

Membangun Kepercayaan dan Citra Positif Sekolah dalam Meningkatkan Kepuasan Orang Tua

Firmansyah¹, Abrar Mustafa²

¹Institut Wira Bhakti Makassar, ²STIEM Bongaya

firmansyah@wirabhakti.ac.id



©2018 –Bongaya Journal for Research in Management STIEM Bongaya. Ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah licenci CC BY-NC-4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Abstract: *Competition between schools and changing parental preferences require educational institutions to manage service quality professionally. Parental satisfaction is a reputational asset that determines trust, word-of-mouth recommendations, and student sustainability. This study aims to analyze the influence of educational service quality on parental satisfaction, with trust and school image as mediating variables, using a case study at Yayasan Alhanif Inspirasi Bulukumba. This research uses a quantitative approach with path analysis techniques based on Partial Least Square (PLS-SEM). The sample consisted of 7 parents selected purposively. Data were analyzed using SmartPLS 4.0 software to test the direct and indirect relationships between variables. The results show that: (1) The quality of educational services has a significant positive direct effect on parental satisfaction ($\beta=0.384$; $p=0.001$); (2) Trust has a significant positive direct effect on parental satisfaction ($\beta=0.514$; $p=0.000$); (3) School image has a positive but not significant direct effect on parental satisfaction ($\beta=0.114$; $p=0.463$); (4) The indirect effects of trust and school image on parental satisfaction mediated by service quality were also found to be insignificant. It is concluded that service quality and trust are the key factors determining parental satisfaction at Yayasan Alhanif. Meanwhile, school image, although positive, is not a primary predictor of satisfaction. This finding implies that schools must prioritize improving concrete service quality and building transparent communication to foster trust, rather than relying solely on image building. This strategy is considered more effective in increasing parental satisfaction and loyalty.*

Keywords: *Service Quality, Trust, School Image, Parental Satisfaction, PLS-SEM.*

Abstrak: Persaingan antar-sekolah dan perubahan preferensi orang tua menuntut lembaga pendidikan untuk mengelola kualitas layanan secara profesional. Kepuasan orang tua merupakan aset reputasional yang menentukan kepercayaan, rekomendasi, dan keberlanjutan jumlah siswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pendidikan terhadap kepuasan orang tua siswa, dengan kepercayaan dan citra sekolah sebagai variabel mediasi, studi kasus di Yayasan Alhanif Inspirasi Bulukumba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis jalur (path analysis) berbasis Partial Least Square (PLS-SEM). Sampel terdiri dari 7 orang tua siswa yang dipilih secara purposive. Data dianalisis menggunakan software SmartPLS 4.0 untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas layanan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan langsung terhadap kepuasan orang tua ($\beta=0,384$; $p=0,001$); (2) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan langsung terhadap kepuasan orang tua ($\beta=0,514$; $p=0,000$); (3) Citra sekolah berpengaruh positif tetapi tidak signifikan langsung terhadap kepuasan orang tua ($\beta=0,114$; $p=0,463$); (4) Pengaruh tidak langsung kepercayaan dan citra sekolah melalui kualitas layanan terhadap kepuasan orang tua juga terbukti tidak signifikan. Disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan merupakan faktor kunci penentu kepuasan orang tua di Yayasan Alhanif. Sementara itu, citra sekolah, meskipun positif, bukanlah prediktor utama kepuasan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa sekolah harus memprioritaskan peningkatan kualitas layanan yang konkret dan membangun komunikasi yang transparan untuk memupuk kepercayaan, daripada sekadar

mengandalkan pembangunan citra. Strategi ini dianggap lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas orang tua siswa.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Sekolah, Kepuasan Orang Tua, PLS-SEM.

PENDAHULUAN

Persaingan antar-sekolah dan perubahan preferensi orang tua semakin menuntut lembaga pendidikan dasar dan menengah untuk mengelola kualitas layanan secara profesional. Dalam konteks ini, kepuasan orang tua bukan sekadar “output” operasional, melainkan aset reputasional yang menentukan kepercayaan, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan keberlanjutan jumlah siswa. Studi lintas konteks menunjukkan bahwa ketika mutu layanan persekolahan baik, kepuasan dan kepercayaan orang tua meningkat, yang pada gilirannya mendorong niat merekomendasikan sekolah kepada jejaring mereka (HHS Communications, 2022). Fenomena ini relevan bagi sekolah berbasis yayasan yang beroperasi di wilayah dengan dinamika sosial ekonomi yang beragam seperti Bulukumba. Pasca-pandemi, harapan orang tua terhadap layanan pendidikan bergeser: bukan hanya akademik inti, tetapi juga komunikasi dua arah, dukungan pembelajaran berbasis teknologi, dan keselamatan/kenyamanan siswa. Di banyak negara, indikator kepuasan publik terhadap pendidikan K–12 menurun, menandai meningkatnya standar penilaian orang tua terhadap sekolah (Gallup, 2023; Education Week, 2025). Tren ini mengingatkan bahwa membangun kepercayaan dan citra positif memerlukan strategi layanan yang konsisten dan terukur, bukan sekadar inisiatif ad hoc.

