

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas

Ridho Murjoko¹
Muchsin Saggaff Shihab²

ABSTRACT

The research aims to find out the impact of service quality and satisfaction on loyalty. Five dimensions of service quality i.e. issue program, academic reputation, physical aspect, career opportunity, contact personnel, responsiveness, and communication were analyzed. This research is descriptive – quantitative in nature. Data were obtained by using questionnaire which was distributed to the students of SMK Negeri 11, Jakarta. Using proportionate stratified random sampling technique, total sample of 87 respondents were obtained. Data were examined using both descriptive and statistical analysis.

Results indicated physical aspect, responsiveness, and communication had the influence on the student satisfaction, meanwhile contact personnel, responsiveness, communication, and satisfaction had the effect on loyalty. Physical aspect had an indirect influence on student loyalty. It is suggested that the management pay more attention to program, academic reputation, career opportunity, and contact personnel. There is also a need for more research to answer which physical aspect is the most dominant.

Keywords: *service quality, satisfaction and loyalty*

PENDAHULUAN

Ada tiga perubahan yang sangat mempengaruhi kehidupan manusia, yaitu *proses globalisasi, demokratisasi dan kemajuan teknologi informasi*. Keseluruhan perubahan besar tersebut mempengaruhi proses pendidikan (Tilaar, 2009). Untuk mengantisipasi perubahan tersebut, berbagai hal yang dilakukan oleh pemerintah suatu negara. Pemerintah Indonesia, misalnya, membentuk organisasi pendidikan yang bersifat otonom yang tertuang dalam tujuan pendidikan nasional secara makro, sehingga mampu melakukan inovasi dalam pendidikan untuk menuju suatu lembaga yang beretika, selalu menggunakan nalar, berkemampuan komunikasi sosial yang positif dan memiliki sumber daya manusia yang sehat dan tangguh. Secara mikro pendidikan nasional bertujuan membentuk manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, beretika (beradab dan berwawasan budaya bangsa Indonesia), memiliki nalar (maju, cakap, cerdas, kreatif, inovatif dan bertanggungjawab), berkemampuan komunikasi sosial (tertib dan sadar hukum, kooperatif dan kompetitif, demokratis), dan berbadan sehat sehingga menjadi manusia mandiri (Mulyasa, 2004). Dengan demikian sekolah sebagai institusi pendidikan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam memainkan perannya di era globalisasi yang dipadati dengan berbagai fakta perubahan yang sangat cepat dalam berbagai bidang kehidupan, sekaligus dapat mewujudkan tujuan pendidikan sesuai dengan arah kebijakan pemerintah dalam skala makro maupun mikro.

Institusi pendidikan masih banyak menganggap siswa sebagai pelanggan dalam pengertian sempit, seharusnya institusi pendidikan memiliki paradigma mengenai pelanggan

¹ Universitas Mercubuana, Jakarta

² Universitas Bakrie, Jakarta

yang lebih luas, siswa dipandang sebagai pelanggan eksternal tidak hanya untuk saat ini, tetapi juga di masa mendatang, dengan pertimbangan selama masa pendidikan dan setelah lulus siswa tersebut memiliki potensi untuk memberikan rekomendasi positif tentang almamaternya. Implementasi konsep *relationship marketing* memungkinkan adanya loyalitas pelanggan, karena *relationship marketing* berusaha memantapkan, memelihara dan memperkuat hubungan antara organisasi dengan pelanggan, dengan memandang pelanggan sebagai partner. Pelanggan yang loyal dapat menjadi *strong word of mouth promotion*, mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah, dan kurang sensitif terhadap harga, maupun aspek lainnya. Perilaku bagaimana masyarakat membuat keputusan untuk memilih suatu sekolah tentunya harus mulai mendapat perhatian serius untuk dikaji, dalam rangka pemenuhan kepuasan akan tuntutan masyarakat dalam persepsinya mengenai model layanan pendidikan yang diinginkan, sehingga sekolah tidak akan ditinggalkan oleh “calon siswa” dan pada akhirnya sekolah dapat memenuhi tujuan pendidikan nasional baik dalam skala makro maupun mikro. Kajian ini akan membahas pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas siswa SMK Negeri 11 Jakarta.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *Issue Program, Academic Reputation, Physical Aspect, Career Opportunity, Contact Personnel, Responsiveness* dan *Communication* berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMK Negeri 11 Jakarta
2. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *Issue Program, Academic Reputation, Physical Aspect, Career Opportunity, Contact Personnel, Responsiveness* dan *Communication* berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan siswa SMK Negeri 11 Jakarta.

