

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA DI SEKOLAH DASAR SWASTA UNGGULAN

Resa Amalia^{*1}, Imron²

Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia^{1,2}

e-mail: ^{*1}amaliaresa2@gmail.com, ²imron1807yes@unimma.ac.id

Abstract. *The purpose of this study was to determine the influence of product quality, service, and emotional factors on parental satisfaction at a leading private elementary school in Mertoyudan District. This study is a quantitative study. The population in this study were all guardians of students from Al Firdaus Islamic Elementary School and Muhammadiyah Inovatif Elementary School totaling 837 people. The sampling technique in this study used simple random sampling. Data analysis in this study used descriptive statistical analysis and multiple linear regression. From this study, the first result was obtained, product quality influenced parental satisfaction with a significance of $0.030 < 0.05$. Second, service quality influenced parental satisfaction with a significance of $0.001 < 0.05$. Third, emotional factors influenced parental satisfaction with a significance of $0.000 < 0.05$. Fourth, product quality, service, and emotional factors together influenced parental satisfaction with a significance of $0.000 < 0.05$. Furthermore, it is known that the coefficient of determination of the influence of product quality, service, and emotional factors on parental satisfaction at the Leading Private Elementary School in Mertoyudan District is 93.1%, while the remaining 6.1% is influenced by other factors that were not studied. Therefore, educational institutions must be able to maximize these three factors. Good product and service quality will form positive emotions from parents which will later lead to parental satisfaction.*

Keywords. *Emotional; Product; Service; Satisfaction*

Abstract. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional terhadap kepuasan orang tua di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wali murid dari SD Islam Al Firdaus dan SD Muhammadiyah Inovatif sebanyak 837 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan simple random sampling. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Dari penelitian ini didapati hasil pertama, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan orang tua dengan signifikansi $0,030 < 0,05$. Kedua, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Ketiga, faktor emosional berpengaruh terhadap kepuasan orang tua dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Keempat, kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan orang tua dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya diketahui nilai koefisien determinasi pengaruh faktor kualitas produk, pelayanan, dan emosional terhadap kepuasan orang tua pada Sekolah Dasar Swasta Unggulan di Kecamatan Mertoyudan sebesar 93,1%, sedangkan sisanya sebesar 6,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus mampu memaksimalkan ketiga faktor tersebut. Kualitas produk dan pelayanan yang baik akan membentuk emosional positif dari orang tua yang nantinya akan menimbulkan kepuasan orang tua.

Kata Kunci. Emosional; Produk; Pelayanan; Kepuasan



This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

A. PENDAHULUAN

Pendidikan menjadi kebutuhan penting yang sebisa mungkin harus dipenuhi, dan setiap orang berhak untuk mendapatkan pendidikan. Sebagaimana yang telah tertulis dalam UUD 1945 pasal 31 (1) yang menyebutkan bahwa "setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan" (Kemendikbudristek, 2022). Pendidikan dikatakan penting karena melalui pendidikan manusia akan mengalami perubahan perilaku dari yang tidak tahu menjadi tahu, dari yang tidak bisa menjadi bisa. Saat ini banyak masyarakat yang sudah menyadari tentang pentingnya pendidikan. Sehingga mereka membutuhkan peran jasa pendidikan untuk membantu meningkatkan pendidikan putra putrinya. Karena pentingnya pendidikan ini, maka sekolah harus dapat memberikan pendidikan yang baik dan berkualitas. Pendidikan yang berkualitas dapat mendukung suatu bangsa untuk berkembang dan menghasilkan sumber daya yang dapat bersaing dengan bangsa lain. Tidak hanya berkualitas dalam hal pembelajaran saja, melainkan juga berkualitas dalam memberikan layanan kepada orang tua sebagai pelanggan pendidikan. Hal ini dikarenakan keberhasilan layanan pendidikan yang diberikan dapat ditentukan melalui kepuasan orang tua.

