

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPNGARUHI
LOYALITAS ORANG TUA MURID PADA
SD KATHOLIK TANJUNGPINANG**

SKRIPSI

DEVITA SARI

NIM. 13612353



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG**

2018

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPNGARUHI
LOYALITAS ORANG TUA MURID PADA
SD KHATOLIK TANJUNGPINANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh

DEVITA SARI

NIM. 13612353



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG**

2018

TANDA PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS ORANG TUA MURID PADA
SD KATOLIK TANJUNGPINANG**

Diajukan Kepada :

Panitia komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh

DEVITA SARI
NIM : 13612353

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

Imran Ilyas, M.M
NIDN. 1007036603 / Lektor

Selvi Fauzar, S.E.,M.M
NIDN. 1001109101 / Asisten Ahli

Mengetahui,
Ketua Program Studi,

Imran Ilyas, M.M
NIDN. 1007036603 / Lektor

Skripsi Berjudul

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS ORANG TUA MURID PADA
SD KATOLIK TANJUNGPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : DEVITA SARI

NIM : 13612353

Telah di Pertahankan di Depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Dua Puluh
Dua Januari Dua Ribu Delapan Belas Dan Dinyatakan
Telah Memenuhi Syarat Untuk Deterima

Panitia komisi Ujian

Ketua

Sekretaris

Imran Ilyas, M.M
NIDN. 1007036603 / Lektor

Dwi Septi Haryani, S.T.,M.M
NIDN. 1002078602 / Asisten Ahli

Anggota

Hendy Satria, S.E.,M.Ak
NIDN. 1015069101 / Asisten Ahli

Tanjungpinang, Januari 2018
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang

Ketua

Sari Wahyunie, S.E. M. Ak. Ak. CA
NIDN. 1023067001 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : DEVITA SARI
NIM : 13612353
Tahun Angkatan : 2013
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.31
Program Studi / Jenjang : MANAJEMEN / STRATA – 1 (SATU)
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Loyalitas Orang Tua Murid Pada SD Katolik
Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 2019
Penyusun

Devita Sari
NIM. 13612353

PERSEMBAHAN

**Terimakasih Tuhan, Atas Rahmat dan Karuniamu Sehingga Saya bisa
Sampai Pada Tahap Ini**

**Terimakasih Untuk Kedua Orangtua Yang Selalu Mendoakan dan
Membuatku Kuat Untuk Terus Melangkah**

**Terimakasih Juga Buat Keluarga, Sahabat Serta Semua Pihak Yang Telah
Memberikan Dukungan dan Motivasi Selama Penyusunan Skripsi ini**

MOTO

“Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah”

(Lessing)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi TUHAN, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya bagi penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi yang merupakan salah satu prasyarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut.

1. Ibu Sari Wahyunie, SE. M. Ak, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang, sekaligus sebagai pembimbing 1.
2. Bapak Imran Ilyas, MM, Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang dan sekali gus sebagai pembimbing 1
3. Ibu Selvi Fauzar, SE.,MM selaku pembimbing ke 2 terimakasih atas semua waktu dan masukkanya selama ini.
4. Terima kasih kepada kepala sekolah atas izin dan rekomendasinya untuk meneliti di SD Katolik Tanjungpinang
5. Terimakasih kepada guru dan staf SD Katolik atas bantuannya selama dilakukannya penelitian ini.
6. Suami dan keluarga tercinta yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis untuk giat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2013 yang tidak bisa disebut satu persatu.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya.

Tanjungpinang, November 2019

Penulis,

Devita Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	ii
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABTRACT</i>	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktisi.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	9
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas	10

2.1.1.2	Loyalitas Orang Tua Murid	12
2.1.1.3	Reputasi Sekolah Dan Dimensi – Dimensinya	13
2.1.1.4	Indikator Loyalitas	15
2.1.2	Mutu Pendidikan	16
2.1.2.1	Input Pendidikan	18
2.1.2.2	Proses Pendidikan.....	18
2.1.2.3	Output Pendidikan	19
2.1.1.4	Indikator Mutu Pendidikan	19
2.1.3	Kualitas Pelayanan	21
2.1.3.1	Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)	23
2.1.3.2	Kehandalan (<i>Reliability</i>).....	24
2.1.3.3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	26
2.1.3.4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	28
2.1.3.5	Empati (<i>Emphaty</i>).....	29
2.1.3.6	Indikator Kualitas Pelayanan	31
2.2	Hubungan Antara Variabel.....	32
2.2.1	Pengaruh Mutu Pendidikan Terhadap Loyalitas Orangtua Murid.....	32
2.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Orangtua Murid.....	32
2.3	Penelitian Terdahulu	34
2.4	Kerangka Pemikiran.....	38
2.5	Hipotesis	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian	40
3.2	Jenis Data	41
3.3	Definisi Operasional Variabel	41
3.4	Varibel Penelitian	43
3.4.1	Variabel Independen	43
3.4.2	Variabel Dependen	43

3.5	Populasi dan Sampel.....	44
3.5.1	Populasi.....	44
3.5.2	Sampel.....	44
3.6	Metode Pengumpulan Data	45
3.7	Teknik Pengelolaan Data	46
3.8	Metode Analisis Data.....	49
3.8.1	Uji Kualitas Data.....	49
3.8.1.1	Uji Validitas	49
3.8.1.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.8.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	50
3.8.2.1	Uji Normalitas	50
3.8.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.8.2.3	Uji Multikolonieritas.....	51
3.8.3	Analisis Regresi Berganda.....	52
3.8.4	Uji Hipotesis	53
3.8.4.1	Uji (Uji-T)	53
3.8.4.2	Uji (Uji-F)	53
3.8.4.3	Uji Koefisien Determinan (R^2).....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	55
4.1.1	Profil SD Katolik Tanjungpinang	55
4.1.2	Statistik Diskriptif.....	55
4.1.3	Karakteristik Responden	57
4.1.4	Uji Kualitas Data.....	60
4.1.4.1	Uji Validitas	60
4.1.4.2	Uji Reliabilitas.....	62
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	63
4.1.5.1	Uji Normalitas	63
4.1.5.2	Uji Hetersokedastisitas.....	65
4.1.5.3	Uji Multikolonieritas.....	66

4.1.6	Pengujian Hipotesis.....	67
4.1.6.1	Pengujian Hipotesis Secara Uji Parsial.....	67
4.1.6.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	68
4.1.7	Analisis Regresi Berganda.....	69
4.1.8	Koefisien Determinasi	71
4.1.9	Pembahasan.....	72
4.1.9.1	Pengaruh Mutu Pendidikan Terhadap Loyalitas Orang Tua Murid.....	72
4.1.9.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Orangtua Murid	73

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

CURICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Siswa Sekolah Dasar Katolik	3
3.1	Definisi Operasional Variabel	42
3.3	Pengukuran Skala Likert	46
4.1	Ringkasan Proses Pengumpulan dan Pemilihan Sampel	56
4.2	Hasil Uji Statistik Deskriptif	56
4.3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.4	Responden Berdasarkan Usia	58
4.5	Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	59
4.6	Responden Berdasarkan Agama	59
4.7	Hasil Uji Validitas	60
4.8	Pengujian Realibilitas	62
4.9	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	64
4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
4.11	Hasil Uji Multikolonieritas	66
4.12	Uji Parsial	67
4.13	Uji Simultan.....	69
4.14	Hasil Analisis Regresi Berganda	70
4.15	Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1	Uji Normalitas Histogram.....	63
Gambar 4.2	Uji Normalitas PP P-lot	64
Gambar 4.3	Uji Heteroskedasitas.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Responden
- Lampiran 3 : Output SPSS 20
- Lampiran 4 : Dokumentasi
- Lampiran 5 : Surat Pernyataan Penelitian

ABSTRAK

Devitas Sari, 13612353

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS ORANG TUA MURID PADA SD KATOLIK TANJUNGPINANG

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Mutu pendidikan, kualitas pelayanan, terhadap loyalitas orang tua yang menyekolahkan anaknya di SD Katolik Tanjungpinang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Metodenya yaitu deskriptif analitis. Dalam penelitian ini data dan informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner atau angket.

Berdasarkan hasil analisis variabel mutu pendidikan mempunyai nilai signifikansi 0.015, nilai ini lebih kecil dari 0.05 dengan membandingkan nilai t-hitung dan t tabel yaitu $2.478 > 1.98580$, maka disimpulkan bahwa secara parsial mutu pendidikan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas orang tua murid. Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi 0.000, nilai ini lebih kecil dari 0.05 dengan membandingkan nilai t-hitung dan t tabel yaitu $6.087 > 1.98580$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas orang tua murid. Besarnya *Adjusted R²* diperoleh sebesar 0.604 atau sekitar 60.4% dan sisanya 39.6% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran kepada pimpinan, tenaga pendidik dan kependidikan SD Katolik Tanjungpinang untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan persepsi masyarakat untuk sistem kualitas pendidikan, sistem keamanan dan meningkatkan *image* yang baik kepada masyarakat khususnya loyalitas orang tua murid.

Kata Kunci : Mutu Pendidikan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas

Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Januari 2018

(x + 72 halaman + 18 Tabel + 5 Gambar + 3 Lampiran)

Referensi : 29 Buku + 11 Jurnal

Dosen Pembimbing : 1. Imran Ilyas, M.M

2. Selvi Fauzar, S.E.,M.M

ABSTRACT

Devitas Sari, 13612353

THE ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING FOSTER PARENTS LOYALTY ON CATHOLIC PRIMARY SCHOOL IN TANJUNG PINANG

The aim of this study is to identify the quality of education, service of quality toward foster parents' loyalties on Catholic Primary School in Tanjung pinang. Sample respondent taken from 100 foster parents with questioner method. This studies using a multiple regression analysis with quantitative method analysis.