Dalam konteks Indonesia, reformasi Kurikulum Merdeka menekankan pembelajaran yang lebih berpusat pada peserta didik, fleksibel, dan relevan dengan proyek kehidupan—membuka peluang bagi sekolah untuk memaknai ulang kualitas layanan kepada siswa dan orang tua (OECD, 2023; Aditomo, 2024). Implementasi kebijakan ini menuntut layanan akademik dan non-akademik yang andal: komunikasi belajar yang transparan, asesmen yang informatif, serta dukungan diferensiasi sesuai kebutuhan. Kinerja layanan yang baik di area tersebut berpotensi meningkatkan citra sekolah dan kepercayaan orang tua terhadap kapasitas sekolah mengelola perubahan kurikulum. Literatur mutakhir konsisten menemukan bahwa kualitas layanan pendidikan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas orang tua/siswa, sering kali melalui peran perantara (mediasi) seperti citra sekolah (school image) dan/atau kepercayaan (trust). Bukti ini ditemukan pada berbagai setting: sekolah internasional, TK/PAUD, SMP/SMA swasta, hingga pesantren (Nurnasrah Adnan dkk., 2024; TEM Journal, 2025). Temuan tersebut memperkuat argumen bahwa pengelolaan mutu layanan yang sistematis akan menaikkan kepuasan, memperbaiki citra, dan memperdalam kepercayaan pemangku kepentingan. Pada sisi orang tua, determinan kepuasan dan pilihan sekolah tidak tunggal. Selain mutu layanan, biaya, fasilitas, nilai keagamaan/karakter, dan referensi sosial turut membentuk keputusan—dengan citra merek/sekolah sering bertindak sebagai variabel penjelas yang memperkuat efek mutu layanan (JRSSH, 2024; T&F, 2021). Dengan kata lain, orang tua menilai “paket nilai” sekolah secara utuh, dan persepsi citra yang positif dapat memperbesar dampak pengalaman layanan sehari-hari terhadap kepuasan.

Isu-isu terbaru yang memengaruhi ekspektasi orang tua meliputi: (a) integrasi teknologi dan media sosial dalam komunikasi sekolah–rumah; (b) keamanan, kesejahteraan, dan iklim sekolah; (c) transparansi asesmen dan umpan balik; serta (d) tanggung jawab sosial sekolah dalam komunitas. Penelitian terkini menunjukkan penggunaan media sosial dan persepsi nilai meningkatkan kualitas hubungan orang tua–guru; tanggung jawab sosial lembaga juga menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas orang tua (SAGE Open, 2025). Bagi sekolah berbasis yayasan, performa pada dimensi-dimensi tersebut langsung tercermin pada citra dan

kepercayaan. Dalam literatur Indonesia, bukti empiris menunjukkan kualitas layanan pendidikan berpengaruh signifikan pada kepuasan orang tua/siswa di berbagai jenjang dan tipe sekolah. Di beberapa riset, kepercayaan dan citra sekolah juga muncul sebagai mediator penting yang menyalurkan pengaruh kualitas layanan menuju kepuasan dan/atau loyalitas (IJOMS, 2024; PMC, 2024). Ini memberikan kerangka analitis yang relevan untuk memeriksa mekanisme serupa pada kasus Yayasan Alhanif Inspirasi Bulukumba. Dimensi kualitas layanan yang sering diteliti dan adaptif untuk konteks sekolah meliputi reliabilitas (konsistensi layanan belajar dan administrasi), daya tanggap (respons komunikasi), jaminan (kompetensi dan integritas guru/tenaga kependidikan), empati (perhatian individual), serta bukti fisik (fasilitas dan lingkungan belajar). Temuan di TK, SD, dan SMP menunjukkan kombinasi dimensi tersebut menjelaskan variasi kepuasan dan niat merekomendasikan; bahkan ketika faktor biaya turut dipertimbangkan, mutu layanan tetap menjadi prediktor kuat dan membangun kepercayaan.

Dari perspektif pemasaran jasa pendidikan, kepuasan orang tua berperan sebagai pengungkit reputasi—terukur melalui metrik seperti Net Promoter Score (NPS) dan tingkat retensi. Laporan distrik sekolah di AS menunjukkan kaitan erat antara kepuasan orang tua dan attrition siswa (K12 Insight, 2022), sementara riset internasional menegaskan kepuasan sebagai anteseden utama word of mouth positif (HHS Communications, 2022). Bagi sekolah di daerah, rekomendasi komunitas lokal sering kali menjadi jalur akuisisi utama siswa baru, sehingga kepuasan–citra–kepercayaan membentuk siklus reputasi yang saling menguatkan. Pada saat yang sama, transformasi kebijakan nasional (Merdeka Belajar/Kurikulum Merdeka) menuntut tata kelola layanan yang akuntabel: konten yang lebih sederhana namun mendalam, pedagogi berbasis proyek, dan otonomi yang lebih besar pada satuan pendidikan (OECD, 2023; Hunaepi dkk., 2024). Implementasi yang konsisten, komunikasi kurikulum yang jelas, serta dukungan pembelajaran berdiferensiasi menjadi “momen kebenaran” (moments of truth) yang dirasakan langsung oleh orang tua dan membentuk persepsi citra sekolah. Berdasarkan peta isu dan bukti di atas, penelitian ini menjadi urgen. Secara teoretis, studi ini berkontribusi dengan menguji kembali model mediasi kepercayaan dan citra dalam konteks sekolah berbasis yayasan di Indonesia timur—konteks yang relatif kurang terwakili dalam literatur. Secara praktis, hasilnya dapat memandu prioritas perbaikan layanan, seperti kanal komunikasi orang tua–guru, penguatan kompetensi pedagogik, standar layanan administrasi, dan pengalaman orang tua saat berinteraksi dengan sekolah. Terakhir, studi ini juga selaras dengan kebutuhan sekolah untuk membangun daya saing berkelanjutan di tengah dinamika demografis dan preferensi orang tua yang berubah cepat. Penurunan atau redistribusi pendaftar di beberapa wilayah dan meningkatnya ekspektasi terhadap transparansi layanan menuntut pendekatan berbasis data atas pengalaman orang tua (Fordham Institute, 2025). Dengan memetakan bagaimana kualitas layanan membentuk kepercayaan dan citra, sekolah dapat merancang intervensi yang tepat sasaran untuk meningkatkan kepuasan orang tua serta memperkuat legitimasi sosial pendidikan yang diselenggarakan yayasan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus. Studi kasus dipilih karena fokus penelitian adalah pada fenomena spesifik, yaitu bagaimana kualitas pelayanan pendidikan di Yayasan Alhanif Inspirasi Bulukumba membentuk kepercayaan, citra positif sekolah, serta kepuasan orang tua. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, dan penilaian orang tua siswa terhadap layanan sekolah (Creswell & Poth, 2018). Penelitian dilaksanakan di Yayasan Alhanif Inspirasi Bulukumba, sebuah lembaga pendidikan berbasis yayasan yang menyelenggarakan layanan pendidikan formal dan nonformal. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif karena sekolah ini sedang berupaya membangun citra positif serta memperkuat kepercayaan orang