Persaingan dalam dunia pendidikan mulai dirasakan oleh setiap lembaga pendidikan (Atiyah et al., 2022: 2037). Hal ini terlihat dari animo atau keinginan kuat masyarakat untuk dapat menyekolahkan putra putrinya di sekolah dengan kualitas pelayanan yang baik. Adanya animo besar masyarakat ini tidak hanya menjadi berita baik bagi para lembaga pendidikan, namun juga menjadi tantangan besar bagi beberapa lembaga pendidikan. Pasalnya, adanya persaingan ini menyebabkan beberapa sekolah yang tidak mampu bersaing akan kesulitan mendapatkan peserta didik baru. Selain itu, hal ini juga menyebabkan ketidakseimbangan jumlah peserta didik pada tiap sekolah. Sehingga banyak sekolah yang akhirnya mengalami permasalahan internal seperti kekurangan peserta didik, hingga penggabungan dua sekolah menjadi satu.

Supaya terhindar dari hal tersebut, sekolah sebagai lembaga pendidikan tentunya perlu memikirkan untuk memasarkan jasa mereka dengan pemasaran yang baik dimulai dari mengidentifikasi persaingan yang dihadapi diantara sekolah-sekolah sekitar agar dapat menerapkan strategi yang tepat. Diantara strategi sekolah untuk mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya yaitu melalui layanan pendidikan. Dalam memasarkan layanan yang dimiliki sekolah, maka dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan seperti membangun citra sekolah (Budiyatmo & Iriani, 2022: 239) melalui reputasi, program unggulan sekolah, prestasi, dan banyak kegiatan penunjang lainnya (Hasanah, 2020: 244). Menarik minat masyarakat juga dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan dengan bentuk peningkatan kualitas produk, pemberian biaya terjangkau, dan peningkatan kualitas pelayanan.

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk untuk dapat memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk dalam pendidikan dapat berupa program unggulan, target pembelajaran, serta seperti apa output dari pendidikan tersebut. Selain produk terkait pembelajaran, sekolah juga tentunya harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas. Pengajar sebagai sumber daya manusia yang ada tentunya harus memiliki kompetensi yang sesuai dengan apa yang akan diajarkan, kreatif, dan inovatif. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari produk agar dapat memiliki kualitas yang baik sesuai yang diinginkan dan diharapkan pelanggan (Setiani, 2020: 3). Produk yang dimiliki juga harus disesuaikan dengan keinginan dan harapan pelanggan. Produk yang belum mampu memenuhi harapan pelanggan, harus segera ditanggapi oleh instansi untuk dianalisis supaya dapat dikembangkan kembali sesuai harapan pelanggan (Assauri, 2015: 167).

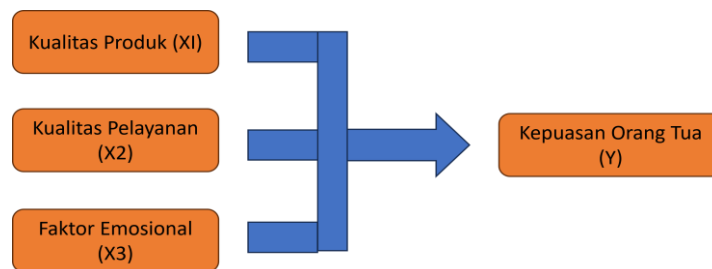
Selanjutnya yaitu kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan sendiri merupakan usaha yang dilakukan sekolah untuk memberikan bantuan berupa pelayanan kepada para pelanggan pendidikan (Kumara et al., 2023: 299). Sekolah sebagai penyedia layanan pendidikan tentunya harus selalu memperhatikan pelayanan yang diberikan agar pelangganpun merasakannya. Kualitas layanan dapat dilihat dari respon konsumen atau pelanggan yang mana apabila pelanggan senang dan menunjukkan respon positif terhadap pelayanan, maka artinya pelanggan tersebut puas terhadap kualitas pelayanan. Dalam hal ini perlu adanya kerjasama baik dari pemerintah, keluarga, maupun masyarakat melalui pendidikan formal dan non formal yang ada (Badriah & Pramularso, 2023: 135).