Tujuan Penelitian

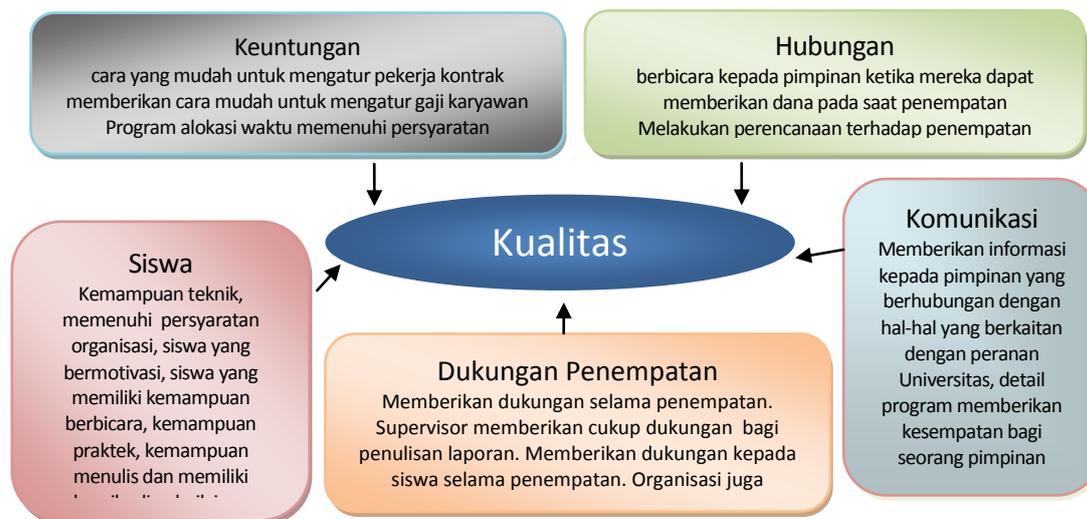
1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *Issue Program, Academic Reputation, Physical Aspect, Career Opportunity, Contact Personnel, Responsiveness* dan *Communication* berpengaruh terhadap kepuasan siswa SMK Negeri 11 Jakarta
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *Issue Program, Academic Reputation, Physical Aspect, Career Opportunity, Contact Personnel, Responsiveness* dan *Communication* berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan siswa SMK Negeri 11 Jakarta.

KAJIAN PUSTAKA

Model Kualitas Pelayanan Dalam Dunia Pendidikan

Coll dan Chapman (2000) dalam penelitiannya menyebutkan ada 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan dalam model kualitas pelayanan pada dunia pendidikan yang mencakup hubungan, keuntungan, siswa, komunikasi, dan dukungan penempatan. Detil dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1: Model Kualitas Pelayanan di Sekolah



Menurut Cheng dan Tam (1997), kualitas pendidikan didefinisikan sebagai berikut: "Kualitas Pendidikan adalah karakter dari himpunan elemen pada input, proses, dan keluaran sistem pendidikan yang menyediakan jasa yang benar-benar memenuhi harapan strategis konstituen baik internal dan eksternal secara eksplisit dan implisit". Hasil penelitian Joseph and Joseph dalam Padma *et al.* (2009) membagi kualitas pelayanan pendidikan dalam tujuh dimensi, yaitu isu-isu program, reputasi akademik, aspek fisik, biaya, peluang karir, lokasi, waktu.

Sedangkan Sohail dan Shaik dalam Padma *et al.* (2009) menentukan bahwa kontak personel, bukti fisik, reputasi, responsif, akses ke fasilitas dan kurikulum yang diberikan faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian siswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan. Kajian ini mengadopsi dari beberapa penelitian tersebut di atas. Detil dapat dilihat pada Kerangka Pemikiran.

Konsep Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2008) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tidak mengharuskan pelanggan menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu untuk memberikan penilaian, dimana nilai dapat didefinisikan sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk / jasa yang didasarkan pada persepsi atas apa yang telah diterima pelanggan dan apa yang telah diberikan oleh produk / jasa tersebut.