tua melalui peningkatan kualitas layanan. Populasi penelitian adalah seluruh orang tua siswa yang anaknya bersekolah di Yayasan Alhanif Inspirasi Bulukumba. Mengingat keterbatasan waktu dan fokus penelitian pada kedalaman data, maka ditetapkan sampel penelitian sebanyak 7 orang tua siswa. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih responden yang dianggap mampu memberikan informasi kaya dan relevan terkait pengalaman mereka terhadap layanan sekolah (Patton, 2015). Teknik analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis jalur (path analysis). Analisis jalur digunakan untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel, yaitu kepercayaan, citra sekolah, kualitas layanan pendidikan, dan kepuasan orang tua.

HASIL DAN PEMBAHASAN

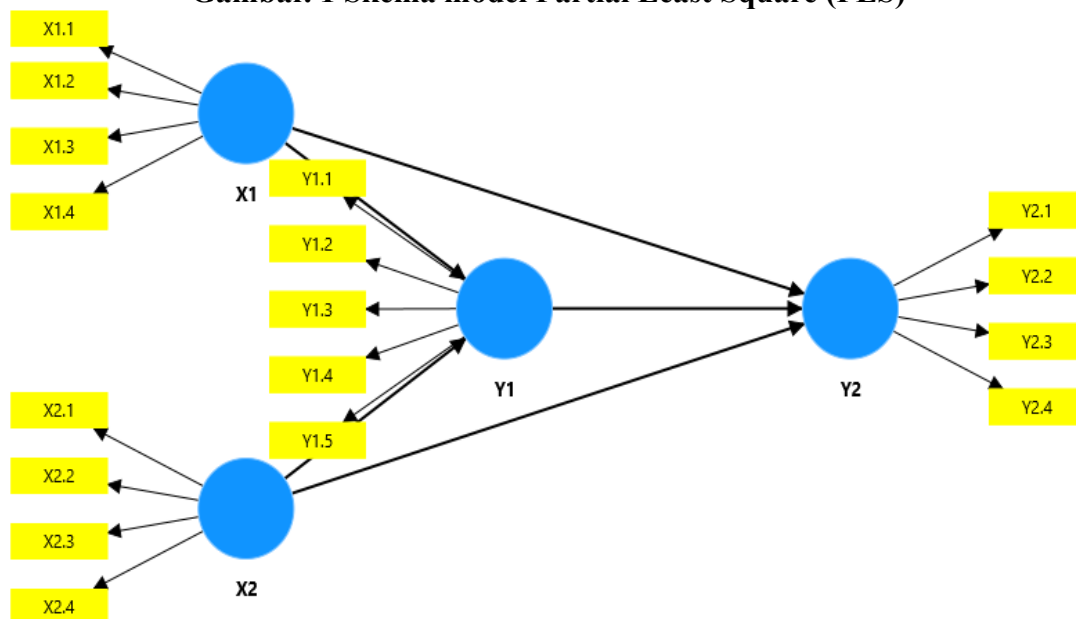
Evaluasi Outer Model atau Measurement Model

Penelitian ini menggunakan analisa SEM-PLS dengan proses perhitungannya dibantu program aplikasi software SmartPLS 4.0. Cara menganalisis dapat berbentuk multivariate maupun univariate. Analisis multivariate itu sendiri merupakan pendekatan statistik yang dapat memungkinkan pengguna untuk menganalisis lebih dari dua variabel. Contoh dari analisis multivariate yakni melalui Structural Equation Model (SEM), teknik dependent dan teknik independent (sodikin, et al. 2020). Sedangkan PLS sendiri merupakan suatu teknik dalam statistik berbasis varian yang dirancang guna menyelesaikan perihal regresi berganda (Wati. 2018). Lebih lanjut lagi PLS SEM merupakan suatu teknik analisis yang menggabungkan pendekatan struktural, pendekatan analisis faktor dan analisis jalur (Harahap. 2020). PLS SEM merupakan metode SEM yang akan di evaluasi melalui inner model serta outer model.

1) Skema model Partial Least Square (PLS)

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan Teknik analisis Partial Least Square (PLS) dengan program smartPLS 4. Berikut ini adalah skema model program PLS yang diajukan:

Gambar. 1 Skema model Partial Least Square (PLS)



2) Analisis model pengukuran (Outer Model)

Outer Model menjelaskan secara spesifik kausalitas atau hubungan antara variabel laten baik endogen maupun eksogen dengan indikator atau pengukuran dalam variabel yang ada.