Faktor emosional juga merupakan aspek yang muncul ketika seseorang akan membeli atau menggunakan suatu produk (Habibie, 2023: 5). Faktor emosional ini dapat mewakili perasaan pelanggan terkait produk baik sebelum maupun sesudah menggunakannya. Sebagai contoh apabila produk tersebut dikemas dengan semenarik mungkin maka kesan pertama yang muncul di benak pelanggan adalah “bagus”, sehingga pelanggan akan mempertimbangkan produk tersebut. Sama halnya di dunia pendidikan, sekolah harus bisa menganalisis kebutuhan pelanggan agar dapat memberikan kesan positif pada masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan produk pendidikan yang berkualitas dan juga pelayanan yang baik kepada murid maupun orang tua. Kepuasan orang tua itu sendiri dapat meliputi hasil pengajaran maupun pengalaman yang ia dapatkan sebagai pelanggan pendidikan (Yunita et al., 2021: 239).

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji pengaruh kualitas produk, pelayanan dan emosional terhadap kepuasan orang tua. Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan pemahaman terkait bagaimana kualitas produk, pelayanan dan faktor emosional dapat mempengaruhi kepuasan orang tua. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu sekolah yang bersangkutan. Diharapkan pula dapat menjadi masukan bagi pengembangan pelayanan pendidikan untuk dapat meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional agar tercipta kepuasan orang tua seperti yang diharapkan. Berikut hipotesis dalam penelitian ini, yakni:

- H1: Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan orang tua pada SD swasta unggulan di Kecamatan Mertoyudan
- H2: Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan orang tua pada SD swasta unggulan di Kecamatan Mertoyudan
- H3: Faktor emosional berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan orang tua pada SD swasta unggulan di Kecamatan Mertoyudan
- H4: Kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional, berpengaruh terhadap kepuasan orang tua pada SD swasta unggulan di Kecamatan Mertoyudan

Model penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar A.1 Model Penelitian

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada orang tua siswa SD Muhammadiyah Inovatif dan SD Islam Al Firdaus Kecamatan Mertoyudan. Data akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk mengidentifikasi hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kepuasan orang tua. Jumlah populasi orang tua di SD Muhammadiyah Inovatif dan SD Islam Al Firdaus adalah 837 orang tua. Untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus slovin dengan margin error 10% sehingga total sampel adalah 100 sampel. Pada penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan menggunakan Simple Random Sampling yaitu pengumpulan sampel secara acak tanpa mempertimbangkan tingkat strata populasi (Sugiyono, 2019: 130).

Setelah data kuesioner terkumpul, dilakukan uji analisis menggunakan bantuan IBM SPSS versi 20. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini meliputi uji validitas dan, reliabilitas untuk mendapatkan instrument data yang valid dan reliabel. Selanjutnya, peneliti melakukan uji prasyarat analisis menggunakan uji normalitas, linieritas, multiolinieritas, dan heteroskedastisitas, uji normalitas, uji statistik deskriptif dan uji regresi. Kemudian untuk uji hipotesis, peneliti melakukan uji simultan (uji F), uji parsial (uji T), dan uji determinasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Produk di SD Swasta Unggulan Kecamatan Mertoyudan

Variabel kualitas produk pada penelitian ini diperoleh dengan menjumlahkan skor kemudian dilakukan kategorisasi variabel. Hasil kategorisasi variabel kualitas produk di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Distribusi frekuensi kualitas produk di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan

No	Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.	Kurang baik	6	6.0	6.0	6.0
2.	Cukup baik	20	20.0	20.0	26.0
3.	Baik	37	37.0	37.0	63.0
4.	Sangat baik	37	37.0	37.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil pemrosesan data dengan IBM SPSS 20, 2024

Berdasarkan hasil kategorisasi variabel kualitas produk diatas diketahui sebanyak 6 responden (6%) merasakan bahwa kualitas produk di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan kurang baik, 20 responden (20%) merasakan bahwa kualitas produk di SD Swasta Unggulan Kecamatan Mertoyudan cukup baik, 37 responden (37%) merasakan bahwa kualitas produk di SD Swasta Unggulan Kecamatan Mertoyudan baik, dan 37 responden (37%) merasakan bahwa kualitas produk di SD Swasta Unggulan Kecamatan Mertoyudan sangat baik.