Based on result of statistical analysis, quality of education has significant value 0.015, this value less than 0.05 compare with t value and t table $2.478 > 1.98580$, that can be concluded quality of education significant partial affected foster parents' loyalties. quality of service have significant value 0.000, this value less than 0.05 compare with t-value and t-table $6.087 > 1.98580$ it means that service of quality significant partial affected foster parents loyalties. Adjusted R2 is 0.604 or 60.4% and the rest is 39.6 % can be affected from other factor which not included on this study.

This study provide some recommendation, for the headmaster, teachers and school itself, in order to give more attention and improving the quality of education, security system and image of school so that community & foster parents loyalties perception respectively improved.

Keywords : Quality of Education, Service of Quality, Loyalty

Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Januari 2018

(x + 72 pages + 18 tables + 5 images + 3 attachment)

References : 29 Books + 11 Journals

Lecturer Advisor : 1. Imran Ilyas, M.M

2. Selvi Fauzar, S.E.,M.M

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan memegang peranan penting yang menyangkut kemajuan dan masa depan bangsa, tanpa pendidikan yang baik mustahil suatu bangsa akan maju. Dalam Undang-undang Sistem Pendidikan Bab II Pasal 3 menyebutkan bahwa “ Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan serta meningkatkan mutu kehidupan dan martabat manusia Indonesia dalam rangka upaya mewujudkan tujuan Nasional. Salah satu tujuan pendidikan adalah upaya untuk mengembangkan bakat dan kemampuan individu.

Pembelajaran merupakan kegiatan utama sekolah sebagai bentuk layanan pendidikan bagi masyarakat. Sekolah diberi kebebasan memilih strategi, metode, dan teknik pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik mata pelajaran, siswa, guru, dan kondisi nyata sumberdaya yang tersedia di sekolah. Secara umum, strategi, metode atau teknik pembelajaran yang berpusat pada siswa (*student centered*) lebih mampu memberdayakan pembelajaran siswa

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 tentang Badan Standart Nasional Pendidikan (BSPN) ditegaskan bahwa pendidik (guru) harus memiliki kompetensi sebagai agen pembelajaran pada jenjang pendidikan dasar dan menengah serta pendidikan anak usia dini. Sebaik apapun kurikulum jika tidak dibarengi oleh guru yang berkualitas berkopetensi maka, semuanya akan sia-sia. Mutu pendidikan memikul tanggung jawab utama dalam transformasi orientasi peserta didik dari ketidak tahuan menjadi tahu,

dari ketergantungan menjadi mandiri, dari tidak terampil menjadi terampil, dengan metode-metode pembelajaran bukan lagi mempersiapkan peserta didik yang pasif, melainkan peserta didik berpengalaman yang senantiasa mampu menyerap dan menyesuaikan diri dengan informasi baru dengan berpikir, bertanya, menggali, menciptakan mengembangkan cara-cara tertentu dalam memecahkan yang berkaitan dengan kehidupannya.

Sebagai tenaga profesional kependidikan guru memiliki kualitas pelayanan yang berbeda antara guru yang satu dengan lainnya. Hal ini kelak akan berakibat adanya perbedaan kinerja guru dalam meningkatkan mutu pendidikan. Herzberg dalam Arikunto, (2010) menyatakan bahwa “Kualitas Pelayanan bukanlah dimensi tunggal, tetapi tersusun dalam dua faktor, yaitu faktor motivator (*satisfier*) dan faktor *hygiene*“. Faktor motivator adalah faktor yang menyebabkan terjadinya Loyalitas, seperti prestasi kerja, pengakuan, kemajuan, perasaan bahwa yang mereka kerjakan penting dan tanggung jawab. Faktor *hygiene* adalah faktor yang terbukti bisa menjadi sumber ketidakpuasan, seperti kebijakan administrasi, supervisi, hubungan dengan teman kerja, gaji, rasa aman dalam pekerjaan, kehidupan pribadi, kondisi kerja dan status. Kualitas Pelayanan guru merupakan faktor penting dalam peningkatan kinerja guru karena sebagai pendorong utama setiap guru melaksanakan tugas profesinya sesuai ketentuan yang berlaku.

Harapan orang tua yang tinggi terhadap kualitas proses, output, dan *outcome* pendidikan menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola lembaga pendidikan untuk mencapai hal tersebut. Bukan hal yang sulit bagi para orang tua untuk memilih satu yang dianggap terbaik dari ratusan sekolah dalam

menyekolahkan anaknya. Menanggapi hal tersebut, setiap lembaga pendidikan akan berlomba-lomba untuk dapat menarik minat masyarakat khususnya orang tua dalam menyekolahkan anaknya. Pengelola lembaga pendidikan perlu menerapkan strategi yang berbeda untuk menghadapi persaingan antar sekolah tersebut. Rahman dan Amri (2013:24) mengartikan strategi sebagai rencana, metode, dan rangkaian aktivitas untuk merancang pencapaian tujuan pendidikan. Strategi yayasan untuk menarik minat orang tua dalam menyekolahkan anaknya adalah penetapan cara yang unik yang disusun secara sistematis dan terarah oleh yayasan untuk dilaksanakan bersama-sama dengan sekolah yang dibina dengan tujuan menarik minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya.

Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang yang berdiri pada 9 September 1958 dengan izin operasional sekolah 13760 /109.F5/A8-1994. Merupakan salah satu SD yang yang diperhitungkan di Kota Tanjungpinang keberadaannya dengan akreditasi A/30. Melalui yayasan Tunas Karya Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang melalui visinya yaitu “Komunitas Yang Unggul Dalam Mutu Dan Terdepan Dalam Pelayanan Pendidikan” dapat dipastikan *Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang* termasuk sekolah favorit dibuktikan dengan jumlah siswanya sekitar 622 orang siswa dengan tingkat kelulusan yang signifikan baik dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Data Siswa Yang Mendaftar Dan Tamat Sekolah Dasar Katolik
Tahun 2014 s.d 2017

Keterangan	Tahun Ajaran 2014 – 2015	Tahun Ajaran 2015 - 2016	Tahun Ajaran 2016 – 2017
Siswa Mendaftar	110 orang	107 orang	104 orang
Siswa Tamat	98 orang	116 orang	105 orang

Sumber: Data Sekunder SD Katolik (2017)

Jika dilihat pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah murid yang masuk dan jumlah yang tamat baik dengan perbandingan 99% tingkat kelulusan. Fenomena dalam penelitian ini Sekolah Dasar Katolik merupakan salah satu sekolah unggulan di Tanjungpinang dilihat semakin banyak jumlah siswanya dari tahun ke tahun, kompetensi para guru dan tingkat pendidikannya sangat mempengaruhi keunggulan sekolah ini, Sekolah Dasar Katolik menerapkan aturan-aturan khusus keagamaan dan juga keamanan yang terjamin yang menjadikan Sekolah Dasar Katolik termasuk sekolah yang patut di perhatikan di Kota Tanjungpinang.

Sekolah dituntut untuk selalu berupaya melakukan perbaikan-perbaikan dalam hal kualitas pelayanan jasa pendidikan kepada para siswanya sesuai dengan kebutuhan dari lingkungan masyarakatnya itu sendiri. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik tentu hal tersebut akan berdampak pula pada tingkat kepuasan dari siswa atau orang tua murid yang menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kendala yang ada saat ini yaitu adanya persaingan yang ketat antar lembaga pendidikan. Saat ini banyak lembaga pendidikan yang bermunculan, sehingga persaingan untuk menarik minat orang tua memilih sekolah semakin ketat, apalagi sekolah yang menawarkan berbagai program unggulan yang menarik, unik, dan berkualitas kepada masyarakat luas juga semakin banyak. Solusi dari masalah ini adalah optimis dengan selalu melakukan persaingan secara sehat. Selanjutnya kendala yang dihadapi yayasan yaitu keuangan yang ada masih

dianggap kurang untuk menjalankan seluruh strategi yang ada. Keuangan yang ada tidak sebanding dengan banyaknya strategi yang direncanakan oleh sekolah, sehingga terdapat beberapa strategi, khususnya strategi yang membutuhkan pembiayaan tinggi masih belum dapat dilaksanakan.

Dalam perspektif makro banyak faktor yang mempengaruhi mutu pendidikan diantaranya kurikulum, kebijakan pendidikan, fasilitas pendidikan. Upaya pemerintah dalam meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia sudah dilakukan secara serius dengan berbagai strategi. Salah satu strategi yang dilakukan adalah pengembangan kurikulum, yaitu dari kurikulum berbasis konten menuju kurikulum berbasis kompetensi yang diimplementasikan melalui kurikulum tingkat satuan pendidikan. Program pemerintah tersebut di selaraskan dengan daerah-daerah yang ada di Indonesia.