Pelanggan membandingkan jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dipersepsikan di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan akan kecewa. Jika persepsi jasa memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka akan cenderung menggunakan penyedia tersebut. Perusahaan yang sukses menambah manfaat pada tawaran mereka yang tidak hanya memuaskan pelanggan melainkan juga mengejutkan dan juga menyenangkan mereka. Menyenangkan pelanggan adalah masalah bagaimana melampaui harapan pelanggan

(Kotler dan Keller, 2008). Menurut Blackwell *et al.* (2006) ada enam konsep yang umum dipakai untuk pengukuran kepuasan pelanggan antara lain :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan, caranya yaitu dengan menanyakan pelanggan mengenai tingkat kepuasan atas jasa yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan atas jasa yang mereka terima dari para pesaing.
2. Mengukur Dimensi kepuasan pelanggan.
3. Konfirmasi harapan.
4. Minat pembelian ulang.
5. Kesiediaan untuk merekomendasi.
6. Ketidakpuasan pelanggan.

Konsep Loyalitas

Loyalitas merupakan suatu ukuran keterkaitan pelanggan kepada suatu produk atau jasa. Ukuran ini mampu menggambarkan tentang mungkin tidaknya pelanggan beralih ke merek lain. Menurut Mowen & Minor (2002) loyalitas merek adalah sejauh mana seseorang pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tertentu, dan berniat untuk terus membelinya di masa depan. Lebih lanjut disebutkan loyalitas merek dapat menimbulkan suatu komitmen merek yaitu suatu hubungan emosional atau psikologis dengan merek dalam suatu golongan produk. Meskipun loyalitas merek mempunyai komponen perilaku dan sikap, namun komitmen merek cenderung untuk lebih terfokus pada komponen emosional/perasaan. Menurut Griffin (1995) ciri pelanggan yang loyal (1) melakukan pembelian secara berulang, (2) membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, dan (3) menunjukkan kekebalan terhadap tawaran dari pesaing.

Kerangka Pemikiran

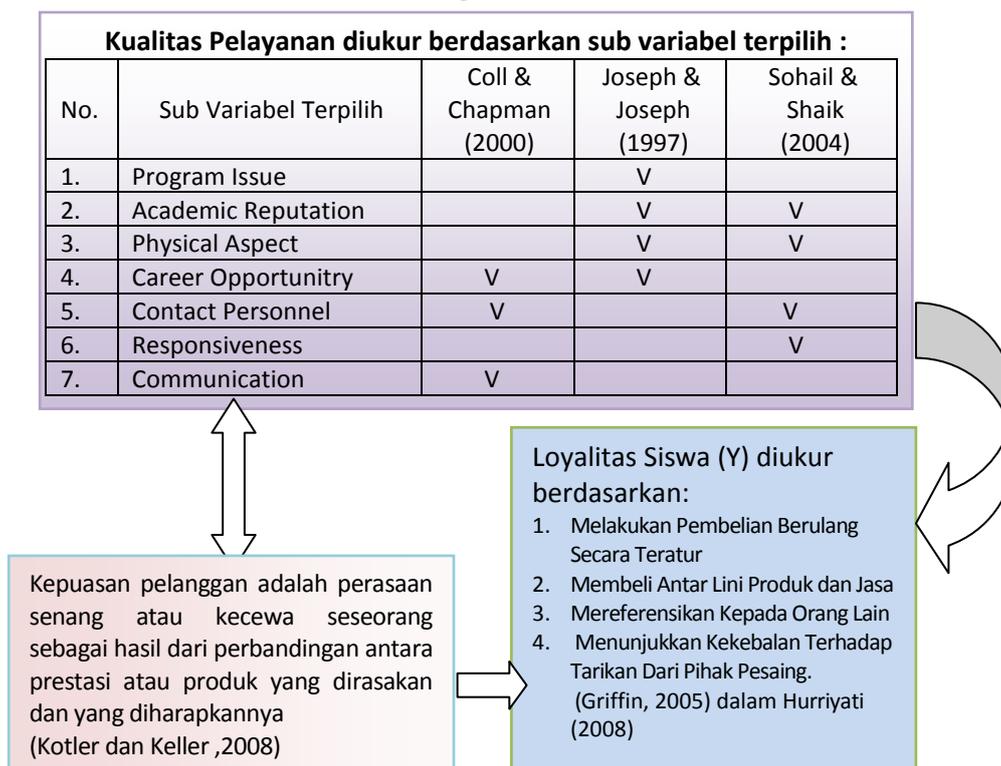
Pembentukan kerangka pemikiran dalam penelitian ini dengan memodifikasi konsep pemikiran yang dipaparkan oleh beberapa ahli seperti Coll and Chapman (2000), Joseph dan Joseph (1997) dan Sohail dan Shaik (2004) serta Griffin (2005) yang terlihat pada Gambar 2.