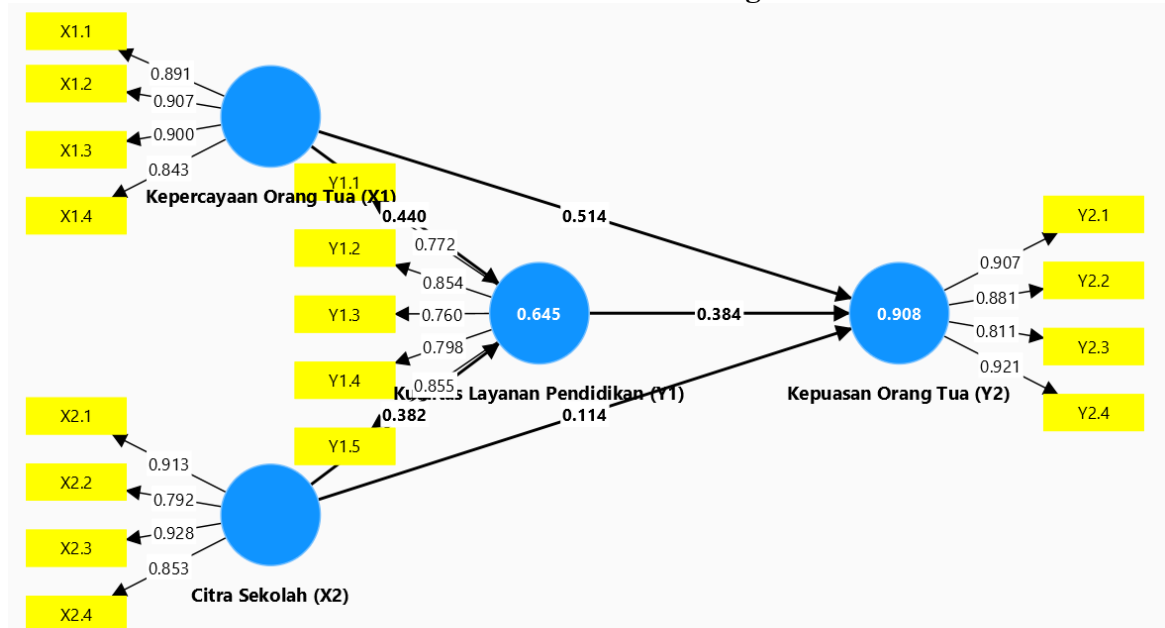
Pengujian pada outer model memberikan nilai pada analisis reliabilitas dan validitas. Adapun pengujian yang dilakukan pada outer model yakni sebagai berikut (Musyaffi, 2022):

a. Convergent Validity

Nilai convergent validity menunjukkan validitas atas indikator-indikator pengukuran. Nilai convergent validity dapat dilihat melalui nilai loading factor, nilai yang direkomendasi adalah $>0,7$ pada model penelitian yang relative sudah banyak diteliti. Jika model dalam penelitian merupakan model yang baru dikembangkan atau penelitian pertama, nilai loading factor dapat ditoleransi pada 0,5 (wati,2018). Berikut adalah nilai outer

loading dari masing-masing indikator pada variabel penelitian:

Gambar. 2. Outer Loadings



Sumber: Hasil olah data Smart PLS 4 (2025)

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi Konstruk

Indikator	Kepercayaan	Citra sekolah	Kualitas layanan	Kepuasan orang tua siswa
X11	0,891			
X12	0,907			
X13	0,900			
X14	0,843			
X21		0,913		
X22		0,792		
X23		0,928		
X24		0,853		
Y11			0,772	
Y12			0,854	
Y13			0,760	
Y14			0,798	
Y15			0,855	
Y21				0,907
Y22				0,881

Indikator	Kepercayaan	Citra sekolah	Kualitas layanan	Kepuasan orang tua siswa
Y23				0,811
Y24				0,921

Sumber: Hasil Olah data Smart PLS 4 (2025)

Dapat dilihat pada gambar dan tabel diatas, semua nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel yang nilainya diatas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan dapat dikatakan valid.

b. Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE juga menunjukkan hasil evaluasi validitas diskriminan untuk setiap konstruk serta variabel endogen dan eksogen. AVE menjelaskan interkorelasi internal antara indikator pada konstruk disetiap variabel laten. Nilai AVE diharapkan minimal 0,5. Berikut adalah nilai AVE dari masing-masing variabel penelitian:

Tabel 2. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kepercayaan	0,784
Citra sekolah	0,762
Kualitas layanan	0,655
Kepuasan Orang Tua Siswa	0,776

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3(2025)

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai AVE dari variabel kepercayaan > 0,5 dengan nilai sebesar 0,784, nilai AVE dari variabel citra sekolah > 0,5 dengan nilai sebesar 0,762, nilai AVE dari variabel kepuasan orang tua siswa > 0,5 dengan nilai sebesar 0,776 dan nilai AVE variabel kualitas layanan > 0,5 dengan nilai sebesar 0,655 Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

a. Composite Reliability

Nilai *composite reliability* merupakan ukuran untuk mengukur reliabilitas suatu indikator. Dengan nilai tersebut dapat terukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu konstruk yang dibangun. Nilai *composite reliabilitas* diharapkan minimal 0,7 (Sarstedet et al., 2021). Nilai *composite reliability* diatas 0,8, maka dapat disimpulkan data yang ada memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi (Wati, 2018). Berikut adalh *composite reliability* dari masing-masing variabel:

Tabel 3. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Kepercayaan	0,936
Citra sekolah	0,927
Kualitas layanan	0,904
Kepuasan Orang Tua Siswa	0,933

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS3 (2025)

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *composite realibility* dari variabel kepercayaan > 0,70 dengan nilai sebesar 0,936, variabel citra sekolah > 0,70 dengan nilai sebesar 0,827, variabel kepuasan orang tua siswa > 0,70 dengan nilai sebesar 0,933 dan variabel kualitas layanan kerja > 0,70 dengan nilai sebesar 0,904. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *Composite Realibility* > 0,70, menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut reliabel.