Berdasarkan *research gap* yang terjadi, serta menganggap adanya hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi, maka penulis mengambil judul: **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Orang Tua Murid Pada Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah mutu pendidikan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas orang tua murid untuk menyekolahkan anaknya di Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas orang tua murid untuk menyekolahkan anaknya di Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang?
3. Apakah mutu pendidikan dan kualitas pelayanan guru secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas orang tua murid untuk menyekolahkan anaknya di Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini hanya meneliti mutu pendidikan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas orang tua murid, di Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh mutu pendidikan terhadap loyalitas orang tua murid di Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas orang tua murid di Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh mutu pendidikan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas orang tua murid untuk menyekolahkan anaknya di Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Sebagai sarana untuk menambah referensi dan bahan kajian dalam khasanah ilmu pengetahuan di bidang pendidikan dan untuk penelitian lanjutan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan dari mutu pendidikan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas terhadap orang tua murid pada Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang.

1.5.2 Kegunaan Praktisi

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pemahaman serta informasi yang sangat berguna khususnya bagi pimpinan sekolah, guru dan para staf terhadap mutu pendidikan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Dan bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang mengenai judul yang dipilih menjadi penelitian, perumusan masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dibahas mengenai landasan teori yang berisi teori-teori yang menunjang penelitian yang berasal dari buku, jurnal, *review* penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dari penelitian, pengembangan hipotesis, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan mengenai ruang lingkup dan objek penelitian, metode penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel penelitian, metode yang digunakan dalam menentukan populasi dan sampel, prosedur pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi mengenai unit analisis atau observasi, serta hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasan detail mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran yang berguna bagi penelitian selanjutnya

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Hasibuan (2013:10) MSDM atau manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Menurut Schuler, *et al.* dalam Sutrisno (2014:6) manajemen sumberdaya manusia merupakan pengakuan tentang pentingnya tenaga kerja organisasi sebagai sumber daya manusia yang sangat penting dalam memberi kontribusi bagi tujuan-tujuan organisasi, dan menggunakan beberapa fungsi dan kegiatan untuk memastikan bahwa sumber daya manusia tersebut digunakan secara efektif dan adil bagi kepentingan individu, organisasi, dan masyarakat.

Menurut Mangkunegara (2013:2) manajemen sumberdaya manusia adalah suatu pengelolaan dan pendaya gunaan sumber daya yang ada pada individu. Pengelolaan dan pendaya gunaan tersebut dikembangkan secara maksimal di dalam dunia kerja untuk mencapai tujuan organisasi dan pengembangan individu pegawai. Berdasarkan beberapa pendapat menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan manajemen sumber daya manusia merupakan suatu pengelolaan sumber daya manusia dalam suatu perusahaan secara efektif dan efisien agar dapat membantu terwujudnya tujuan dari perusahaan.

Arep dan Tanjung (2008:98) mengemukakan bahwa manajemen sumberdaya manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur unsur manusia sebagai

aset suatu organisasi dengan cara memperoleh, mengembangkan dan memelihara tenaga kerja secara efektif dan efisien.

2.1.1.1 Pengertian Loyalitas

Sebenarnya Loyalitas berasal dari kata “loyal” yang berarti setia atau patuh, loyalitas berarti mengikuti dengan patuh dan setia terhadap seseorang atau peraturan yang telah di sepakati bersama. Istilah loyalitas ini sering diartikan bahwa seseorang akan disebut loyal atau memiliki loyalitas yang tinggi jika mau mengikuti apa yang diperintahkan. Perusahaan atau organisasi atau pengusaha mengartikan loyalitas adalah suatu kesetiaan karyawannya kepada perusahaan, namun pada praktek nya, arti kata loyalitas sering dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memanfaatkan karyawan semaksimal mungkin tanpa memperhatikan kebutuhan karyawan itu sendiri. Para karyawan disodori berbagai peraturan mentah-mentah tanpa ada opsi untuk mengelak.

Kotler dan Keller (2009:138) mengungkapkan loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.

Loyalitas menurut Tjiptono (2011:481) “perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merk yang tersedia, merk termurah dan sebagainya). Menurut Hasan (2008:83) bahwa loyalitas pelanggan adalah

pelanggan yang hanya tidak membeli ulang suatu barang dan jasa misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Loyalitas menurut Griffin (2010:04), adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Membangun loyalitas orang tua merupakan kebijakan strategis bagi sekolah Krismanto (2009). Loyalitas orang tua adalah komitmen yang dipegang orang tua terhadap anak-anak mereka untuk terus menghadiri sekolah secara konsisten di masa depan, terlepas dari pengaruh situasional dan upaya sekolah lainnya atau usaha mendorong mereka untuk mengubah perilaku Oliver dalam Skallerud (2011). Menurut Li dan Hung (2009), ada beberapa perilaku orang tua yang loyal pada sebuah sekolah. Pertama, orang tua akan mendaftarkan anak-anak mereka di sekolah dasar yang sama. Kedua, orang tua tersebut akan bertindak sebagai pendukung yang baik dengan merekomendasikan sekolah untuk orang tua lain. Dengan demikian hal tersebut dapat membantu untuk menarik siswa baru. Ketiga, orang tua yang loyal akan menjadikan sekolah sebagai pilihan pertama bagi pendidikan anaknya.

Mendukung pernyataan Skallerud (2011), bahwa kepuasan yang dirasakan orang tua murid terhadap sekolah akan menyebabkan orang tua tersebut menilai tinggi reputasi sekolah. pernyataan Dagger dan O'Brien (2010), bahwa kepercayaan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

2.1.1.2 Loyalitas Orang Tua Murid

Konsumen yang loyal pada suatu merek akan berdampak positif bagi perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Bowen, Chen, dan Zins, dalam Javadein, Khanlari, dan Estiri, (2008) ada 3 (tiga) konsep sudut pandang dalam mendefinisikan loyalitas pelanggan.

1. Loyalitas sikap (*attitudinal loyalty*) merupakan sebuah komitmen jangka panjang yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu perusahaan. Sikap loyal diukur dengan mengacu pada komponen-komponen sikap, seperti keyakinan, perasaan dan kehendak untuk melakukan pembelian.
2. Loyalitas berdasarkan perilaku (*behavioural loyalty*) adalah keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan memiliki niat untuk mengadakan pembelian ulang. Loyalitas yang sebenarnya timbul ketika konsumen mempunyai hubungan yang dalam dengan merek tersebut. Hal itu terbukti dengan melakukan pembelian kembali.
3. Loyalitas gabungan (*composite loyalty*) adalah loyalitas yang dibentuk berdasarkan sikap dan perilaku konsumen. Dengan kata lain, loyalitas merupakan gabungan dari dimensi sikap dan dimensi perilaku loyalitas konsumen. Foscht *et al*, (2009). Membangun loyalitas orang tua merupakan kebijakan strategis bagi sekolah. Krismanto (2009).

Loyalitas orang tua adalah komitmen yang dipegang orang tua terhadap anak-anak mereka untuk terus menghadiri sekolah secara konsisten di masa depan, terlepas dari pengaruh situasional dan upaya sekolah lainnya atau usaha mendorong mereka untuk mengubah perilaku. Oliver dalam Skallerud (2011).

Menurut Li dan Hung (2009), ada beberapa perilaku orang tua yang loyal pada sebuah sekolah.

1. Orang tua akan mendaftarkan anak-anak mereka di sekolah dasar yang sama.
2. Orang tua tersebut akan bertindak sebagai pendukung yang baik dengan merekomendasikan sekolah untuk orang tua lain. Dengan demikian hal tersebut dapat membantu untuk menarik siswa baru.
3. Orang tua yang loyal akan menjadikan sekolah sebagai pilihan pertama bagi pendidikan anaknya.

2.1.1.3 Reputasi Sekolah dan Dimensi-dimensinya

Reputasi merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan Skallerud, (2011). Reputasi adalah persepsi keseluruhan dari perusahaan, yang berkaitan, dan yang diharapkan konsumen ketika membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan. Helgesen dan Nasset, (2007). Argumen yang sama dapat diterapkan untuk hubungan antara kepuasan orang tua murid dan konsep reputasi sekolah Skallerud (2011). Reputasi sekolah dapat dijadikan sebagai ukuran yang dipengaruhi oleh kepuasan.

1. Orientasi Orang Tua

orientasi orang tua Skallerud, (2011). Orang tua memiliki keterlibatan dalam memilih pendidikan yang tepat bagi anaknya. Menurut Barnyak dan McNelly dalam Schubert, (2010), khususnya untuk level pendidikan dasar, orang tua lebih mengambil banyak andil dalam memilih sekolah. Berbeda halnya dengan pendidikan yang lebih tinggi seperti Universitas. Meskipun orang tua juga terlibat, tapi keterlibatannya tidak sebanyak pada pendidikan dasar.

Orientasi orang tua merupakan persepsi orang tua dari kesediaan karyawan sekolah untuk memenuhi kebutuhan mereka Skallerud, (2011). Karyawan yang dimaksud di sini adalah guru-guru dan staff yang handal. Sedangkan kebutuhan yang dimaksud adalah pendidikan yang baik untuk anak-anak mereka dan dapat menghasilkan kualitas belajar yang baik.

2 Kualitas Belajar

Kualitas belajar adalah persepsi orang tua murid mengenai bagaimana kualitas kegiatan belajar mengajar selama di sekolah Skallerud, (2011). Kualitas belajar merupakan deskripsi dari apa yang pelajar dapatkan pada akhir masa studi. Kualitas belajar yang dilakukan pada masa saat ini sangat bergantung pada teknologi dan sarana sekolah. Teknologi adalah konsep penting dalam proses pembelajaran yang dapat memperluas lingkup belajar. Contoh teknologi pembelajaran saat ini adalah proses *e-learning* yang semakin banyak digunakan dalam dunia pendidikan. Sedangkan sarana sekolah berbeda fungsinya dengan teknologi. Contoh sarana sekolah yang dapat mendukung kualitas belajar adalah perpustakaan, laboratorium, dan program-program sekolah lainnya yang dapat memajukan kualitas pembelajaran di sekolah.