Hipotesis

H-1 : Kualitas pelayanan yang terdiri dari *Issue Program, Academic Reputation, Physical Aspect, Career Opportunity, Contact Personnel, Responsiveness* dan *Communication* memiliki pengaruh terhadap kepuasan siswa SMK Negeri 11 Jakarta

H-2 : Kualitas pelayanan yang terdiri dari *Issue Program, Academic Reputation, Physical Aspect, Career Opportunity, Contact Personnel, Responsiveness* dan *Communication* berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan siswa SMK Negeri 11 Jakarta.

Gambar 2: Kerangka Pemikiran Penelitian



METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif yang sifatnya penjelasan (eksplanatif). Penelitian ini ingin menjelaskan hubungan antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas melalui pengujian hipotesis. Populasi penelitian yang dipilih adalah seluruh siswa SMK Negeri 11 Jakarta pada Tahun Ajaran 2009/2010 yang berjumlah 673 orang yang berasal dari kelas 10, 11 dan 12. Dengan menggunakan rumus Slovin, maka didapat sample sebanyak 87 orang. Teknik pengambilan sampel atas populasi siswa SMK Negeri 11 Jakarta yang memiliki strata (kelas), maka peneliti melakukan pembagian responden secara proporsional dalam tiap kelas dengan hasil pembagian sebagai berikut kelas 10 = 30 siswa, kelas 11 = 29 siswa dan kelas 12 = 28 siswa. Dalam penelitian ini skala *Likert* digunakan dimana sejumlah pertanyaan disusun dengan jawaban responden yang berada dalam satu kontinum antara *sangat sangat setuju* dan *sangat sangat tidak setuju*.

Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel penelitian mengenai kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 1.

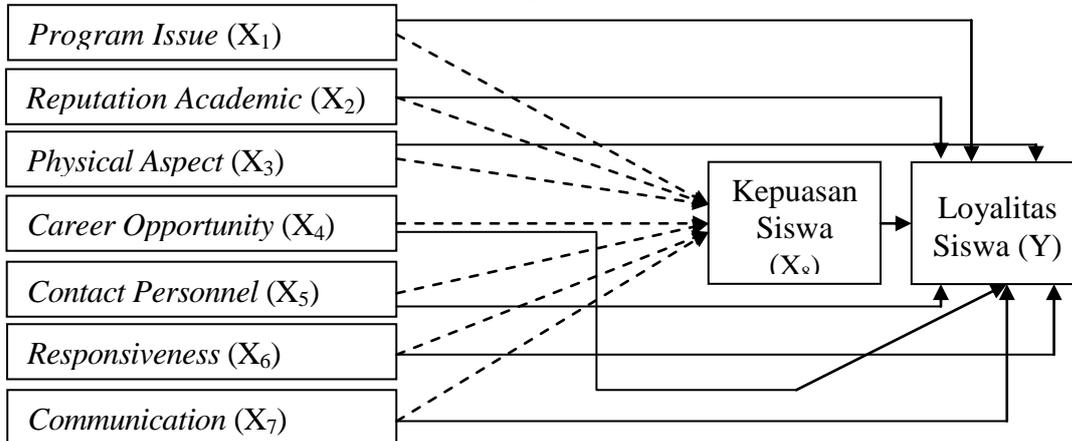
Model Analisis

Model analisis yang digunakan adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*). Sebelum melakukan analisis data, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu. Hasil menunjukkan bahwa semua indikator dinyatakan valid dan sub-variabel dinyatakan

reliabel. Dengan demikian analisis jalur dapat dilanjutkan. Menurut Suliyanto (2005), proses pengujian analisis jalur dilakukan sebagai berikut:

1. Membuat diagram. Gambar 3 berikut adalah diagram yang digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 3: Diagram Jalur Penelitian



2. Berdasarkan Gambar 3 di atas, maka dapat dibuat model persamaan:

$$Y_1 = \beta_{YX_1}X_1 + \beta_{YX_2}X_2 + \beta_{YX_3}X_3 + \dots + \beta_{YX_n}X_n + \epsilon$$