b. Cronbach Alpha

Nilai Cronbach alpha juga merupakan penilaian terhadap reliabilitas dari batas suatu konstruk. Nilai Cronbach Alpha mengukur konsistensi internal dari suatu indikator dengan nilai minimal yang diharapkan adalah 0,7 (Basbeth et al., 2018). Sementara pendapat lain menjelaskan bahwa nilai minimal dari pengujian ini adalah 0,6 untuk seluruh konstruk yang ada dalam penelitian (Wati, 2018). Berikut adalah nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel:

Tabel 4. Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Kepercayaan	0,908
Citra sekolah	0,895
Kualitas layanan	0,868
Kepuasan Orang Tua Siswa	0,903

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai dari cronbach's alpha dari variabel kepercayaan > 0,70 dengan nilai sebesar 0,908, variabel citra sekolah > 0,70 dengan nilai sebesar 0,895, variabel kepuasan orang tua siswa > 0,70 dengan nilai sebesar 0,909 dan variabel kualitas layanan kerja > 0,70 dengan nilai sebesar 0,868. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki cronbach's alpha > 0,70 menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut reliabel.

3) Evaluasi Inner Model (Model structural)

Pengujian pada model structural bertujuan untuk mengidentifikasi dan melihat hubungan antara variabel eksogen dan endogen dalam suatu penelitian. Hubungan tersebut akan menjawab tujuan penelitian yakni pengujian terhadap hipotesis yang disusun dalam suatu penelitian. Adapun pengujian inner model dilakukan dengan cara sebagai berikut (Musyaffi, 2022):

a. R Square (Koefisien determinasi R^2)

Nilai ini merupakan koefisien determinasi pada suatu konstruk endogen. Nilai R Square juga menjelaskan variasi dari variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Kekuatan penjelasan variasi tersebut dibagi ke beberapa kriteria yakni R Square sebesar 0,67 artinya kuat, 0,33 artinya moderat, dan 0,19 artinya lemah.

Berikut adalah nilai koefisien determinasi dari penelitian ini:

Tabel 5. R Square (Koefisien determinasi R^2)

Variabel	R Square (R^2)	R Square Adjusted
Kualitas layanan	0,645	0,622
Kepuasan Orang Tua Siswa	0,908	0,899

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS 4(2025)

R Square (Koefisien Determinasi R^2) digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel kepercayaan dan citra sekolah terhadap kualitas layanan pendidikan dengan nilai sebesar 0,645 dan dinyatakan memiliki nilai tinggi. Kemudian R^2 digunakan untuk melihat pengaruh variabel kepercayaan, citra sekolah dan kualitas layanan kerja terhadap kepuasan orang tua siswa dengan nilai sebesar 0,908 dan dinyatakan memiliki nilai kuat (tinggi).

b. Goodness of Fit

Goodness of fit model diukur menggunakan R-Square variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi; *Q square predictive relevance* untuk model structural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi

parameternya. Nilai Qsquare ≥ 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*. Sebaliknya jika nilai Qsquare ≤ 0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*. Perhitungan Q Square dilakukan dengan rumus (Riyanto, 2024):

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_n^2)$$

Dimana $R_1^2, R_2^2 \dots R_n^2$ adalah R Square variabel endogen dalam model persamaan . Besaran Q^2 memiliki nilai rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (Path Analisis)

Adapun hasil perhitungan dari Q Square sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Q &= 1 - (1 - 0,781) \times (1 - 0,807) \\ &= 1 - (0,219 \times 0,193) \\ &= 1 - 0,042 \\ &= 0,958 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh Qsquare sebesar 0,958 ($0 < Q^2 < 1$) atau 95,8%. Hal ini menunjukkan model penelitian ini memiliki *predictive relevance*. Dengan demikian, dari hasil tersebut maka model penelitian ini dapat dinyatakan memiliki *goodness of fit* yang baik.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian diuji secara statistik dengan menggunakan metode *bootstrapping* pada SmartPLS. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien path atau inner model yang menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Tingkat signifikansi mengindikasikan batas probabilitas dimana peneliti bersedia menolak hipotesis nol. Umumnya, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5% yang berarti ada peluang 5% bahwa hasil yang diperoleh adalah karena kebetulan, bukan karena adanya hubungan nyata antar variabel (Pugu, 2024). Dengan demikian tingkat signifikansi adalah 5 %, menunjukkan peluang agar H_0 ditolak adalah 5% dan hal ini berarti peluang untuk salah 5% dan peluang kebenaran adalah 95%. Pengujian dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- Apabila signifikan $< 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima
- Apabila signifikan $> 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

Menurut Ghazali (2021:92) nilai signifikansi P-value 0,05 (5%) maka nilai statistic $>$ nilai tabel (1,96). Nilai t statistic diperoleh dari hasil bootstrapping menggunakan smart PLS. Adapun kriteria uji t adalah (Ariani, 2023):

- Dengan nilai signifikansi p-value 0,05 (5%), jika nilai t statistic $>$ nilai t tabel (1,96) maka variabel X1 dan X2 berpengaruh secara parsial terhadap Y
- Dengan nilai signifikansi p-value 0,05 (5%), jika statistik $<$ nilai tabel (1,96) maka variabel x1 dan x2 tidak berpengaruh secara parsial terhadap Y

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Pengaruh Langsung (*Direct effect*)

Untuk mengetahui pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 6. Hasil pengujian secara langsung

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepercayaan -> Kepuasan orang tua siswa	0,514	0,484	0,146	3,516	0,000
Citra sekolah ->	0,114	0,124	0,155	0,734	0,463