3 Lingkungan yang Aman

Dimensi ketiga dalam reputasi sekolah adalah lingkungan yang aman. Lingkungan yang aman adalah persepsi orang tua murid dalam hal lingkungan yang aman dan sehat bagi anak-anak mereka. Skallerud, (2011).

Menurut Chan dan Dishman (2011), menyediakan lingkungan sekolah yang aman dan sehat merupakan dasar untuk pembelajaran siswa.

4 Guru yang Baik

Guru yang baik adalah persepsi orang tua murid mengenai bagaimana manajemen sekolah mendidik dan memberikan kemampuan agar para guru kompeten. Skallerud, (2011). Guru yang baik cara mengajarnya akan memberikan dampak positif bagi perkembangan siswa tersebut. Sebaliknya guru yang memberikan efek negatif pada siswa mereka cenderung kurang mengajar dengan baik .

2.1.1.4 Indikator Loyalitas

Menurut Tjiptono (2007:97) loyalitas disini dapat diukur dengan 3 indikator, yaitu:

1. *Repeat*, yaitu apabila pelanggan membutuhkan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan
2. *Retention*, yakni ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.
3. *Referral*, apabila jasa yang diterima memuaskan, maka pelanggan akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayan yang diterima ia tidak akan bicara pada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan layanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak penyedia dana.

Jil Griffin dalam Hurriyati (2010:130) indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan adalah:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes regular repeat purchases*)
2. Melakukan pembelian diluar lini produk atau jasa (*Purchases across product and service lines*)
3. Merekomendasikan produk (*Refers other*)
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full the competition*)

2.1.2 Mutu Pendidikan

Penyelenggaraan layanan belajar bagi peserta didik biasanya dikaji dalam konteks mutu pendidikan yang erat hubungannya dengan kajian kualitas manajemen dan sekolah efektif. Komite Sekolah sebagai lembaga mandiri dibentuk dan berperan dalam peningkatan mutu pelayanan dengan memberikan pertimbangan, arahan dan dukungan tenaga, sarana dan prasarana, serta pengawasan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan (Pasal 56, ayat 3 UU Nomor 20 Tahun 2003)

Hal ini untuk menjadikan organisasi tetap bertahan dan terus melangsungkan kehidupannya, masalah mutu harus menjadi perhatian termasuk dalam bidang pendidikan. Oleh karena itu, masalah mutu dalam dunia pendidikan harus menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah, sekolah dan masyarakat. Mengingat masih diperlukan upaya yang serius guna meningkatkan mutu pendidikan serta persaingan global dalam bidang pendidikan yang menunjukkan kecenderungan makin meningkat dengan baik.

Pengertian mutu dalam konteks pendidikan mengacu pada proses pendidikan dan hasil pendidikan. Proses pendidikan yang bermutu melibatkan berbagai input seperti bahan ajar, metode pembelajaran, sarana sekolah, dukungan administrasi, dan sarana prasarana serta sumber daya lainnya untuk penciptaan suasana sekolah yang kondusif. Mutu dalam pendidikan untuk menjamin kualitas input, proses, produk atau *output*, dan *outcome* sekolah sehingga dapat meningkatkan akuntabilitas sekolah. Input pendidikan dinyatakan bermutu jika siap diproses.

Secara umum, mutu adalah gambaran dan karakteristik menyeluruh dari barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang ditentukan atau yang tersirat . Rini, (2011:81). Mutu mengandung makna derajat (tingkat) keunggulan suatu produk (hasil kerja/upaya) baik berupa barang maupun jasa, baik yang *tangible* (dapat dipegang) maupun yang *intangible* (tidak dapat dipegang) Suryosubroto, (2010:210).

Mutu dalam konteks “hasil pendidikan” mengacu pada prestasi yang dicapai oleh sekolah pada setiap kurun waktu tertentu. Prestasi yang dicapai atau hasil pendidikan (*student achivement*) dapat berupa hasil tes kemampuan akademis. Dapat pula prestasi di bidang lain, seperti prestasi di cabang olahraga, seni, keterampilan, dan lain-lain. Bahkan prestasi sekolah dapat berupa kondisi yang tidak dapat dipegang (*intangible*), seperti suasana disiplin, keakraban, saling menghormati, kebersihan, dan sebagainya. Sowiyah, (2010:24).

Rendahnya mutu pendidikan secara umum disebabkan oleh beberapa sumber yang mencakup desain kurikulum yang lemah, bangunan yang tidak memenuhi syarat, lingkungan kerja yang buruk, sistem dan prosedur yang tidak sesuai, jadwal kerja yang serampangan, sumberdaya yang kurang, dan pengembangan staf yang tidak memadai. Sebab-sebab khusus masalah mutu bisa mencakup kurangnya kualitas pelayanan, kegagalan komunikasi, atau masalah yang berkaitan dengan perlengkapan perlengkapan.

Pandangan masyarakat secara sempit atau khusus, faktor dominan yang berpengaruh dan berkontribusi besar terhadap mutu pendidikan adalah guru yang profesional dan guru yang sejahtera. Oleh karena itu, guru harus secara profesional melaksanakan tugasnya dalam proses pembelajaran, pembimbingan dan pelatihan terhadap peserta didik agar berkompeten.

2.1.2.1 Input Pendidikan

Untuk ketercapaian pendidikan bermutu, fungsional, produktif, efektif dan akuntabel, maka diperlukan beberapa hal yang terkait dengan input yang antarlain: Peserta didik–ketenagaan, fasilitas, biaya, kurikulum, perencanaan dan evaluasi, hubungan sekolah masyarakat dan iklim sekolah yang memadai Mulyasa,(2013).

2.1.2.2 Proses Pendidikan

Proses adalah suatu pelaksanaan atau kejadian yang terjadi secara alami atau didesain dengan sengaja Mulyasa, (2013). Pesan-pesan penting akan

dapat ditangkap dan dicerna bila para pelaku pendidikan mampu mendesain secara interaktif dan sederhana

2.1.2.3 Output Pendidikan

Output merupakan hasil dari proses, menghasilkan lulusan sesuai dengan standar tertentu dan tentunya diharapkan memenuhi keinginan masyarakat, orangtua dan pemerintah. Output pada dasarnya akan banyak dipengaruhi oleh input dan proses, keefektifan proses. Sistem input yang berkualitas tentu dapat menghasilkan output yang berkualitas pula. Teori Sistem informasi “*Gold in-Gold out*” dapat digunakan dalam hal ini. Suatu output dikatakan berkualitas apabila telah memenuhi beberapa persyaratan yang ditentukan oleh standar Pendidikan (SNP).

Output pendidikan sebagai suatu sistem sewajarnya dapat dicerminkan dari suatu prestasi mutu lulusan sekolah yang sejatinya merupakan suatu proses pembelajaran yang didukung oleh semua unsur baik dari level kementerian, Dinas Pendidikan Provinsi, Kabupaten, Kota, Kecamatan, sampai pada kelembagaan persekolahan yang merupakan unit terkecil. Dengan kata lain, makro, dan mikro pendidikan secara bersama-sama menjalankan perannya sehingga menghasilkan *output* yang terstandar dengan baik.

2.1.2.4 Indikator Mutu Pendidikan

Acuan utama system penjamin mutu pendidikan dasar dan menengah adalah Standart Nasional Pendidikan (SNP) yang ditetapkan oleh pemerintah

pusat melalui Badan Standart Nasional Pendidikan (BSNP). adalah standar minimal yang ditetapkan pemerintah dalam bidang pendidikan yang harus dipenuhi oleh satuan pendidikan dan semua pemangku kepentingan dalam mengelola dan menyelenggarakan pendidikan, Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2016, yang terdiri:

1. Standard kompetensi lulusan

Standar kompetensi lulusan digunakan sebagai pedoman penilaian dalam penentuan kelulusan peserta didik dari satuan pendidikan. Standar kompetensi lulusan tersebut meliputi standar kompetensi lulusan minimal satuan pendidikan dasar dan menengah, standar kompetensi lulusan minimal kelompok mata pelajaran, dan standar kompetensi lulusan minimal mata pelajaran. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No 23 Tahun 2006 menetapkan Standar Kompetensi Lulusan atau SKL untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah.