3. Menghitung koefisien korelasi antar variabel
4. Menghitung koefisien jalur, yaitu dengan cara menghitung besarnya koefisien jalur variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yaitu dengan mengalikan matriks invert korelasi variabel *independent* dengan variabel *dependent*.
5. Menghitung Nilai Koefisien Determinasi. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2), yaitu dengan mengalikan matriks *transpose* koefisien jalur dengan korelasi variabel *independent* dengan variabel *dependent*nya.
6. Menghitung pengaruh koefisien variabel lain
7. Menghitung besarnya nilai F Hitung
8. Menghitung besarnya nilai t hitung

PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas siswa SMKN 11 Jakarta, dapat dianalisis dalam dua tahapan model, dimana model struktur-1 untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan model struktur-2 untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas. Untuk mengetahui hasil kedua model secara keseluruhan dapat dilihat pada rangkuman hasil analisis jalur pada Tabel 2. Berdasarkan hasil penghitungan secara keseluruhan, maka dapat dimaknai dan dibahas sehingga memberikan jawaban atas hipotesis sebagai berikut:

H-1 : Hipotesis pertama yang berbunyi “kualitas pelayanan yang terdiri dari *program issue, academic reputation, physical aspect, career opportunity, contact personnel, responsiveness* dan *communication* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa SMK Negeri 11 Jakarta”.

Tabel 2: Koefisien Jalur dan Pengaruh

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh			Pengaruh Bersama ($R^2_{yX_k}$)
		Langsung	Tidak Langsung Melalui X_8	Total	
X_3	0,246	0,246	0,233	0,057	-
X_5	0,183	0,183	-	0,183	-
X_6	0,215	0,215	-	0,215	-
X_7	0,412	0,412	-	0,412	-
X_8	0,233	0,233	-	0,233	-
ϵ_1	0,836	$0,836^2 = 70$	-	-	-
ϵ_2	0,728	$0,728^2 = 53$	-	-	-
X_5, X_6, X_7, X_8	-	-	-	-	0,469

Hasil penelitian ini menunjukkan **bahwa tidak semua variabel penelitian diterima**. Berdasarkan pengujian koefisien jalur model struktur 1, hanya koefisien jalur X_3 , X_6 , dan X_7 terhadap X_8 yang signifikan. Dengan demikian hasil temuan analisis ini memberikan informasi bahwa *physical aspect* (X_3), *responsiveness* (X_6) dan *communication* (X_7) berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan siswa SMKN 11 Jakarta. Besarnya kontribusi *physical aspect*, *responsiveness* dan *communication* terhadap kepuasan siswa SMKN 11 Jakarta sebesar $0,548^2 \times 100 = 30,1\%$ dan sisanya $0,836^2 \times 100\% = 70\%$ merupakan kontribusi dari variabel lain di luar *physical aspect*, *responsiveness* dan *communication*.