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepuasan orang tua siswa					
Kualitas layanan -> Kepuasan orang tua siswa	0,384	0,405	0,117	3,292	0,001

Sumber: Hasil olah data Smart PLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui sebagai berikut:

- 1) Pengaruh langsung kepercayaan terhadap kepuasan orang tua siswa dengan nilai original sampel 0,514, t statistik lebih besar dari 1,96 yaitu 3,516, dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 5% atau 0,05 yaitu 0,000, maka berpengaruh positif dan signifikan.
- 2) Pengaruh langsung citra sekolah terhadap kepuasan orang tua siswa dengan nilai original sampel 0,114, t statistik lebih kecil dari 1,96 yaitu 0,734, dengan tingkat signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05 yaitu 0,463, maka berpengaruh positif dan tidak signifikan.
- 3) Pengaruh langsung kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan orang tua siswa dengan nilai original sampel 0,384, t statistik lebih besar dari 1,96 yaitu 3,292, dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 5% atau 0,05 yaitu 0,001, maka berpengaruh positif dan signifikan.

b. Pengaruh tidak langsung (*Indirect effect*)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil pengujian secara tidak langsung

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepercayaan -> Kualitas layanan -> Kepuasan orang tua siswa	0,169	0,168	0,173	0,978	0,328
Citra sekolah -> Kualitas layanan -> Kepuasan orang tua siswa	0,147	0,168	0,173	0,846	0,398

Sumber: Hasil olah data Smart PLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui sebagai berikut:

- 1) Pengaruh tidak langsung Kepercayaan terhadap Kepuasan orang tua siswa melalui Kualitas layanan dengan nilai original sampel 0,169, t statistik lebih kecil dari 1,96 yaitu 0,978, dengan tingkat signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05 yaitu 0,328, maka berpengaruh positif dan tidak signifikan.
- 2) Pengaruh tidak langsung citra sekolah terhadap kepuasan orang tua siswa melalui kualitas layanan dengan nilai original sampel 0,147, t statistik lebih kecil dari 1,96 yaitu 0,846, dengan tingkat signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05 yaitu 0,398, maka berpengaruh positif dan tidak signifikan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa ($\beta = 0,514$; $p = 0,000$). Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan orang tua kepada sekolah, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap layanan pendidikan yang diberikan. Kepercayaan merupakan fondasi utama dalam hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan institusi (Morgan & Hunt, 1994). Dalam konteks pendidikan, orang tua cenderung menilai kredibilitas sekolah dari konsistensi dalam

penyampaian layanan, transparansi administrasi, serta integritas tenaga pendidik. Selain itu, kepercayaan membangun rasa aman pada orang tua dalam menitipkan anak mereka di sekolah. Ketika sekolah mampu menunjukkan keandalan, tanggung jawab, dan konsistensi pelayanan, maka orang tua merasa lebih yakin dan puas dengan keputusan mereka (Chaudhuri & Holbrook, 2001). Penelitian sebelumnya juga membuktikan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pada sektor jasa (Siagian & Cahyono, 2014).

Dalam konteks pendidikan dasar, kepercayaan orang tua seringkali didasarkan pada reputasi guru, transparansi biaya, dan keterbukaan informasi akademik. Jika sekolah mampu menjaga komunikasi yang baik, maka orang tua akan semakin loyal dan merasa puas (Gefen, 2000). Hal ini menegaskan pentingnya sekolah membangun komunikasi proaktif dengan orang tua siswa. Di sisi lain, kepercayaan tidak hanya memengaruhi kepuasan, tetapi juga berdampak pada loyalitas orang tua untuk tetap menyekolahkan anak mereka di institusi yang sama (Garbarino & Johnson, 1999). Dengan kata lain, kepercayaan menjadi faktor mediasi penting yang menghubungkan antara pengalaman layanan dengan kepuasan jangka panjang. Dengan demikian, temuan ini memperkuat teori dan penelitian sebelumnya bahwa kepercayaan merupakan determinan penting kepuasan konsumen dalam sektor jasa, termasuk pendidikan (Kotler & Keller, 2017; Siagian & Cahyono, 2014).

Pengaruh Citra Sekolah terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa

Hasil analisis menunjukkan citra sekolah berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa ($\beta = 0,114$; $p = 0,463$). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun citra sekolah yang baik dapat meningkatkan persepsi positif, namun bukan faktor utama yang menentukan kepuasan. Orang tua lebih menilai pengalaman nyata layanan pendidikan dibanding sekadar reputasi sekolah. Menurut Kotler & Keller (2016), citra adalah persepsi yang dibentuk di benak konsumen tentang suatu institusi. Namun, citra yang baik tidak akan berdampak besar jika tidak diikuti dengan bukti nyata berupa layanan pendidikan berkualitas. Hal ini sejalan dengan penelitian Suryoningsih & Patricia (2016) yang menemukan bahwa citra organisasi tidak selalu berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan jika kualitas layanan tidak sesuai harapan. Orang tua siswa cenderung menilai sekolah dari aspek layanan langsung, seperti kinerja guru, kualitas kurikulum, serta fasilitas belajar. Jika aspek-aspek ini kurang memuaskan, maka citra sekolah yang baik tidak cukup kuat untuk meningkatkan kepuasan (Nguyen & LeBlanc, 2001). Dengan kata lain, citra memiliki peran penting dalam menarik minat awal, tetapi kepuasan ditentukan oleh pengalaman aktual.

