yang digunakan akan semakin sedikit.

Tabel 2. Tabel signifikansi Isaac & Michael

N	Signifikansi		
	1%	5%	10%
200	154	127	115
210	160	131	118
220	165	135	122
230	171	139	125
240	176	142	127
250	182	146	130

(Sugiono, 2013)

Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan 5% untuk ukuran sampel agar jumlah sampel yang eror atau tidak sesuai dengan kualifikasi tidak terlalu banyak. jumlah sampel yang dibutuhkan berdasarkan tabel populasi $N = 206$ dibulatkan menjadi $N = 210$ adalah 131 sampel.

Data dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Responden menilai setiap pertanyaan menggunakan skala Likert 4 poin. Berikut skor skala likert untuk analisis kuantitatif dalam penelitian:

Tabel 3. Skor skala likert 4 point.

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Jawaban	Skor	Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4	Sangat Setuju	1
Setuju	3	Setuju	2
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	4

Penelitian ini menerapkan skala 1-4 untuk menilai sejauh mana tingkat keyakinan responden dalam mengambil keputusan, khususnya yang berkaitan dengan keuangan dan perencanaan finansial di masa depan. Skala ini dirancang untuk mengukur seberapa yakin responden dalam menentukan pilihan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, investasi, serta strategi keuangan jangka panjang.

Terakhir, hasil penelitian disusun dalam bentuk laporan skripsi sesuai pedoman universitas. Setelah mendapat masukan dari dosen pembimbing, laporan ini dipresentasikan pada seminar hasil dan ujian skripsi untuk mendapatkan persetujuan akhir. Dengan prosedur ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Inggris *Language Center* adalah salah satu lembaga kursus bahasa Inggris terbesar dan terfavorit di kawasan Kampung Inggris Pare, Kediri, Jawa Timur.

Dengan sistem pembelajaran intensif dan lingkungan English Area, *Language Center* menghadirkan suasana belajar yang mendukung peserta untuk terbiasa menggunakan bahasa Inggris dalam kehidupan sehari-hari. Program pembelajaran mencakup materi lengkap seperti *grammar*, *pronunciation*, *vocabulary*, dan *speaking*, yang dirancang secara terintegrasi untuk mempercepat penguasaan bahasa Inggris.

Language Center menerapkan metode pembelajaran yang menyenangkan dan interaktif, sehingga peserta merasa nyaman dan termotivasi dalam proses belajar. Dengan jadwal yang terstruktur, peserta dilatih untuk lebih disiplin dan percaya diri. Pengajar di *Language Center* dipilih melalui seleksi ketat, memastikan bahwa mereka adalah profesional berpengalaman yang mampu memberikan pembelajaran berkualitas tinggi. Fasilitas di *Language Center* dirancang untuk mendukung proses belajar secara optimal. Tersedia asrama dengan dua tipe, yaitu reguler dan AC, yang dilengkapi dengan fasilitas seperti kasur, bantal, lemari, kipas angin atau AC, serta kamar mandi. Asrama ini juga menerapkan sistem English Area, mendorong peserta untuk terus berlatih berbicara dalam bahasa Inggris di luar kelas.

Uji validitas indikator reflektif dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antara nilai indikator dan nilai konstruk . Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan bahwa indikator konstruk berubah ketika indikator lain dari konstruk yang sama berubah (Sugiono, 2018). Berikut merupakan hasil dari Uji Validitas variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	X-1	0.646	0.361	Valid
	X-2	0.462	0.361	Valid
	X-3	0.525	0.361	Valid
	X-4	0.558	0.361	Valid
	X-5	0.635	0.361	Valid
	X-6	0.394	0.361	Valid
	X-7	0.469	0.361	Valid
	X-8	0.619	0.361	Valid
Minat Pendaftar Baru	Y-1	0.481	0.361	Valid
	Y-2	0.569	0.361	Valid
	Y-3	0.518	0.361	Valid
	Y-4	0.558	0.361	Valid
	Y-5	0.472	0.361	Valid
	Y-6	0.541	0.361	Valid
	Y-7	0.530	0.361	Valid
	Y-8	0.493	0.361	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel mempunyai hasil r hitung lebih besar dari pada r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada dua variabel tersebut valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian

Selanjutnya suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan 83 responden. Nilai Cronbach's Alpha harus di atas 0.70 untuk memenuhi kriteria. Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	R hitung	Keterangan	Keputusan
Kualitas Layanan	X-1	0.726	> 0.7	Reliabel
	X-2	0.739	> 0.7	Reliabel
	X-3	0.738	> 0.7	Reliabel
	X-4	0.739	> 0.7	Reliabel
	X-5	0.725	> 0.7	Reliabel
	X-6	0.753	> 0.7	Reliabel
	X-7	0.739	> 0.7	Reliabel
	X-8	0.730	> 0.7	Reliabel
Minat Pendaftar Baru	Y-1	0.737	> 0.7	Reliabel
	Y-2	0.729	> 0.7	Reliabel
	Y-3	0.742	> 0.7	Reliabel
	Y-4	0.743	> 0.7	Reliabel
	Y-5	0.743	> 0.7	Reliabel
	Y-6	0.739	> 0.7	Reliabel
	Y-7	0.740	> 0.7	Reliabel
	Y-8	0.749	> 0.7	Reliabel

Berdasarkan table. 2 dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas untuk semua variabel menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7. Hal ini menandakan bahwa seluruh instrumen penelitian ini dapat dianggap reliabel. Dengan demikian, semua variabel memiliki tingkat keandalan yang baik dan layak digunakan dalam analisis penelitian ini.

Selanjutnya Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur dan menjelaskan hubungan antara satu variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta untuk membuat prediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.443	3.900		3.960	<.001
	Kualitas Pelayanan	.575	.107	.614	5.390	<.001

$$Y = 15.443 + 0.575X$$

Berdasarkan persamaan regresi penelitian ini sebagai berikut:

1. 15.443 adalah konstanta (intersep), yang menunjukkan nilai Y saat semua variabel independen bernilai nol.
2. Koefisien 0.575 pada X_1 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada X_1 akan menaikkan Y sebesar 0.575 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.

Selanjutnya dilakukan uji hipoteset (Uji t) yaitu metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis mengenai perbedaan rata-rata antara dua kelompok atau untuk menilai signifikansi koefisien dalam model regresi. Uji t atau t-test adalah uji statistik yang berfungsi untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua sampel atau menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel di atas dilihat bahwa koefisien regresi dan nilai probabilitas statistik t variabel interaksi antara kualitas pelayanan dan minat pendaftar baru sebesar 0.575 dan <0.001. Nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pendaftar baru.

Uji koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Uji ini juga digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614	.377	.364	1.78741
a. Predictors: (Constant) Kualitas				

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R-Square diatas 37.7% yang berarti masing-masing variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 37.7% dimana sisanya dijelaskan oleh faktor diluar model peneltian.

Untuk mendukung data kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara kepada tiga calon pendaftar baru Kampung Inggris *Language Center (LC)*. Wawancara ini bertujuan untuk menggali persepsi, harapan, serta

faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka dalam memilih Kampung Inggris *Language Center (LC)* sebagai tempat belajar bahasa Inggris.

Berdasarkan hasil wawancara, ketiga informan memberikan tanggapan yang relatif positif terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh Kampung Inggris *Language Center (LC)*. Dari sisi fasilitas belajar, para responden menyampaikan bahwa mereka memperoleh kesan yang baik berdasarkan informasi yang mereka lihat melalui media sosial, website, dan brosur digital. Fasilitas dinilai modern, bersih, dan nyaman, serta mendukung proses belajar yang efektif. Peralatan belajar seperti modul, audio-visual, dan media interaktif juga dianggap lengkap dan profesional, meskipun persepsi ini masih berdasarkan informasi tidak langsung.