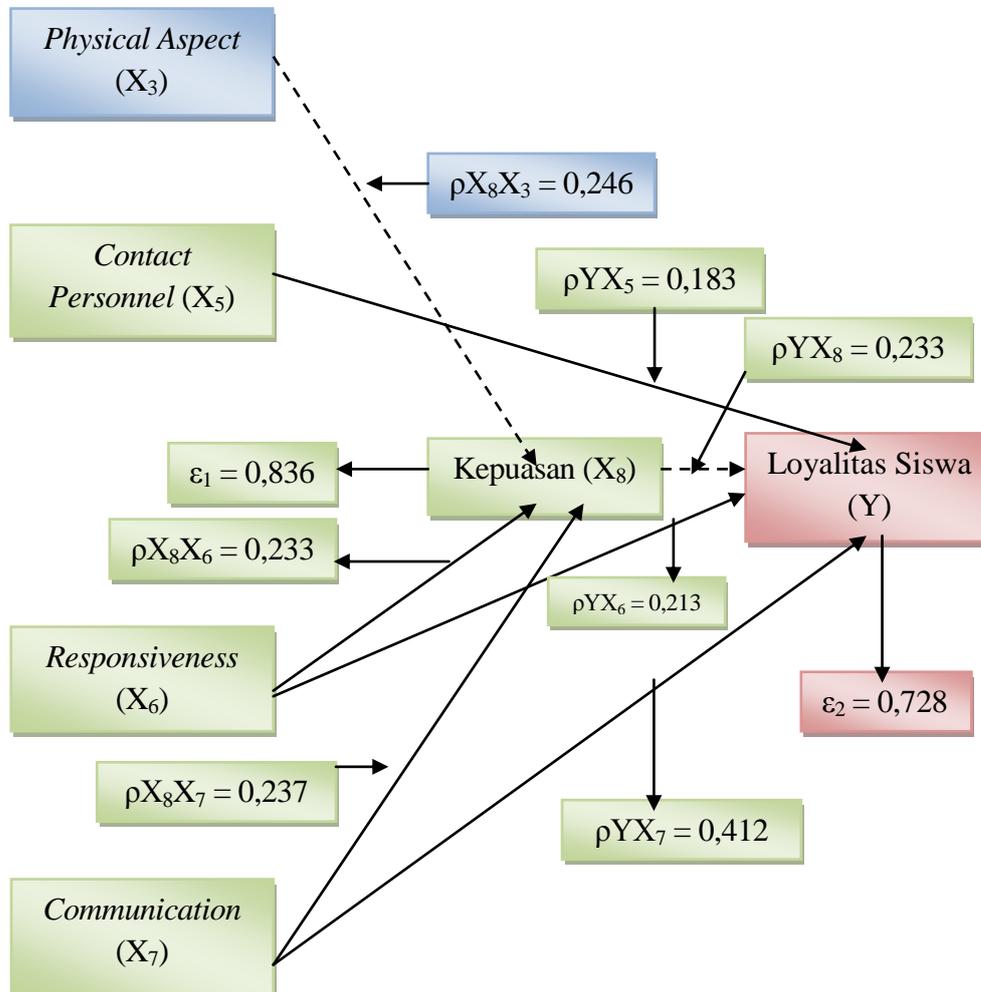
H-2 : Hipotesis kedua yang berbunyi “Kualitas pelayanan yang terdiri dari *program issue*, *reputation academic*, *physical aspect*, *career opportunity*, *contact personnel*, *responsiveness* dan *communication* berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan siswa SMK Negeri 11 Jakarta”.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa **tidak semua variabel penelitian diterima**. Berdasarkan pengujian koefisien jalur model struktur 2, hanya koefisien jalur *contact personnel* (X_5), *responsiveness* (X_6), *communication* (X_7) dan kepuasan (X_8) terhadap loyalitas (Y) yang secara statistik signifikan. Dengan demikian hasil temuan analisis ini memberikan informasi bahwa *contact personnel*, *responsiveness*, *communication* dan kepuasan berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas siswa SMKN 11 Jakarta, besarnya kontribusi dijelaskan bahwa besarnya kontribusi *contact personnel* (X_5) yang secara langsung mempengaruhi loyalitas siswa adalah $0,183^2 \times 100\% = 3\%$, begitu juga kontribusi *responsiveness* (X_6) yang secara langsung mempengaruhi loyalitas siswa sebesar 5% ($0,215^2 \times 100\%$), *communication* (X_7) sebesar 17% ($0,412^2 \times 100\%$), dan kepuasan (X_8) sebesar 5% ($0,233^2 \times 100\%$). Sedangkan besarnya kontribusi *contact personnel* (X_5), *responsiveness* (X_6), *communication* (X_7) dan kepuasan (X_8) berpengaruh secara simultan yang secara langsung mempengaruhi loyalitas siswa adalah $0,469 \times 100\% = 46,9\%$ dan sisanya $0,728^2 \times 100\% = 53,1\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat dirumuskan pengaruh tidak langsung *physical aspect* (X_3) terhadap loyalitas siswa (Y) melalui kepuasan (X_8) sebesar $\rho_{X_8X_3} \times \rho_{YX_8} = (0,246) \times (0,233) = 0,057$.

Berdasarkan hasil dari koefisien jalur pada model struktur 1 dan model struktur 2, maka secara keseluruhan hubungan kausal empiris antarvariabel *physical aspect* (X_3),

contact personnel (X_5), responsiveness (X_6), communication (X_7) dan kepuasan (X_8) terhadap loyalitas Siswa (Y), dapat dijelaskan pada Gambar 4 di bawah ini.