Kualitas produk yang terus ditingkatkan akan dapat menambah kepuasan orang tua. Agar menarik minat orang tua, sekolah juga tentunya harus memiliki program yang diunggulkan dan bisa dibranding sebagai ciri khas produk sekolah. Diantara produk yang diunggulkan dari SD Muhammadiyah Inovatif dan SD Islam Al Firdaus adalah hafalan juz 30, pembiasaan mengaji pagi dan shalat dhuha, program inovatif setiap sekolah, ekstrakurikuler yang beragam untuk mengasah minat bakat, serta kegiatan baik akademik maupun non akademik yang dilakukan di sekolah.

Kualitas Pelayanan di SD Swasta Unggulan Kecamatan Mertoyudan

Variabel kualitas pelayanan pada penelitian ini diperoleh dengan menjumlahkan skor kemudian dilakukan kategorisasi variabel. Hasil kategorisasi variabel kualitas pelayanan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Distribusi Frekuensi kualitas pelayanan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan

No	Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.	Kurang baik	12	12.0	12.0	12.0
2.	Cukup baik	25	25.0	25.0	37.0
3.	Baik	34	34.0	34.0	71.0
4.	Sangat baik	29	29.0	29.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil pemrosesan data dengan IBM SPSS 20, 2024

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, hasil untuk kategorisasi variabel kualitas pelayanan diketahui sebanyak 12 responden (12%) merasakan bahwa kualitas pelayanan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan kurang baik, 25 responden (25%) merasakan bahwa kualitas pelayanan di SD swasta unggulan Kecamatan

Mertoyudan cukup baik, 34 responden (34%) merasakan bahwa kualitas pelayanan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan baik, dan 29 responden (29%) merasakan bahwa kualitas pelayanan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan sangat baik.

Dari hasil kategori tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas tingkat pelayanan adalah baik menuju sangat baik. Dari hasil yang sudah didapat ini, tentunya sekolah jangan sampai lengah hingga menurunkan kualitas pelayanannya. Justru dengan kepuasan ini, sekolah harus mampu mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanannya. Diantara pelayanan yang bisa diberikan seperti pembelajaran di kelas, kecekatan pelayanan administrasi sekolah, penyediaan layanan pendukung seperti gedung, laboratorium, halaman yang luas dan masih banyak lagi.

Faktor emosional di SD Swasta Unggulan Kecamatan Mertoyudan

Variabel faktor emosional pada penelitian ini diperoleh dengan menjumlahkan skor kemudian dilakukan kategorisasi variabel. Hasil analisis variabel faktor emosional di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Distribusi Frekuensi faktor emosional di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan

No	Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.	Kurang baik	5	5.0	5.0	5.0
2.	Cukup baik	20	20.0	20.0	25.0
3.	Baik	33	33.0	33.0	58.0
4.	Sangat baik	42	42.0	42.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil pemrosesan data dengan IBM SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel kategorisasi variabel faktor emosional diketahui bahwa dalam konteks aspek emosional, sebanyak 5 responden (5%) merasakan kurang baik terhadap layanan pendidikan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan, 20 responden (20%) merasakan cukup baik terhadap layanan pendidikan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan, 33 responden (33%) merasakan baik terhadap layanan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan, dan 42 responden (42%) merasakan sangat baik terhadap layanan pendidikan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan.

Dari hasil kategori tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas tingkat emosional adalah baik menuju sangat baik. Berkat pengadaan kualitas produk yang baik serta pelayanan yang baik, menciptakan emosional yang baik juga dari para orang tua. Emosional positif ini dapat timbul apabila mereka puas dalam menggunakan produk yang diwujudkan dalam perasaan senang, bangga, percaya diri serta rasa nyaman.