Dalam hal keandalan layanan, para informan menunjukkan keyakinan bahwa Kampung Inggris *Language Center (LC)* akan memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan dalam promosi. Keyakinan ini ditopang oleh banyaknya testimoni dan ulasan positif dari alumni sebelumnya. Jadwal kursus dinilai cukup fleksibel dan terorganisir, dengan pilihan kelas pagi, siang, dan malam, yang memungkinkan calon peserta menyesuaikan dengan kebutuhan pribadi mereka.

Dari sisi responsivitas, para responden mengaku mendapat tanggapan yang cepat dan jelas dari pihak admin ketika bertanya melalui media sosial atau chat WhatsApp. Admin dinilai ramah dan komunikatif, serta mampu menyampaikan informasi program dengan bahasa yang mudah dipahami. Selain itu, responden juga mengungkapkan harapan bahwa pengajar akan bersikap suportif dan membantu jika nantinya mereka mengalami kesulitan belajar, berdasarkan kesan dari konten yang ditampilkan dan testimoni pengguna lain.

Terkait dengan minat mendaftar, para responden menyatakan bahwa mereka tertarik karena program-program yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan mereka, baik untuk meningkatkan kemampuan speaking maupun persiapan TOEFL. Fitur seperti English area dan sistem camp turut menjadi daya tarik tersendiri. Selain itu, mereka juga menyatakan keinginan untuk mengikuti program trial class apabila tersedia, sebagai bentuk uji coba sebelum mengambil keputusan akhir. Testimoni dan pengalaman orang lain terbukti menjadi salah satu faktor pendorong yang signifikan dalam membentuk keyakinan mereka untuk mendaftar. Pada akhirnya, seluruh informan menyatakan kesediaannya untuk merekomendasikan Kampung Inggris *Language Center (LC)* kepada teman atau keluarga, karena mereka menilai tempat ini layak dan terpercaya sebagai pusat pembelajaran bahasa Inggris.

Hasil wawancara ini mendukung temuan kuantitatif bahwa kualitas layanan, baik secara fisik, informasi, maupun interaksi, memiliki pengaruh terhadap minat calon peserta dalam mengambil program di Kampung Inggris *Language Center* (LC).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat pendaftar baru di Kampung Inggris *Language Center* (LC). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula minat calon peserta untuk mendaftar. Oleh karena itu, lembaga diharapkan terus meningkatkan kualitas pelayanan, baik dari segi kecepatan respon, ketepatan informasi, maupun sikap ramah dan profesional staf, karena pelayanan yang berkualitas terbukti mampu meningkatkan minat pendaftar baru dan menjadi faktor penting dalam strategi pengelolaan lembaga. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, sehingga untuk penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti lingkungan belajar, fasilitas, atau harga program agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat pendaftar baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Fikri, A. “*Definisi Kualitas Pelayanan Menurut Para Ahli*”. Accessed: May 29, 2025. [Online]. Available: <https://redasamudera.id/definisi-kualitas-pelayanan-menurut-para-ahli>
- Matondang, A. (2018) “*Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar*”, Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 2 (2)
- Nashihuddin, W. (2025) “*Servqual; Metode Tepat Meningkatkan Kualitas Layanan Perpustakaan*”, Universitas Diponegoro. Accessed: May 29, 2025. [Online]. Available: <https://digilib.undip.ac.id/2012/05/11/servqual-metode-tepat-meningkatkan-kualitas-layanan-perpustakaan>
- SPSS Indonesia (2015). Uji heteroskedastisitas Glejser SPSS,” <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-heteroskedastisitas-glejser-spss.html>. Accessed: [Online]. Available: <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-heteroskedastisitas-glejser-spss.html>

- Sugiono, (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung.
- Zulfikar, R., et al. (2024) Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktik).
Bandung: Widina Media Utama.