Gambar 4: Hubungan Kausal Empiris Variabel Penelitian



Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Hasan, *et al.* (2008) yang menyatakan kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan siswa serta penelitian Ham dan Hayduk (2003), Bigne *et al.* (2003) dalam Hasan, *et al.* (2008) yang menyatakan kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan siswa sebagai variabel moderator dan memiliki pengaruh terhadap loyalitas siswa.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Dengan menggunakan model 1 yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan siswa, ternyata variabel *physical aspect*, *responsiveness* dan *communication* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa SMKN 11 Jakarta.
2. Dengan menggunakan model 2 yaitu melihat pengaruh kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan siswa, ternyata variabel *contact personnel*, *responsiveness*, *communication*, dan kepuasan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas siswa SMKN 11 Jakarta.
3. Variabel *physical aspect* merupakan satu-satunya variabel yang berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas siswa SMKN 11 Jakarta. Dengan kata lain, variabel *physical aspect* untuk menuju loyalitas, terlebih dahulu melalui variabel *kepuasan*.

Saran

1. Agar tingkat kepuasan meningkat, maka manajemen SMK N 11 harus lebih memperhatikan variabel *Program Issue*, *Academic Reputation*, *Career Opportunity*, *Contact Personnel*. Upaya peningkatan yang bisa dilakukan:
 - a. *Program Issue*, melalui pembukaan program keahlian yang dibutuhkan oleh pasar sekaligus meningkatkan citra program keahlian sehingga menjadi program unggulan baik dalam tinjauan calon siswa maupun dunia industri sebagai *user* lulusan.
 - b. *Academic Reputation*, pentingnya pencitraan lembaga secara keseluruhan akan memberikan kebanggaan bagi siswa, hal ini dapat dipenuhi dengan keikutsertaan secara aktif dan menunjukkan prestasi terbaik dalam berbagai *event* baik bersifat akademis maupun non akademis serta melalui berbagai program pencitraan lainnya.
 - c. *Career Opportunity*, SMK merupakan sekolah yang mempersiapkan lulusannya, suatu konsekuensi logis apabila program penempatan lulusan akan meningkatkan kepuasan siswa.
 - d. Variabel *contact personnel*, merupakan variabel yang perlu ditingkatkan layanannya dan seharusnya diupayakan sesempurna mungkin dalam memberikan pelayanan karena akan berkaitan langsung dengan tanggapan kecewa atau puas, dengan keadaan ini sudah seharusnya setiap *personnel* di SMK N 11 meningkatkan kompetensi dirinya dalam rangka memberikan layanan terbaiknya bagi setiap siswa.
2. Agar loyalitas siswa semakin meningkat, variabel yang perlu mendapatkan perhatian khusus adalah *Program Issue*, *Academic Reputation*, *Physical Aspect* dan *Career Opportunity*. Berbagai variabel tersebut mutlak untuk dipenuhi secara signifikan untuk menunjang loyalitas siswa, yang dapat dilakukan melalui berbagai program kerjasama dengan berbagai pihak terkait, mengingat selama ini variabel tersebut belum bisa membentuk loyalitas siswa terhadap SMK Negeri 11.
3. *Physical Aspect* merupakan variabel yang harus menjadi prioritas utama untuk diperhatikan sebagai upaya peningkatan kepuasan siswa yang akan berdampak pada peningkatan loyalitas.

4. Diperlukan penelitian lanjutan untuk menjawab permasalahan *Physical Aspect* apa sajakah yang paling dominan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan yang berdampak pada pembentukan loyalitas siswa SMK Negeri 11. Jawaban atas permasalahan ini akan bermanfaat bagi manajemen untuk menentukan skala prioritas program peningkatan kualitas pelayanan pada variabel *Physical Aspect*.