Meski tidak signifikan, citra sekolah tetap memberikan kontribusi tidak langsung terhadap kepuasan melalui faktor psikologis, misalnya rasa bangga orang tua menyekolahkan anak di institusi dengan reputasi baik (Kandampully & Suhartanto, 2000). Namun, efek ini cenderung lebih kecil dibandingkan pengaruh kualitas layanan. Dengan demikian, temuan ini mengonfirmasi bahwa dalam konteks pendidikan dasar, citra sekolah penting untuk menarik minat calon orang tua, tetapi kepuasan lebih ditentukan oleh interaksi nyata dalam layanan pendidikan (Eliba & Zulkarnain, 2017).

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa

Hasil analisis membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa ($\beta = 0,384$; $p = 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan sekolah, semakin tinggi kepuasan orang tua. Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), dimana kepuasan dipengaruhi oleh dimensi layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Menurut Kotler & Keller (2017), kepuasan pelanggan merupakan hasil perbandingan antara harapan dan pengalaman aktual. Jika layanan yang diterima melebihi harapan orang tua, maka kepuasan akan meningkat. Dalam konteks pendidikan, aspek layanan mencakup kualitas pembelajaran, kompetensi guru, fasilitas sekolah, serta pelayanan administratif. Penelitian sebelumnya oleh Umiyati & Hartono (2021) juga membuktikan bahwa kualitas layanan pendidikan berhubungan erat dengan kepuasan orang tua siswa. Hal ini menandakan bahwa layanan yang responsif, ramah, dan konsisten menjadi faktor penentu utama dalam menciptakan kepuasan. Selain itu, kualitas layanan juga memiliki implikasi jangka panjang terhadap loyalitas orang tua siswa. Oliver (1999) menegaskan bahwa kepuasan yang berulang akan melahirkan loyalitas, sehingga kualitas layanan yang baik bukan hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga membangun komitmen jangka panjang. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat argumen bahwa peningkatan kualitas layanan harus menjadi prioritas utama bagi sekolah untuk memastikan kepuasan dan loyalitas orang tua siswa (Parasuraman et al., 1988; Kotler & Keller, 2017).

Kualitas Pelayanan Pendidikan terhadap Kepercayaan Orang Tua melalui kualitas layanan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan orang tua. Artinya, semakin baik layanan yang diberikan sekolah, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang tumbuh dari orang tua siswa. Kualitas pelayanan pendidikan meliputi aspek tangibles (fasilitas fisik), reliability (keandalan), responsiveness (tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dimensi-dimensi tersebut jika diterapkan secara konsisten akan menciptakan persepsi positif yang memperkuat keyakinan orang tua terhadap kredibilitas sekolah (Parasuraman et al., 1988; Lestari & Purwanto, 2021).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Arifin & Prasetyo (2022) yang menemukan bahwa sekolah dengan pelayanan administrasi yang cepat, guru yang kompeten, serta komunikasi efektif mampu meningkatkan rasa percaya orang tua. Kepercayaan ini tidak hanya berdampak pada kesediaan mereka menyekolahkan anaknya, tetapi juga pada loyalitas jangka panjang. Dalam konteks Yayasan Alhanif Inspirasi Bulukumba, kualitas interaksi personal antara guru dan orang tua menjadi faktor utama pembentuk trust. Selain itu, penelitian Dewi & Suryadi (2020) menyatakan bahwa kepercayaan orang tua tidak hanya dibangun dari aspek akademik, tetapi juga dari nilai-nilai moral dan spiritual yang diberikan sekolah. Hal ini relevan dengan Yayasan Alhanif yang menekankan pendidikan berbasis agama, sehingga pelayanan yang konsisten dengan nilai keislaman akan memperkuat trust. Dengan demikian, pelayanan yang baik bukan hanya instrumen teknis, tetapi juga mengandung nilai emosional yang memengaruhi psikologi orang tua. Dari perspektif manajemen pendidikan, trust orang tua merupakan modal sosial yang penting bagi sekolah. Ketika orang tua percaya, mereka cenderung memberikan dukungan baik berupa finansial, partisipasi dalam kegiatan, maupun rekomendasi positif kepada orang lain (Morgan & Hunt, 1994; Fauzi & Hidayat, 2021). Ini menunjukkan bahwa pelayanan pendidikan yang berkualitas tidak hanya membangun hubungan dua arah antara sekolah dan orang tua, tetapi juga menciptakan efek domino dalam membangun reputasi sekolah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Kualitas pelayanan pendidikan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan orang tua siswa di Yayasan Alhanif Inspirasi Bulukumba. Semakin baik sekolah dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi orang tua, semakin besar pula kepercayaan yang terbangun.

Pengaruh citra sekolah terhadap kepuasan orang tua siswa melalui kualitas layanan

Hasil analisis menunjukkan citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua melalui kualitas layanan. Dikarenakan hasil uji hipotesis menunjukkan

bahwa nilai original sample sebesar 0,147, t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($0,846 < 1,96$) dan tingkat signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 ($0,398 > 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis kelima (H5) ditolak, maka H_a ditolak dan H_o ditolak. Pengaruh yang positif menunjukkan bahwa citra sekolah yang baik dan sesuai kebutuhan mampu meningkatkan kualitas layanan namun tidak signifikan, yang pada gilirannya berdampak pada peningkatan kepuasan orang tua siswa. Sedangkan pengaruh signifikan terbukti secara statistik dengan p-value 0,05 (tingkat signifikansi 5%). Hasil ini sejalan dengan penelitian (Eliba dan Zulkarnain 2017) bahwa citra sekolah yang dimiliki oleh pihak sekolah menjadi salah satu faktor dari kualitas dan kepuasan peserta didik. Tingkat kepuasan peserta didik dipengaruhi oleh persepsi terhadap produk atau jasa dimana persepsi tersebut dibangun oleh harga, citra, tahap layanan, dan momen layanan dari organisasi terkait (Rangkuti 2012). Citra yang buruk akan menimbulkan persepsi buruk dan menyebabkan peserta didik mudah marah. Sebaliknya citra yang baik menimbulkan persepsi kualitas yang dimiliki sekolah baik, sehingga peserta didik mudah memaafkan suatu kesalahan. Citra dinilai sangat penting bagi setiap organisasi tak terkecuali bagi suatu sekolah. Hal ini dikarenakan citra merupakan bentuk keseluruhan kesan yang terbangun dibenak masyarakat tentang organisasi (Eliba dan Zulkarnain 2017).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Kualitas Layanan dan Kepercayaan adalah Determinan Utama Kepuasan. Temuan penelitian membuktikan bahwa pengalaman nyata orang tua terhadap kualitas layanan pendidikan (seperti keandalan, daya tanggap, dan empati) serta tingkat kepercayaan mereka terhadap sekolah merupakan faktor yang paling berpengaruh signifikan dalam membentuk kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua lebih mementingkan kinerja aktual dan integritas sekolah daripada sekadar reputasi. Citra Sekolah Memiliki Peran yang Tidak Signifikan secara Langsung. Meskipun citra sekolah memberikan pengaruh positif, pengaruhnya terhadap kepuasan orang tua tidak signifikan. Ini mengindikasikan bahwa citra baik mungkin berperan dalam menarik minat calon orang tua, tetapi untuk mempertahankan kepuasan mereka, sekolah harus mampu memenuhi harapan melalui layanan dan kinerja yang nyata. Kualitas Layanan Tidak Berperan sebagai Mediator yang Kuat. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung dari kepercayaan dan citra sekolah terhadap kepuasan yang dimediasi oleh kualitas layanan adalah tidak signifikan. Ini memperkuat temuan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan lebih berfungsi sebagai predictor langsung yang independen bagi kepuasan dalam konteks studi ini. Implikasi Praktis bagi Sekolah: Untuk meningkatkan kepuasan orang tua, Yayasan Alhanif Inspirasi Bulukumba dan sekolah sejenis perlu fokus pada: Peningkatan Kualitas Layanan secara Konsisten, terutama pada dimensi keandalan (konsistensi layanan akademik dan administrasi), daya tanggap (kecepatan merespons keluhan), dan empati (perhatian individual). Membangun dan Memelihara Kepercayaan melalui komunikasi yang transparan, menunjukkan integritas, dan melibatkan orang tua dalam proses pendidikan. Strategi membangun citra harus didukung oleh bukti kinerja dan layanan yang excellent, karena citra saja tanpa diiringi kualitas yang memadai tidak cukup untuk menciptakan kepuasan yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks persaingan pendidikan saat ini, komitmen terhadap kualitas layanan yang unggul dan hubungan kepercayaan yang kuat dengan orang tua adalah strategi yang paling efektif untuk mencapai kepuasan dan keberlanjutan institusi pendidikan.

Daftar Pustaka

- Adebayo, A., Johnson, T., & Ibrahim, K. (2021). Financial management efficiency and patient satisfaction in public healthcare institutions. *International Journal of Healthcare Management*, 14(3), 455–463.
- Arifin, Z. (2020). Pengaruh perubahan regulasi terhadap kualitas pelayanan kesehatan di Indonesia. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 45–57.
- Azwar, A. (2012). *Pengantar Administrasi Kesehatan*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Barnes, J. G. (2006). *Secrets of Customer Relationship Management*. New York: McGraw-Hill.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Edward III, G. C. (1980). *Implementing Public Policy*. Congressional Quarterly Press.
- Fauzi, A., Rahman, M., & Yusuf, H. (2022). Hospital financial governance and service quality improvement: Evidence from public hospitals in Southeast Asia. *Journal of Health Organization and Management*, 36(4), 501–517.
- Harahap, S. S. (2017). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons. *Public Administration*, 69(1), 3–19.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mardiasmo. (2018). *Manajemen Keuangan Publik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mardiana. (2020). Penggunaan skala Likert dalam pengukuran persepsi layanan kesehatan. *Jurnal Metodologi Penelitian Kesehatan*, 5(1), 22–30.
- Mulyadi. (2019). *Akuntansi Sektor Publik*. Salemba Empat.
- Nurhayati, A., Abdullah, S., & Karim, R. (2023). Policy implementation and hospital service quality improvement in Indonesia public healthcare sector. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 11(2), 145–159.
- Nursalam. (2011). *Manajemen Keperawatan: Aplikasi dalam Praktik Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pohan, I. S. (2006). *Jaminan Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: EGC.
- Rahman, M. R., Abdullah, N., & Hassan, S. (2021). Service quality as determinant of patient satisfaction in public hospitals. *Journal of Healthcare Quality Research*, 36(5), 289–298.
- Sartika, D., Putri, L., & Hamzah, A. (2022). The impact of national health insurance policy on patient satisfaction in Indonesian public hospitals. *Journal of Public Health Policy*, 43(2), 233–248.
- Scott, W. R. (2014). *Institutions and Organizations: Ideas, Interests, and Identities* (4th ed.). Sage Publications.
- Suryani, R., Prasetyo, D., & Wulandari, F. (2023). Regulatory reform and service quality enhancement in regional public hospitals. *Journal of Health Policy and Management*, 8(1), 54–67.
- Supriyadi. (2019). *Dasar-Dasar Pengelolaan Keuangan Rumah Sakit*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutedi, A. (2013). *Perubahan Regulasi dan Implikasinya terhadap Pelayanan Publik*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Tjiptono, F. (2012). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit.

Ojo, O., Adekunle, S., & Bello, A. (2020). Financial resource allocation and healthcare service quality in hospital organizations. *African Journal of Health Economics*, 8(2), 77–89.