2. Standard isi

Standar Isi mencakup lingkup materi minimal dan tingkat kompetensi minimal untuk mencapai kompetensi lulusan minimal pada jenjang dan jenis pendidikan tertentu. Standar isi meliputi:

- 1) Kerangka dasar
- 2) Struktur kurikulum
- 3) Beban Belajar
- 4) Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan
- 5) Kalender Pendidikan/Akademik

3. Standard Proses

Pendidik harus memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi sebagai agen pembelajaran, sehat jasmani dan rohani, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional. Kualifikasi akademik yang dimaksudkan di atas adalah tingkat pendidikan minimal yang harus dipenuhi oleh seorang pendidik yang dibuktikan dengan ijazah dan atau sertifikat keahlian yang relevan sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

4. Standard Penilaian

Penilaian pendidikan pada jenjang pendidikan dasar dan menengah terdiri atas:

- 1) Penilaian hasil belajar oleh pendidik
- 2) Penilaian hasil belajar oleh satuan pendidikan
- 3) Penilaian hasil belajar oleh Pemerintah

5. Standard Pengelolaan

- 1) Standar pengelolaan terdiri dari 3 (tiga) bagian, yakni:
Standar pengelolaan oleh satuan pendidikan
- 2) Standar pengelolaan oleh Pemerintah Daerah
- 3) Standar pengelolaan oleh Pemerintah.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan kini sangat dibutuhkan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka. Namun demikian

meskipun definisi ini berorientasi pada konsumen, tidak berarti bahwa dalam menentukan kualitas pelayanan penyedia jasa harus menuruti semua keinginan konsumen. Dengan kata lain, dalam menetapkan kualitas pelayanan, perusahaan harus mempertimbangkan selain untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan, juga harus melihat tersedianya sumberdaya yang memadai dalam perusahaan.

Lebih rinci, manfaat-manfaat spesifik kepuasan pelanggan bagi perusahaan mencakup: dampak positif pada loyalitas pelanggan: berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*), dan *up-selling*: menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan) menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan untuk membayar harga premium dan pelanggan mudah tergoda untuk beralih pemasok) pelanggan cenderung lebih resptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan: serta meningkatnya *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jejaring pemasok mitra bisnis, dan saluran distribusi, singkat kata, tidak perlu.

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level: *universal* (sama di manapun), *cultural* (tergantung system nilai budaya), sosial (dibentuk kelas ,ekonomi, kelompok etnis, keluarga, teman sepergaulan), dan personal (tergantung preferensi atau serera setiap individu). Secara sederhana, kualitas dapat di artikan sebagai produk yang

bebas catatan. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Namun definisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sektor jasa. Oleh sebab itu, pemahaman mengenai kualitas kemudian diperluas menjadi “*fitness for use*” dan “*conformance to requirements*”. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Istilah nilai (*value*) sering kali digunakan untuk mengacu pada kualitas relatif suatu produk dikaitkan dengan harga produk bersangkutan.

2.1.3.1 Bukti Langsung (*tangibles*)

Kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

Pada suatu bentuk kualitas pelayanan yang diperhatikan perusahaan, maka terdapat suatu dimensi yang disebut dengan *tangibles* atau bukti langsung. Bukti langsung disini dapat diartikan sebagai bagaimana kemampuan perusahaan atau produsen dalam menunjukkan eksistensi atau kemampuannya ketika berhadapan langsung dengan konsumen. *Tangibles* disini tidak dapat diraba atau dilihat oleh konsumen secara langsung, akan tetapi dapat dirasakan dampaknya secara langsung dari hal-hal yang telah dilakukan perusahaan tersebut.

Sehingga menurut Margaretha dalam Metayunika Vidya (2013) terdapat identifikasi kualitas layanan fisik (*tangible*) dapat tercermin dari aplikasi lingkungan kerja berupa:

1. Kemampuan menunjukkan prestasi kerja pelayanan dalam menggunakan alat dan perlengkapan kerja secara efisien dan efektif.
2. Kemampuan menunjukkan penguasaan teknologi dalam berbagai akses data dan inventarisasi otomasi kerja sesuai dengan dinamika dan perkembangan dunia kerja yang dihadapinya.
3. Kemampuan menunjukkan integritas diri sesuai dengan penampilan yang menunjukkan kecakapan, kewibawaan dan dedikasi kerja.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa tangible atau bukti langsung menurut Zoeldhan (2012) yaitu berupa bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.

2.1.3.2 Keandalan (*reliability*)

Dalam melayani konsumen sebaik-baiknya dan akhirnya bisa memberikan suatu kepuasan konsumen tak bisa terlepas dari keandalan atau *reliability* dari perusahaan tersebut dalam menunjukkan kualitas terbaiknya sehingga konsumen merasa puas dan tidak merasa keliru telah menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Dimensi keandalan (*reliability*) dalam indikator kualitas pelayanan

merupakan hal penting dan vital bagi perusahaan dalam menunjukkan kinerjanya karena kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Zoeldhan, (2012). Banyak perusahaan yang berlomba-lomba memperbaiki dimensi kehandalan dalam kinerja mereka. Kehandalan yang dimaksud dapat meliputi bagaimana kualitas kinerja karyawan, kehandalan dalam menggunakan skill mereka saat melayani konsumen, dan sebagainya.

Sama halnya ketika Zoeldhan (2012) mengatakan bahwa kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Kehandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari kehandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, kehandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan sesuai dengan *skil* yang mereka punya, kehandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja yang ditunjukkan dan kehandalan menggunakan teknologi kerja yang ada.

Sedangkan Sunyoto dalam Metayunika Vidya (2013) menyatakan bahwa kehandalan dari suatu individu organisasi dalam memberikan pelayanan sangat diperlukan untuk menghadapi gerak dinamika kerja yang terus bergulir menuntut kualitas layanan yang tinggi sesuai kehandalan individu pegawai dan dapat dilihat dari :

1. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan tingkat pengetahuan yang sesuai dengan uraian kerjanya.

2. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang terampil yang sesuai dengan tingkat keterampilan kerja yang dimilikinya dalam menjalankan aktivitas pelayanan yang efisien dan efektif.
3. Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan pengalaman kerja yang dimilikinya, sehingga penguasaan tentang uraian kerja dapat dilakukan secara cepat, tepat, mudah dan berkualitas sesuai pengalamannya.
4. Kehandalan dalam mengaplikasikan penguasaan teknologi untuk memperoleh pelayanan yang akurat dan memuaskan sesuai hasil output penggunaan teknologi yang ditunjukkan.

Inti dari kehandalan atau reliability berdasarkan uraian teori diatas merupakan bentuk kualitas layanan dari kehandalan dalam suatu organisasi dapat ditunjukkan dengan kehandalan pemberi pelayanan sesuai dengan bentuk-bentuk karakteristik yang dimiliki oleh pegawai tersebut, sesuai dengan keberadaan organisasi tersebut sehingga mempengaruhi bentuk keualitas pelayanan dari perusahaan . Zoeldhan, (2012)

2.1.3.3 Daya Tanggap (*responsiveness*)

Definisi daya tanggap menurut Tjiptono (2007) yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Tanggap disini dapat diartikan bagaimana bentuk respon perusahaan terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan konsumen. Respon yang dimaksud sebaik-baiknya cara perusahaan dalam menerima entah itu permintaan, keluhan, saran, kritik, complain, dan sebagainya atas produk atau

bahkan pelayanan yang diterima oleh konsumen. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif. Kegiatan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya dalam sebuah organisasi atau perusahaan tidak sekedar tentang kehandalan perusahaan, tapi lebih ke yang bagaimana cara perusahaan menanggapi konsumen dalam bentuk apapun

Margaretha dalam Metayunika Vidya (2013) mengungkapkan bahwa kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

1. Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya.
2. Memberikan penjelasan yang mendetail yaitu bentuk penjelasan yang substantif dengan persoalan pelayanan yang dihadapi, yang bersifat jelas, transparan, singkat dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan syarat-syarat atau prosedur pelayanan yang ditunjukkan.
4. Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi.

5. Membujuk orang yang dilayani apabila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

2.1.3.4 Jaminan (*assurance*)

Definisi *assurance* atau jaminan itu sendiri Menurut Abbas Salim (2007:1) mendefinisikan asuransi adalah kemauan untuk menetapkan kerugian-kerugian kecil (sedikit) yang sudah pasti sebagai pengganti/substitusi kerugian-kerugian besar yang belum terjadi. Sedangkan menurut pasal 246 Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD), *assurance* atau jaminan adalah suatu persetujuan, dimana penanggung kerugian diri kepada tertanggung, dengan mendapat premi, untuk mengganti kerugian karena kehilangan kerugian atau tidak diperolehnya suatu keuntungan yang diharapkan, yang dapat diderita karena peristiwa yang tidak diketahui lebih dahulu.

Lalu artian *assurance* atau jaminan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 : “asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan”.

Sedangkan Zeithmal dan Bitner dalam Metayunika Vidya (2013) mengungkapkan bahwa dimensi *assurance* atau jaminan merupakan gabungan dari dimensi :

1. Kompetensi (*competence*) Adalah keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki para karyawan untuk melakukan pelayanan.
2. Kosopanan (*courtesy*) Adalah meliputi keramahan, sikap, perhatian para karyawan.
3. Kreadibilitas (*creadibility*) Adalah meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi, dan sebagainya.

2.1.3.5 Empati (*emphaty*)

Definisi empati dalam pemasaran menurut Nursodik (2010) adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kebutuhan pelanggannya. Sedangkan Zoeldhan (2012) mengatakan bahwa empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Empati membutuhkan adanya saling mengerti satu sama lain antara karyawan atau yang melayani dan yang dilayani atau konsumen agar tercipta suatu hubungan yang balance atau selaras dalam perusahaan tersebut.