Kepuasan orang tua di SD Swasta Unggulan Kecamatan Mertoyudan

Variabel faktor emosional pada penelitian ini diperoleh dengan menjumlahkan skor kemudian dilakukan kategorisasi variabel. Hasil analisis variabel faktor kepuasan orang tua di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Kepuasan Orang Tua di SD swasta unggulan Kecamatan

No	Valid	Mertoyudan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.	Kurang baik	4	4.0	4.0	4.0
2.	Cukup baik	25	25.0	25.0	29.0
3.	Baik	39	39.0	39.0	68.0
4.	Sangat baik	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil pemrosesan data dengan IBM SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel kategorisasi variabel kepuasan orang tua diketahui sebanyak 4 responden (4%) merasakan kepuasan terhadap layanan pendidikan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan kurang baik, 25 responden (25%) merasakan kepuasan terhadap layanan pendidikan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan cukup baik, 39 responden (39%) merasakan kepuasan terhadap layanan pendidikan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan baik, dan 32 responden (32%) merasakan kepuasan terhadap layanan pendidikan di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan sangat baik.

Dari hasil kategori tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas tingkat kepuasan orang tua adalah berada pada kategori baik. Hasil ini adalah hasil keseluruhan dari variabel bebas yang di jadikan variabel penelitian yaitu kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional. Orang tua puas karena apa yang di sediakan sekolah sesuai dengan standar dan harapannya. Dikarenakan mayoritas masih dalam kategori baik, diharapkan sekolah dapat terus berbenah diri agar menjadi pelayan jasa yang lebih baik lagi. Sekolah yang terlibat dapat meningkatkan kepuasan orang tua dengan meningkatkan faktor dukungan (kualitas produk, layanan, dan faktor emosional dalam penelitian ini).

Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Faktor Emosional terhadap Kepuasan Orang Tua di SD Swasta Unggulan Kecamatan Mertoyudan

Hasil analisis data pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional terhadap kepuasan orang tua di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan secara parsial dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.281	.871		.322	.748
X1	.145	.066	.123	2.201	.030
X2	.238	.067	.256	3.573	.001
X3	.638	.062	.621	10.263	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil pemrosesan data dengan IBM SPSS 20, 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi kualitas produk terhadap kepuasan orang tua $0,030 < 0,05$, kualitas pelayanan terhadap kepuasan orang tua $0,001 < 0,05$, dan faktor emosional terhadap kepuasan orang tua sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut diketahui nilai signifikansi dari ketiga variabel dependen kurang dari 0,05 sehingga secara parsial masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kemudian, hasil analisis data pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional terhadap kepuasan orang tua di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan secara bersama-sama dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4907.386	3	1635.795	429.702	.000 ^b
	Residual	365.454	96	3.807		
	Total	5272.840	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: Hasil pemrosesan data dengan IBM SPSS 20, 2024

Dari hasil anova tersebut didapati nilai signifikansi variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan faktor emosional (X3) terhadap kepuasan orang tua (Y) adalah 0,000 kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk, pelayanan dan faktor emosional terhadap kepuasan orang tua pada SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan.

Kemudian dilakukan juga uji koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.965 ^a	.931	.929	1.95111
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber: Hasil olah data menggunakan SPSS versi 20, 2024

Tabel tersebut menjelaskan bahwa nilai hubungan (R) sebesar 0,965 dan nilai R Square atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,931. Maknanya, pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan faktor emosional terhadap variabel dependen yaitu kepuasan orang tua adalah sebesar 93,1%, sedangkan sisanya 6,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Setelah menemukan hasil dari koefisien determinasi tersebut, selanjutnya peneliti akan mencari sumbangan efektif setiap variabel.

Peneliti juga meneliti terkait sumbangan efektif dari setiap variabel yang didapati hasil. Dari hasil analisis didapati bahwa variabel kualitas produk memiliki sumbangan efektif sebesar 10,5%, variabel kualitas pelayanan memiliki sumbangan efektif sebesar 23,5% dan variabel faktor emosional memiliki sumbangan efektif sebesar 59,0%. Dari ketiga hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kecenderungan kepuasan orang tua paling tinggi yaitu pada faktor emosional, lalu pelayanan yang diberikan dan yang terakhir adalah kualitas produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut diketahui bahwa pengaruh dari ketiga variabel tersebut cukup tinggi. Hal ini menjadi nilai positif bagi sekolah terkait karena menandakan kepuasan orang tua saat ini terhadap layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini juga tidak jauh berbeda dengan penelitian sebelumnya diantaranya penelitian Ratna (2023) dan Marida, dkk (2021) menyatakan bahwa faktor emosional mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua. Citra (2020) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa emosional pelanggan dapat dijaga dengan memaksimalkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, dimana yang paling utama adalah membuat pelanggan merasa senang dan nyaman. Maka lembaga pendidikan bisa melakukannya dengan melibatkan orang tua pada kegiatan sekolah, mengadakan parenting, juga selalu membangun komunikasi positif dengan orang tua agar kita dapat mengetahui apa yang mereka butuhkan. Jika keterlibatan sekolah dan orang tua ini berlanjut dan terjalin dengan baik, bukan tidak mungkin akan timbul emosional positif dari para orang tua seperti rasa senang, bangga, dan tenang ketika menitipkan putra putrinya di sekolah yang bersangkutan.

