

## RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei mengenai kepuasan pelanggan melalui inovasi layanan yang dimediasi oleh nilai pelanggan pada IELTS di Indonesia. Penelitian ini mengambil judul: “Dampak Inovasi Layanan pada Penyelenggaraan Tes IELTS terhadap Kepuasan Pelanggan yang Dimediasi oleh Nilai Pelanggan: Sebuah Inovasi Layanan CBT (Computer Based Testing) pada IELTS di Indonesia”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan menguji Inovasi Layanan dan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan yang diperluas dengan mempertimbangkan Nilai Pelanggan sebagai peran mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa yang pernah mengikuti tes IELTS CBT di Indonesia. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 115 orang. Teknik Snowball Sampling digunakan dalam menentukan responden.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan SPSS-23 (Statistical Package for the Social Sciences) menunjukkan bahwa: (1) Inovasi Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada penyelenggaraan tes IELTS di Indonesia, (2) Inovasi Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Pelanggan pada penyelenggaraan tes IELTS di Indonesia, (3) Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada penyelenggaraan tes IELTS di Indonesia, (4) Nilai Pelanggan memediasi hubungan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada penyelenggaraan tes IELTS di Indonesia.

Implikasi teoritis dari kesimpulan penelitian ini adalah memperjelas penerapan teori sinyal dalam konteks organisasi dan menyelaraskan temuannya dengan teori Expectation Disconfirmation, yang menekankan pentingnya melampaui harapan pelanggan. Dengan mengintegrasikan kemajuan teknologi, terutama dalam pengujian Kemampuan Bahasa Inggris, penelitian ini menyoroti manfaat inovasi layanan dalam lingkungan yang kompetitif. Selain itu, fokus uniknya pada pengujian kemampuan bahasa Inggris global dan inovasi operasi IELTS menggarisbawahi kontribusinya pada area khusus penelitian.

Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan pentingnya para pembuat kebijakan dan manajemen yang berfokus pada strategi yang berorientasi pada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dalam sistem IELTS. Hal ini mencakup pengembangan kebijakan yang komprehensif, mengadopsi cara-cara baru untuk meningkatkan orientasi pelanggan, dan menyediakan platform yang mudah diakses dan fleksibilitas teknologi. Komunikasi yang efektif dan proses uji coba dapat membantu adaptasi terhadap modernisasi dan penyelarasan global, meningkatkan partisipasi dan kepuasan. Selain itu, memprioritaskan inovasi layanan yang dirancang oleh pelanggan sangatlah penting. Memahami kepuasan pelanggan, operasi strategis, dan mekanisme kreatif untuk meningkatkan loyalitas sangat ditekankan. Akhirnya, bisnis, termasuk penyelenggara IELTS, dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi melalui inovasi layanan dan pemasaran, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: CBT, IELTS, Inovasi Layanan, Kepuasan Pelanggan, Nilai Pelanggan.

## SUMMARY

*This research is survey research on customer satisfaction through service innovation, mediated by customer value in IELTS in Indonesia. This research takes the title: "The Impact of Service Innovation in IELTS Test Operation on Customer Satisfaction Mediated by Customer Value: An Innovation of CBT (Computer Based Testing) Service in IELTS in Indonesia".*

*The purpose of this research is to develop and test Service Innovation and its influence on Customer Satisfaction which is expanded by considering Customer Value as a mediating role. The population in this study was all the students who have taken IELTS CBT in Indonesia. The number of respondents taken in this study was 115. The Snowball Sampling technique was used in determining the respondents.*

*Based on the results of research and data analysis using SPSS-23(Statistical Package for the Social Sciences) show that: (1)Service Innovation has a positive and significant effect on Customer Satisfaction in the IELTS test operation in Indonesia, (2) Service Innovation has a positive and significant effect on Customer Value in the IELTS test operation in Indonesia, (3) Customer Value has a positive and significant effect on Customer Satisfaction in the IELTS test operation in Indonesia, (4) Customer Value mediates the relationship between Service Innovation and Customer Satisfaction in the IELTS test operation in Indonesia.*

*The theoretical implication of the research conclusion is that it clarifies the application of signaling theory in organizational contexts and aligns its findings with the Expectation Disconfirmation theory, emphasizing the importance of exceeding customer expectations. By integrating technological advancements, especially in English Language Proficiency testing, the study highlights the benefits of service innovation in a competitive environment. Furthermore, its unique focus on global English proficiency testing and IELTS operation innovation underscores its contribution to a niche area of research.*

*The practical implications of the research emphasize the importance of policymakers and management focusing on customer-oriented strategies to enhance satisfaction in the IELTS system. This involves developing comprehensive policies, adopting new ways to improve customer orientation, and providing accessible platforms and technological flexibility. Effective communication and trial processes can aid adaptation to modernization and global alignment, increasing participation and satisfaction. Additionally, prioritizing customer-designed service innovation is crucial. Understanding customer satisfaction, strategic operations, and creative mechanisms to improve loyalty are emphasized. Finally, businesses, including IELTS organizers, can boost competitiveness and efficiency through service and marketing innovation, ultimately enhancing customer satisfaction.*

*Keywords: Service Innovation, Customer Satisfaction, Customer Value, IELTS, CBT.*