Nursodik (2010) mengatakan dimensi empati ini merupakan gabungan dari beberapa dimensi, yaitu :

1. Akses (*accses*) Adalah meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
2. Komunikasi (*communication*) Adalah kemampuan berkomunikasi untuk menyampaikan berbagai informasi dari pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
3. Pemahaman para pelanggan (*understand the customer*) Adalah usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Apabila kelima elemen TERRA diatas diperhatikan,diharapkan akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* dan *expectation*

$$\boxed{S = f (E.P)}$$

S = Satisfaction

E = Expectation

P = Product Pereceived Performance

Jika jasa atau barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan ooleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan dan sebaliknya akan timbul rasa kecewa. Bila kenikmatan yang diperoleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen betul-betul puas, mereka akan mengancungkan jempol, dan mereka akan mengadakan pembelian ulang serta memberi rekomendasi kepada teman-

temannya. Dalam hal ini penting sekali arti *Customer Delivered Value* (Nilai yang diterima oleh pelanggan) yaitu selisih antara:

TOTAL CUSTOMER VALUE : CUSTOMER

Total Customer Cost berarti jumlah segala pengorbanan yang dibayar oleh seseorang untuk memperoleh jasa.

2.1.3.6 Indikator Kualitas Pelayanan

Kotler dalam Buchari Alma (2011:284) mengungkapkan ada 5 (lima) faktor dominan atau penentuan kualitas jasa disingkat dengan TERRA yaitu:

1. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat lancar dsb.
2. *Empathy* yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusinya segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan atau complaint dari konsumen.

4. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.
5. *Assurance* (kepastian), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan pada konsumen.

2.2 Hubungan Antara Variabel

2.2.1 Pengaruh Mutu Pendidikan Terhadap Loyalitas Orang Tua Murid

Mutu Pendidikan adalah kemampuan sekolah dalam mengelola secara operasional dan efisien terhadap komponen-komponen yang berkaitan dengan sekolah, sehingga menghasilkan nilai tambah. Seperti guru siswa, kepala sekolah dan yang lainnya. Hubungannya terhadap loyalitas orang tua murid adalah dapat dilihat jika sekolah tersebut secara kebutuhannya tercukupi maka akan menghasilkan suatu kepercayaan orang tua murid akan sekolah. Membangun kepercayaan membutuhkan peran guru sebagai ujung tombak. bagi siswa, guru seringkali lebih dipercaya daripada orang tua, untuk itu, guru yang baik bukan hanya mampu berceramah tentang cara membangun kepercayaan, melainkan pula mampu menunjukkan dan merangsang siswa untuk berlatih membangun kepercayaan.

2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Orang Tua Murid

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas orang tua siswa. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien variabel kualitas layanan terhadap loyalitas orang tua sebesar 0,281. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sekolah

Miyono, (2011). McKechnie dalam Sangadji & Sopiah mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah fungsi dari harapan dan persepsi terhadap kinerja suatu produk setelah pelanggan mendapatkan atau menggunakan layanan. Pelanggan yang setia cenderung membeli lebih banyak sehingga laba perusahaan akan bertambah dan perusahaan akan mempunyai pelanggan yang loyal Sangadji & Sopiah, (2013). Kemampuan untuk mempertahankan pelanggan secara langsung akan berpengaruh terhadap tingkat kemampulabaan. Kondisi inilah yang menjadikan prasyarat bagi penyedia layanan agar tetap dapat mempertahankan keberadaannya dalam suatu industri, atau bahkan mampu membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Kotler (2009) mengemukakan bahwa, kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan penyedia layanan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan penyedia layanan memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, penyedia layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana penyedia layanan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya, kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan pada penyedia layanan yang memberikan kualitas memuaskan (Kotler, 2009).

2.3 Penelitian Terdahulu

1. Perianto Agus (2010) dalam jurnal volume 9 ISSN 1693-5241 penelitiannya berjudul factor-faktor orang tua siswa terhadap layanan pendidikan di sekolah. Penelitian ini berhasil mengungkapkan berbagai variable manifest yang menentukan derajat kepuasan orang tua siswa dengan layanan pendidikan di sekolah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa derajat kepuasan orang tua dapat dideteksi dengan menggunakan model SERVQUAL. Secara spesifik penelitian ini mengungkapkan bahwa pihak sekolah diharapkan oleh para orang tua untuk lebih tanggap dengan keinginan, harapan, dan keluhan orang tua. Sejalan dengan itu, para orang tua juga mengharapkan pihak sekolah memiliki perhatian dan kepedulian dengan apa yang disampaikan para orang tua siswa. Pimpinan sekolah juga diharapkan para orang tua untuk terus mengemukakan pentingnya layanan pendidikan yang baik kepada staf, gedung sekolah yang representative, peralatan sekolah yang memadai, guru dan staf sekolah yang professional dalam bidangnya.
2. Berdasarkan penelitian Afif Sholihul (2016). vol 4, No 1 p--ISSN 2355-0444, e-ISSN: 2502-8324 adalah :
 - a. Kualitas layanan di MI NU Miftahul Huda Tahun Pelajaran 2015/2016 menurut peneliti dinilai cukup baik dengan nilai rata-rata 3,39. Hal ini didasarkan masih adanya kekurangan pada fasilitas sarana prasarana pendidikan serta belum terbentuknya kerjasama yang harmonis antara lembaga pendidikan dengan orang tua siswa;

- b. Kepuasan dan loyalitas orang tua siswa di MI NU Miftahul Huda Tahun Pelajaran 2015/2016 menurut peneliti dinilai cukup baik dan baik dengan nilai rata-rata 3,23 dan 3,57. Kepuasan orang tua siswa menurut peneliti dinilai cukup baik dengan nilai rata-rata 3,23, hal ini didasarkan masih adanya rasa kurang puas oleh orang tua siswa pada fasilitas pendidikan yang kurang lengkap, adanya gap komunikasi antara orang tua dengan lembaga pendidikan sehingga sering terjadi ketidakjelasan informasi serta kurang puasnya orang tua akan sikap layanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan terkait keluhan yang disampaikan orang tua siswa. Sedangkan loyalitas orang tua siswa menurut peneliti dinilai baik dengan nilai rata-rata 3,57. Hal ini didasarkan akan sikap orang tua yang memberikan kesan positif lembaga pendidikan, mau merekomendasikan kepada orang lain, serta mau mendorong orang lain untuk menyekolahkan putra-putrinya dilembaga pendidikan tersebut;
- c. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas orang tua siswa di MI NU Tahun Pelajaran 2015/2016 menurut peneliti berpengaruh langsung. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien variabel kualitas layanan terhadap kepuasan orang tua sebesar 49,7% dan nilai koefisien variabel kualitas layanan terhadap loyalitas orang tua sebesar 7,8%. Ini dapat diartikan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas orang tua siswa terhadap lembaga pendidikan. Kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas orang tua siswa. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien variabel kepuasan terhadap loyalitas

orang tua sebesar 11,3%. Ini dapat diartikan apabila kepuasan orang tua meningkat maka mereka akan lebih loyal kepada madrasah.

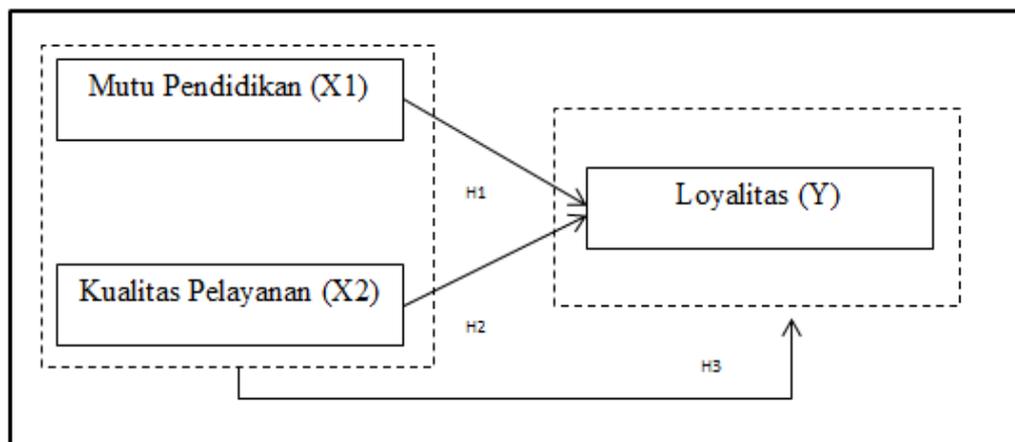
3. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan orang tua peserta didik terhadap pelayanan pendidikan pada penelitian Supriyanto Achmad dkk, Vol 25 Nomor 1, Maret 2016:39-46 hasil penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan, sehingga dikemukakan kesimpulan sebagai berikut: (1) faktor yang mempengaruhi kepuasan orang tua terhadap layanan pendidikan di SDN Model Terpadu Kabupaten Bojonegoro yaitu: (a) faktor layanan sarana dan prasarana, (b) faktor layanan pengelolaan, (c) faktor layanan pada aspek pembelajaran, (d) faktor layanan yang diberikan pendidik dan tenaga administrasi sekolah, dan (e) faktor layanan pada aspek kompetensi lulusan; (2) tingkat kepuasan orang tua peserta didik terhadap layanan pendidikan ada pada kategori sangat tinggi; dan (3) faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan orang tua peserta didik terhadap layanan pendidikan adalah faktor layanan sarana dan prasarana.
4. Sihombing Sabrina, Winata Adelia (2014) Vol 2 No. 2 ISSN 2337-7860 dalam penelitiannya memprediksi loyalitas orang tua murid suatu studi empiris, hasil penelitian ini bahwa terdapat hubungan positif antara kepuasan orang tua murid dan reputasi sekolah. Sekolah Mutiara Bunda meningkatkan loyalitas orang tua muridnya. Untuk menciptakan loyalitas orang tua murid, ada beberapa upaya yang dapat dilakukan Sekolah Mutiara Bunda. Upaya pertama, berkaitan dengan penilaian reputasi sekolah dari perspektif orang tua. Dalam menilai reputasi sekolah, orang tua akan melihat beberapa elemen