Studi Alawiyah (2019), dan Wati & Mutohar (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua. Studi Mahendra (2019) juga menyatakan bahwa pelayanan dalam pendidikan islam mencakup berbagai hal seperti pelayanan pembelajaran, pelayanan kepegawaian, pelayanan keuangan dan pelayanan kesejahteraan. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa tugas dari lembaga pendidikan islam adalah memberikan pelayanan maksimal sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Semakin tinggi harapan yang terpenuhi, maka semakin tinggi pula kepuasan yang diterima.

Juga pada penelitian Theresa (2020), dan Natasya, dkk (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dalam dunia pendidikan disebut orang tua. Produk dari sekolah merupakan jasa layanan kependidikan yang dapat dirinci atas jasa kurikuler seperti rancangan pembelajaran, jasa penelitian, jasa ekstrakurikuler, jasa administrasi seperti laporan hasil belajar, juga jasa layanan khusus seperti layanan bimbingan dan konseling (Wiyono, 2020: 41). Namun untuk dapat mempertahankan kepuasan orang tua, maka sekolah diharapkan memiliki program unggulan tersendiri sebagai pembeda dengan sekolah lain dan juga untuk menarik minat masyarakat luas.

Selain dari kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional, faktor yang mempengaruhi kepuasan orang tua antara lain adalah harga, biaya dan kemudahan. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan Kotler dan Keller bahwa diantara faktor yang dapat mendorong kepuasan pelanggan antara lain kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan (Kotler, 2016: 157). Faktor-faktor tersebut tidak akan dapat berjalan dengan baik jika tidak ada kerjasama antara sekolah selaku pemilik jasa dan orang tua sebagai pengguna jasa. Sekolah dapat mengadakan

pertemuan bersama wali murid untuk membahas terkait program sekolah sebagai produk sekolah. Selain itu kegiatan ini juga dapat digunakan sebagai sarana sharing bersama orang tua agar antara sekolah dan orang tua memiliki kesamaan tujuan sehingga sekolah juga dapat mengetahui harapan dan kebutuhan orang tua sebagai acuan untuk memberikan kepuasan.

Sekolah juga dapat melakukan survey kepuasan pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan orang tua. Seperti yang disampaikan oleh Kotler dalam Windasuri, diantara metode yang dapat digunakan dalam pengukuran kualitas pelanggan antara lain melalui sistem keluhan dan saran, ghost shopping, analisis pelanggan yang hilang, dan survey kepuasan pelanggan (Windasuri & Hyacintha, 2017: 66). Melalui survey, sekolah dapat mengetahui respon secara langsung dari orang tua dan memberikan citra positif kepada orang tua bahwa sekolah senantiasa memperhatikan kepuasan pelanggannya. Kepuasan yang dirasakan pengguna jasa pendidikan sangat diharapkan karena tentunya akan memberikan keuntungan bagi sekolah. Manfaat dari kepuasan orang tua seperti terbentuknya hubungan baik antar sekolah dan orang tua, merekomendasikan kepada pihak lain, juga membentuk reputasi sekolah yang baik (Tjiptono, 2019: 102). menimbulkan kepuasan.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan juga pengembangan pelayanan pendidikan yang berkualitas kepada masyarakat. Tidak hanya sekolah tingkat dasar dan menengah saja, namun peningkatan kualitas ini juga harus diterapkan oleh seluruh lembaga pendidikan islam. Penelitian ini baru membahas terkait faktor kepuasan orang tua yakni kualitas produk, pelayanan dan faktor emosional, untuk itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut guna mengungkap faktor-faktor lain yang mempengaruhi dan menyebabkan kepuasan orang tua siswa sehingga dapat menambah khazanah pengetahuan dalam ranah pendidikan islam.

D. KESIMPULAN

Keberhasilan suatu layanan yang diberikan dapat ditentukan dari kepuasan para pelanggan. Pelanggan merupakan unsur penting dalam pendidikan yang menjadikan pendidikan itu dapat terus berdiri. Kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional merupakan tiga diantara komponen penting dalam pendidikan untuk mewujudkan kepuasan orang tua. Jika ingin mewujudkan kepuasan orang tua, tentunya kualitas, pelayanan juga harus baik agar tercipta emosional yang baik dari orang tua

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa mutu produk, layanan, dan faktor emosional memiliki dampak yang signifikan secara individu terhadap kepuasan orang tua. Selanjutnya didapati juga kualitas produk, pelayanan, dan faktor emosional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kualitas produk, pelayanan, dan emosional yang terbangun, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan orang tua di SD swasta unggulan Kecamatan Mertoyudan.

REFERENSI

Alawiyah, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pendidikan dan Brand Image terhadap Kepuasan Stakeholder Madrasah Aliyah Negeri di Kota Pati. In UIN Maulana Malik Ibrahim.

- Atiyah, F., Fauzi, A., & Mu'in, A. (2022). Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Sekolah Dasar Islam Terpadu. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(10), 2037–2056. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jpdsh.v1i10.3323>
- Badriah, L., & Pramularso, E. Y. (2023). The Influence of Service Quality Dimensions on Parents Satisfaction in The Covid-19 Pandemic. 7, 134–145. https://doi.org/https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v7i1.2825
- Budiyatmo, B., & Iriani, A. (2022). Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 238–252. <https://doi.org/10.24246/j.jk.2022.v9.i2.p238-252>
- Devi Ratna Sari Habibie, A. M. (2023). Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSY Marelan Raya. 2(1), 122–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i1.447>
- Hasanah, N. (2020). Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 325–333. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i4.116>
- Juwita, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Faktor Emosional Terhadap Kepuasan Pasien Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Daerah Siti Fatimah Provinsi Sumatera Selatan. 5(1), 67–72.
- Kemendikbudristek. (2022). Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2022 Tentang Standar Teknis Pelayanan Minimal Pendidikan. In Jdih.Kemdikbud.Go.Id.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 15. PT. Indeks.
- Kumara, G. K., Gaffar, V., & Arief, M. (2023). Analisis Peningkatan Kepuasan Orang Tua Murid Melalui Bauran Pemasaran Pendidikan. 14(2), 65–74.
- Mahendra, D. (2019). Analisis Faktor Kepuasan Orang Tua Siswa Terhadap Kualitas Layanan Pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) Al Madinah Balong Ponorogo. IAIN Ponorogo.
- Manoppo, N. P. T. W. S., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, brand experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem. *Productivity*, 2(4), 309–314.
- Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 5(1), 109. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v5i1.3303>
- Setiani, T. C. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kualitas promosi terhadap kepuasan pelanggan pada lembaga pendidikan english first surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(9), 1–19.
- Sri, D., Wati, S., Mutohar, P. M., & Muhajir, A. (2023). Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di Lembaga Pendidikan Islam. *Journal of Education Research*, 4(3), 1618. <https://doi.org/https://doi.org/10.37985/jer.v4i4.253>

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa Edisi Terbaru. Penerbit Andi.
- Windasuri, H., & Hyacintha, S. (2017). Excellent Service. Gramedia Pustaka Utama.
- Yunita, N., Putri, L. A., Widodo, C. E., Pendidikan, J., Guru, P., Kebidanan, D., Muhammadiyah, U., & Surabaya, P. P. (2021). Analisis Kepuasan Pembelajaran Daring Selama Masa Pandemi Covid -19. 6(2), 237-247.