DAFTAR PUSTAKA

- Blackwell D. R., Miniard P.W. dan Engle J.F. 2006. *Consumer Behavior*. Tenth Edition, Thompson, South-SouthWestern, USA.
- Cheng, Y.T dan Tam, W.M. 1997. Multi Models Of Quality in Education. *Quality Assurance In Education*, 5 (1).
- Coll, Richard K dan Chapman Richard. 2000. Evaluating Service Quality For Cooperative Education Programs. *Asia Pacific Journal Of Cooperative Education*, 1(2),1-12.
- Griffin, Jill. 1995. *Customer Loyalty, How to Earn How to keep it*. The Free Press, Lexinton.
- Hasan, A. F. Hishamuddin, I, Azleen, R. A., Rahida, R. A dan Zulkeflee. M. 2008. Service Quality and Student Satisfaction : A case Study at Private Higher Education Institutions. *International Business Research Journal* Vol.1 No.3.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, Bandung.
- Kerlinger. 2000. *Asas – Asas Penelitian Behavioral*. Edisi 3. Cetakan 7. Yogyakarta : Gajah Mada Press.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2008, *Marketing Management*. Twelfth Editon, Pearson Education, Inc., New Jersey.
- Maholtra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat Jilid I,2, Georgia Institute Of Tech-nology, New Jersey.
- Mowen, John & Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1 edisi kelima.
- Mulyasa. 2004. *Kurikulum Berbasis Kompetensi Konsep, Karakteristik, dan Implementasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Padma, Panchapakesan; Rajendran, Chandrasekharan dan Sai, L.Prakash. 2009. A Conceptual Framework Of Service Quality In Health Care, Benchmarking: *An International Journal* Vol. 16 No.2.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Measuring Customer Satisfaction, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suliyanto, 2005. *Analisa Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tilaar, 2009. *Kekuasaan dan Pendidikan Manajemen Pendidikan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- www.unicef.org/education/files/QualityEducation.PDF. 2000. Defining Quality in Education. *Working Paper Series. Education Section*. Programme Division. United Nations Children's Fund. New York, NY, USA.

Lampiran 1: Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan diadaptasi dari Coll & Chapman (2000) Joseph & Joseph (1997) Sohail & Shaik (2004)	Program Issue (Program Sekolah) (X ₁). Joseph & Joseph (1997)	Ketersediaan program keahlian yang masih relevan dengan tuntutan dunia kerja Ketersediaan program keahlian unggulan	Likert
	Academic Reputation (Reputasi akademik) (X ₂) Joseph & Joseph (1997) Sohail & Shaik (2004)	Ketepatan penggunaan kurikulum yang terstandar, Kepercayaan penggunaan kurikulum sesuai tuntutan dunia kerja, Kemampuan guru dalam mentransformasikan pengetahuan dan ketrampilan	
	Aspek fisik sekolah (X ₃). Joseph & Joseph (1997) Sohail & Shaik (2004)	Ketersediaan sarana gedung, ruang kelas, laboratorium, perpustakaan, lapangan olahraga, tempat parkir yang memadai Kelengkapan dan kesesuaian portofolio laporan hasil belajar	
	Kesempatan berkarir (X ₄) Coll & Chapman (2000) Joseph & Joseph (1997)	Ketersediaan bimbingan karir, ketersediaan penyaluran tenaga kerja, kemudahan melanjutkan ke perguruan tinggi, Ketersediaan pembekalan berwirausaha	
	Hubungan personal (X ₅). Coll & Chapman (2000) Sohail & Shaik (2004)	Kesediaan kepala sekolah, guru dan karyawan membantu kesulitan siswa. Kesediaan kepala sekolah, guru dan karyawan membantu keinginan siswa Terjadinya hubungan yang nyaman di antara para siswa	
	Mendengarkan keluhan dan saran (X ₆). Sohail & Shaik (2004)	Kecepatan kepala sekolah, guru dan karyawan dalam menangani keluhan siswa Kecepatan kepala sekolah, guru dan karyawan dalam melayani kebutuhan siswa Kecepatan kepala sekolah, guru dan karyawan dalam melayani keinginan siswa	
	Komunikasi (X ₇). Coll & Chapman (2000)	Kemudahan melakukan dialog dengan pihak manajemen Kemudahan melakukan dialog dengan guru Kemudahan berorganisasi pada internal siswa	
Kepuasan Siswa (X ₈)	Persepsi kepuasan atas kualitas pelayanan	Memiliki persepsi puas terhadap kualitas pelayanan	Likert
Loyalitas (Y)	Melakukan Pendaftaran Ulang (Melakukan Pembelian Ulang)	Melakukan pendaftaran ulang setiap kenaikan kelas	Likert
	Mengikuti Program Pelajaran Tambahan (Membeli Antar Lini Produk Jasa)	Bersedia mengikuti berbagai kegiatan ko kurikuler	
	Mengajak Orang Lain (Mereferensikan Kepada Orang Lain)	Mengajak orang lain Menceritakan kepada orang lain	
	Tidak Berminat Pindah Sekolah (Menunjukkan Kekebalan Terhadap tarikan Dari Pesaing)	Tidak tergoda dengan berbagai tawaran untuk pindah ke sekolah lain	

Sumber: Data Sekunder (dimodifikasi)