penting, misalnya mengenai kualitas guru dan kualitas pembelajaran yang didapat anak mereka. Supaya orang tua menilai tinggi reputasi sekolah, salah satu hal yang harus dilakukan Sekolah Mutiara Bunda adalah dengan lebih meningkatkan kualitas SDM guru. SDM yang dimaksud adalah kemampuan guru, seperti pintar dalam mengajar, sabar menghadapi anak-anak, lebih berpendidikan, tidak memperlakukan murid dengan kasar, dan lain-lain. Guru juga harus peduli dan dapat memberikankualitas pelayanan serta dukungan kepada anak didiknya. Selain mengenai kualitas guru, hasil pembelajaran juga dapat menjadi hal yang dilihat orang tua dalam menilai reputasi. Hasil belajar yang baik dapat dilihat apakah anak mereka bertambah pintar atau tidak. Jika anak mereka bertambah pintar selama di sekolah, orang tua akan menilai bahwa sekolah mampu mendidik anak-anak dengan baik. Dengan demikian maka orang tua dapat menilai bahwa sekolah memiliki reputasi tinggi dan dapat dipercaya. Untuk menciptakan loyalitas orang tua murid, upaya kedua yang dapat dilakukan Sekolah Mutiara Bunda adalah memiliki keunggulan kompetitif yang membedakan, sehingga orang tua tidak akan berpindah ke sekolah lainnya. Hal ini bertujuan agar orang tua memiliki keinginan untuk tetap menyekolahkan anaknya di sana dan memungkinkan terciptanya positif WOM.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah kajian tentang mutu pendidikan dan Kualitas Pelayanan guru terhadap loyalitas orang tua wali murid terhadap, dapat dilihat dari gambar dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



Sumber: Konsep yang di Kembangkan Untuk Penelitian (2017)

Keterangan Gambar:

-----> : Berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen

————> : Berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen

2.5 Hipotesis

H₁ : Diduga ada hubungan antara mutu pendidikan terhadap loyalitas orang tua murid

H₂ : Diduga ada hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas orang tua murid

H₃ : Diduga ada hubungan antara mutu pendidikan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas orang tua murid.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang awalnya data diambil menggunakan metode penelitian kualitatif tetapi setelah menggunakan bobot skala likert akan menjadi metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:35) Metode Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ diskriptif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2015:38) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme/enterpretif*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Menurut Suharsimi Arikunto (2007;190) dengan skala likert responden diminta untuk membubuhkan tanda cek (√) pada salah satu dari lima

kemungkinan jawaban yang tersedia, “sangat setuju”, “setuju”, “tidak tentu”, “tidak setuju”, dan “sangat tidak setuju”.

3.2 Jenis Data

Jenis data dikumpulkan untuk penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sugiyono, (2015:223). Data Primer dikumpulkan melalui kuisisioner (angket), teknik keperpustakaan dan wawancara. Dalam penelitian ini penulis melalui pembagian kuisisioner Kepada Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang. Data primer adalah data atau informasi yang berasal dari sumber asli, diperoleh secara langsung dari obyek penelitian Lilik Khoiriyah, (2009:35)

2. Data Sekunder

Data skunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sugiyono (2010:137).

3.3 Definisi Operasional Variabel

Operasional merupakan tahapan akhir dalam proses pengukuran. Ini merupakan penggambaran prosedur untuk memasukkan unit-unit ke dalam katagori-katagori. Defenisi operasional merupakan gambar teliti mengenai

prosedur yang diperlukan untuk memasukkan unit-unit analisis kedalam katagori-katagori tertentu dari tiap variable, menurut Bambang (2011:90).

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Suharsimi, (2006: 118). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2015;96).

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Butir Pertanyaan
Mutu pendidikan (X1)	Gambaran dan karakteristik menyeluruh dari barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang ditentukan atau yang tersirat Rini, (2011)	1. Standard Kompetensi Lulusan 2. Standard Isi 3. Standard Proses 4. Standard Penilaian Pendidikan 5. Standart Pengelolaan Pendidikan Sumber: Permen Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Dasar Dan Menengah	Skala Likert	1.2.3 4 5.6 7.8.9 9.10.11.12
Kualitas Pelayanan (X2)	Kepedulian dan timbal balik kepada suatu pihak atas kepercayaan dalam menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan guna pemuasan	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Empathy</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Reliability</i> 5. <i>Assurance</i>		1.2 3.4 5.6 7.8 9.10

	kebutuhan. Alma (2011)	Sumber : Alma (2011)		
Loyalitas (Y)	Loyalitas adalah menifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki , men <i>support</i> , mendapatkan rasa aman dan membangun ketertarikan serta menciptakan <i>emotional attachment</i> (Hurriyati (2010)	1. Melakukan Pembelian Ulang 2. Membeli Antar Lini Produk dan Jasa 3. Merekomendasikan Kepada Orang Lain 4. Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan Pesaing Hurriyati (2010)		1.2 3.4. 5.6 7.8

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Independen (*Independen Variabel*)

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau yang timbulnya variabel dependen (terkait), menurut Sugiyono (2015:96). Sebagai variabel bebas dalam penelitian ini adalah Mutu Pendidikan (X1) dan Kualitas Pelayanan(X2).

3.4.2 Variabel Dependen (*Dependen Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas Sugiyono (2015:97). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas (Y) Karyawan Sekolah Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari subjek yang akan diteliti dan akan memenuhi syarat-syarat tertentu untuk menjawab masalah penelitian. Pernyataan tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Sugiyono (2015: 148), bahwa "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Populasi dalam penelitian adalah 548 orang tua murid Sekolah Dasar Katolik Tanjungpinang.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan subjek penelitian yang dapat mewakili dari dari seluruh populasi penelitian. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Seperti yang dikemukakan Sugiyono (2015;149), bahwa "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Senada dengan Arifin (2011:215) mengatakan bahwa, sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diselidiki atau juga dapat dikatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diselidiki atau juga dapat dikatakan bahwa sampel adalah populasi dalam bentuk mini (*miniature population*).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan dengan teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling menurut Sugiyono (2010:218) yaitu : "purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel

sumber data dengan pertimbangan tertentu. Didalam menentukan ukuran sampel saya menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2009:78) yaitu:

Keterangan:

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e^2 : Perpsse kelonggaran ketik telitian karena kesalahan pengambilan

sampel dari rumus diatas angka sebagai berikut:

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2} = n = \frac{248}{1 + (248 \times 0.0025)} = \frac{248}{1.62} = 153$$

Maka jumlah sampel sebanyak 153 orang orang tua murid. Dengan demikian diharapkan sampel yang terpilih dapat digunakan untuk mendug karakteristik populasi secara objektif. Teknik Probilitas ini bertujuan mendapatkan data seakurat mungkin agar diketahui jarak pasti dari kondisi ideal.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan dokumentasi yaitu kuesioner dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan tertulis yang disusun secara rinci oleh penulis kepada responden yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Menurut Jemmy Rumengan (2013;68) kuesioner adalah lembaran pertanyaan yang berdasarkan pertanyaannya terdiri dari dua bentuk, yaitu kuesioner dengan pertanyaan terbuka, atau kuesioner

dengan pertanyaan tertutup, atau kombinasi keduanya. Pertanyaan terbuka memungkinkan penjelasan yang panjang dan mendalam, sementara dalam pertanyaan tertutup, jawaban unit analisis sudah dibatasi sehingga memudahkan dalam perhitungan-perhitungan.

Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yaitu model pertanyaan dimana pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari *alternative* jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Sedangkan pertanyaan tertutup tersebut menerangkan tanggapan responden terhadap variabel mutu pendidikan, lingkungan kerja, Loyalitas dan kinerja karyawan. Kuesioner dalam penelitian ini adalah kuesioner tabulasi dimana setiap item soal disediakan 5 jawaban dengan skor masing-masing adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Pengukuran Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Ragu-ragu (R)	Tidak Setuju (TS)	Sangat tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

3.7 Teknik Pengolahan Data

Sebelum melakukan analisis data, maka perlu dilaksanakan tahap-tahap teknik pengolahan data sebagai berikut :

1. Editing

Editing merupakan proses pengecekan dan menyesuaikan yang diperoleh terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data dengan teknik statistik.

2. Coding

Coding merupakan kegiatan pemberian tanda berupa angka pada jawaban dari kuisioner untuk kemudian dikelompokkan ke dalam katagori yang sama. Contoh *Coding*:

Status Pekerjaan :

- 1 = Pegawai Negeri,
- 2 = Swasta
- 3 = Wiraswasta
- 4 = Ibu Rumah Tangga

Jenis kelamin:

- 1 = Laki-laki
- 2 = Perempuan

Agama

- 1 = Islam
- 2 = Katolik
- 3 = Budha
- 4 = Lain-lain

Usia

Scoring yaitu mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif. Dalam penentuan scor ini digunakan skala likert dengan katagori penilaian, yaitu :

- a. Skor 5 diberikan untuk jawaban sangat setuju
- b. Skor 4 diberikan untuk jawaban setuju
- c. Skor 3 diberikan untuk jawaban ragu-ragu
- d. Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju
- e. Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju.

3. *Tabulating*

Tabulating yaitu menyajikan data-data yang diperoleh dalam table, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulating selesai dilakukan, kemudian diolah dengan program komputer SPSS.20.

3.8 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang dilakukan dengan analisis statistic deskriptif dan regresi linier berganda. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi Sugiyono, (2012:206). Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, *pictogram*, perhitungan modus, *median*, *mean*, perhitungan desil, persentil, penyebaran data melalui perhitungan rata-rata, standar deviasi, dan perhitungan prosentase Sugiyono, (2012). Analisis berganda menurut Sugiyono (2013:277) bahwa: “Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

3.8.1 Uji Kualitas Data

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrument alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Menurut Sekaran (2007:33), validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk signifikansi 5 % dari *degre of freedom* ($df = n-2$), dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid. Ghozali, (2009:102).

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisiner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisiner dinyatakan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0.60. Ghozali (2006:110).

3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik

Untuk meyakini bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (*valid*) untuk mencari peramalan, makna akan dilakukan pengujian asumsi normalitas, heteroskedastitas, dan uji multikolinieritas.

3.8.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2009:110) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan pengujian berikut:

a. Uji Kolmogorov Smirnov

Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikan > 0.05 maka distribusi normal
2. Jika nilai signifikan < 0.05 maka distribusi tidak normal

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

b. Histogram

Pengujian dengan model histogram memiliki ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng. Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi

normal. Jika data melenceng ke kanan atau melenceng ke kiri berarti data tidak terdistribusi secara normal. Sugiono,(2010). Grafik *Normality Probability Plot*

Dalam uji ini, ketentuan yang digunakan adalah:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2009:105), uji *heteroskedastisitas* bertujuan menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *Homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *Heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang *Homokedastisitas* atau tidak terjadi *Heteroskedastisitas*.

3.8.2.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2009:91) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel-variabel bebas yang bersifat *ortogonal* adalah variabel

independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Ghozali (2009:91), mengemukakan bahwa pengujian multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat *varians Inflation Factor (VIF)* dan korelasi diantara variabel independen. Jika nilai *VIF* < 10 atau nilai *tolerance* > 0.10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Suatu model dikatakan terdapat gejala multikolinieritas yaitu jika korelasi diantara variabel independen lebih besar dari 0.9.

3.8.3 Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui model atau bentuk hubungan pengaruh antar variabel dan untuk mengetahui positif atau negatifnya pengaruh variabel bebas pengaruh mutu pendidikan (X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikat Loyalitas (Y) dimana dari sampel yang diperoleh, digunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Dimana :
$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y' = Dependent variabel (Loyalitas)

A = Konstanta

b₁, b₂, = Koefisien regresi

X₁ = Independent variabel (mutu pendidikan)

X₂ = Independent variabel (kualitas pelayanan)

e = Standar *error*

3.8.4 Uji Hipotesis

3.8.4.1 Uji (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya (Priyanto, 2010:68). Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%, dengan *level of confidence* 95% ($\alpha = 0.05$) dan *degree of freedom* ($n-k-1$), dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel.

Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut.

H_0 = tidak semua variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

H_a = semua variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

3.8.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama (*simultan*) terhadap variabel dependen (Priyanto, 2010:67). Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%, dengan *level of confidence* 95% ($\alpha = 0.05$) dan *degree of freedom* ($n-k$) dan ($k-1$), dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel.

Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut.

H_0 = tidak semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

H_a = semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap

variabel dependen.

3.8.4.3 Koefisien Determinan (R^2)

Uji R^2 atau uji determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X.

Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila $R^2 = 1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu. Menurut Santoso dalam buku Priyatno, (2008:81), *Adjusted R square* adalah *R square* yang telah disesuaikan nilai ini selalu lebih kecil dari *R square* dari angka ini bisa memiliki Kualitas Pelayanan negatif, bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- AA. Anwar Prabu Manungunegara. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Arep, Tanjung. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua. Yogyakarta: BPEC
- Ali Hasan.2008. *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta.
- Afif Sholihul .2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Loyalitas Orang Tua Siswa di MI NU Mifathul Huda. vol 4, No 1 p--ISSN 2355-0444, e-ISSN: 2502-8324
- Abbas Salim. 2007. *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Basuki, Sulistyoy. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta : Penaku
- Chan, T.K.,& Dishman,M. 2011. Maintaining a Safe and Healthy School Environment for learning *The ACEF Journal*, Vol 1 : 1, 5-13.
- Danang Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : Refika Aditama
- Duwi Priyatno. 2012. *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendaran Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta : Gava Media
- Danang Sunyoto (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta : Gava Media
- Danger, T.S.,& O Brien, T.K. 2010. Does Experience Matter?. Differences in Relationship Benefits User. *European Journal of Markeing Vol. 44:1528-1552*.
- Edy Sutrisno, 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetak Ke Enam. Pranada Media Group, Jakarta.

- Foscht, T., Schloffer, J., Maloles, C., & Chia, S.L. 2009. Assessing the Outcomes of Generation-Y Customers' Loyalty. *International Journal of Bank Marketing*. Vol 27 : 218-241.
- Ghozali, Imam. 2007. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang : UNDIP
- _____. 2009 "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang : UNDIP
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Hasibuan. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Hardiyansyah. 2011.. *Sistem Administrasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia Sektor Publik dalam Perspektif Otonomi Daerah*. Yogyakarta : Gava Media
- Husein Umar, 2009, *Metode Penelitian untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Edisi kedua, Rajagrafindo Persada Jakarta
- Hendrik Rawambaku (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Penerbit Libri
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Helgesen, eat,al. 2007, "Images, Satisfaction and Antecedents: Drivers of Student Loyalty? A Case Study of a Norwegian University College", *Corporate Reputation Review*, Vol. 10, No. 1, pp. 38–58
- Javadein, S.R., Khanlari, A. dan Estiri, M. 2008. *Customer loyalty in the sport services industry: the role of service quality, customer satisfaction, commitment and trust*. *International Journal of Human Sciences*, 5,2,1-19
- Jemmy Rumengan (2013). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Citapustaka Media Perintis
- Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu

- Javadein, S., Khanlari, A., dan Estiri, M. (2008). Customer Loyalty in the Sport Services Industry: The Role of Service Quality, Customer Satisfaction, Commitment, and Trust. *International Journal of Human Science*, 5, 2.
- Krismanto, A.2009. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah. Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Patimura. Semarang.<http://eprints.undip.ac.id/16154>
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi 13 Jakarta: Erlangga.
- Li,C.K,& Hung, C.H.2009. Marketing Tactics and Parents' Loyalty: The Mediating Role of School Image *Jornal of Education of Bank Marketing*, Vol 29:358-372
- Metayunika Vidya, 2013, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Emphaty) Terhadap Kepuasan Konsumen*, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Mulyasa. 2013. Pengembangan dan Implementasi Kurikulum 2013. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Metayuni, Vidya. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reability, Responsivness, Assurance, dan Empathy*) Terhadap Kepuasan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa Presiden Republik Indonesia
- Priyanto, Dwi.2010. Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Perianto Agus.2010 , Faktor-faktor orang tua siswa terhadap layanan pendidikan di sekolah, *Jurnal volume 9 ISSN 1693-5241*
- Robbins, S dan Coulter, M. 2007. Manajemen, Edisi Kedelapan, Penerbit PT Indeks: Jakarta.
- Rahmad, Amri.2013. Model Pembelajaran Arias Tterintegratif. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Sowiyah. 2010. Pengembangan Kompetensi Guru SD. Lembaga Penelitian Universitas Lampung. Bandar Lampung.

- Skallerud, Kare. 2011. School Reputation and Its Relation to Parents' Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Educational Manahement*, Vol.25 Iss: 7,pp.671-686.
- Sugiyono , 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- _____, 2012. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- _____, 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Suharsimi Arikunto (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta
- Suharsimi Arikunto (2007). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sekaran, Uma. (2007). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* Edisi 4 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sondang P. Siagian (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Skallerud, K. (2011), "School reputation and its relation to parents' satisfaction and loyalty", *International Journal of Educational Management*, Vol. 25 No. 7, pp. 671-686
- Sihombing Sabrina, Winata Adelia .2014. memprediksi loyalitas orang tua murid suatu studi empiris, *Vol 2 No. 2 ISSN 2337-7860*
- Tjiptono, Fandy.2007. Strategi Pemasaran. Edisi 3 Yogyakarta: ANDI.
- _____. 2011. Strategi Pemasaran. Edisi 3 Yogyakarta: ANDI.
- Umar Sekarang. 2007, *Research Methods For Business* (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis). Jakarta: Salemba Empat)
- Wicaksono, Muhammad. 2007. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Bumi Aksara. Jakarta.
- Zoeldhan. 2012. Pengertian Keputusan Pembelian, (Online), (<http://zoeldhaninformatika.blogspot.com/2012/02/pengertian-keputusan-pembelian.html>, (diakses 12 April 2017)

CURRICULUM VITAE



Nama : Devita Sari

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/ Tanggal Lahir : Tanjungpinang, 24 Desember 1989

Status Marital : Menikah

Alamat : Jl. R.H Fisabilillah KM. 8 Atas Gg Garuda Juang
1 No. 3B

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Riwayat Pendidikan :

1997 – 2002 : SD Negeri 001 Tanjungpinang Timur

2002 – 2005 : SMP Negeri 5 Tanjungpinang

2013 : Paket C Karang Betuah Bintan Pesisir

2013 – 2018 : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang