

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Persaingan antar sekolah swasta pada saat ini menghadapi tantangan yang semakin kompetitif dan atraktif dari tahun ke tahun. Data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2020 (*educational statistics in brief 2020/2020*), terdapat lebih dari 100.000 sekolah swasta yang telah didirikan. Sekolah-sekolah swasta tersebut merupakan sekolah yang mempunyai kurikulum yang berbeda-beda, baik kurikulum nasional, nasional plus, maupun kurikulum internasional (KEMDIKBUD 2020), dan masing-masing sekolah saling berlomba-lomba untuk memperoleh siswa sebanyak mungkin di masing-masing sekolah.

Jumlah siswa pada suatu sekolah menjadi salah satu indikator yang menyatakan perkembangan keberlangsungan suatu sekolah terutama bagi sekolah swasta. Menurut Aksoy (2013, 359) sumber utama pendanaan sekolah adalah dari uang sekolah siswa. Untuk itu sekolah – sekolah swasta berusaha untuk mendapatkan banyak siswa baru di dalam persaingan tersebut. Dengan semakin ketatnya persaingan tersebut membuat banyak institusi sekolah perlu memahami betapa pentingnya untuk menciptakan dan membangun loyalitas orang tua siswa sebagai suatu strategi bersaing yang mempunyai keunggulan kompetitif yang berjangka panjang (Aksoy 2013, 357).

Definisi loyalitas orang tua siswa adalah sebagai suatu karakter psikologis yang dibentuk oleh pengalaman yang diterimanya dan merasakan kepuasan atas pelayanan tersebut, ditambah dengan keterikatan emosional yang terbentuk dari

produk atau layanan yang diterimanya dan secara suka rela membangun hubungan yang bersifat jangka panjang dan konsisten (Yoon & Uysal 2005, 48).

Loyalitas orang tua siswa dapat memberikan keuntungan bagi sekolah, menurut Shin, Chiu & Lee (2018, 181) loyalitas orang tua siswa dapat mempengaruhi siswa untuk tetap bersekolah di suatu sekolah, dan memberikan referensi bagi siswa baru. Orang tua siswa akan mempromosikan suatu sekolah jika mereka mempunyai sikap loyalitas. Orang tua siswa yang loyal akan menyebarkan promosi untuk sekolah secara spontan melalui testimoni verbal (*word of mouth*) tentang kualitas sekolah kepada saudara, kerabat, maupun teman lain yang dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan jumlah siswa baru (Cachón Rodríguez, Prádo Roman & Zúniga-Vicente 2019, 122).

Menurut Oliver (1997, 392), konsep loyalitas orang tua siswa adalah merupakan suatu bentuk komitmen yang dipegang teguh oleh orang tua siswa untuk tetap mempercayakan putra – putri mereka untuk belajar (pembelian ulang produk) dan mendukung sekolah (pelayanan) secara terus menerus secara konsisten, dan sikap komitmen ini sulit untuk dipengaruhi oleh ajakan atau bujukan pemasaran dari sekolah lain (pesaing) yang berpotensi menyebabkan pindahnya pilihan ke sekolah pesaing (So et al. 2013, 8).

Menurut Helgesen & Nettet (2009, 39), definisi konsep loyalitas orang tua siswa telah banyak didefinisikan dengan beragam cara yang berbeda oleh para peneliti, loyalitas orang tua siswa diasumsikan mempunyai hubungan yang positif dengan kemampuan suatu institusi sekolah untuk mempertahankan siswa yang sudah ada (*existing*) dan berusaha untuk menambah siswa baru (Dick & Basu 1994, 100). Dengan semakin tingginya tingkat persaingan diantara sekolah-

sekolah swasta yang menawarkan berbagai macam keunggulan seperti kurikulum, fasilitas dan visi misi sekolah, setiap sekolah perlu mempunyai strategi untuk mempertahankan siswa yang sudah ada karena hal ini mempunyai pengertian yang sama penting nilainya dengan menarik atau mendapatkan siswa baru (Helgesen & Nasset 2009, 39).

Dalam menghadapi persaingan sekolah yang semakin ketat, loyalitas orang tua siswa mempunyai fungsi yang sangat penting agar tetap mempunyai pelanggan (orang tua siswa) yang loyal bagi keberlangsungan suatu sekolah (Gunarto, Wibowo, Hurriyati & Disman 2018, 396). Orang tua siswa yang mempunyai sikap loyal akan mendukung sekolah dengan menceritakan pengalaman yang mereka terima ketika mereka mempercayakan putra-putri mereka untuk belajar dan berusaha untuk dapat mempengaruhi saudara, teman atau orang lain untuk ikut serta mendaftarkan anak-anak mereka di sekolah yang sama.

Beberapa penelitian sebelumnya, menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas orang tua siswa, salah satu faktornya adalah kepuasan orang tua siswa (Chandrashekar & Grewal 2007, 156). Menurut Solomon (1994, 346), kepuasan orang tua siswa merupakan suatu perasaan emosional yang dialami oleh seseorang secara psikologis atau secara individu berdasarkan pengalaman yang dialaminya melebihi ekpektasi yang diharapkan terhadap suatu produk atau layanan. Konsep pengalaman yang dialaminya merupakan kumpulan keseluruhan perasaan emosi, persepsi sikap yang dimiliki setelah membeli produk atau menerima layanan.

Kepuasan orang tua siswa merupakan dasar awal dari kesuksesan suatu bisnis yang dapat membangun loyalitas orang tua siswa dan memberikan dampak

promosi yang positif dari orang tua siswa yang merasa puas, yaitu berupa *word of mouth* (WoM) yang positif dan menjadi duta orang tua siswa kepada teman, keluarga maupun orang lain (Dick & Basu 1994, 100). Pandangan yang sama dari Sumarwan (2014, 377) menuliskan bahwa orang tua siswa yang merasakan kepuasan dalam menerima layanan yang diberikan oleh sekolah, cenderung untuk tetap mempertahankan putra-putri mereka untuk belajar di sekolah tersebut.

Pada umumnya, orang tua siswa merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya jika pelayanan tersebut melebihi apa yang diharapkan oleh mereka. Sebaliknya, orang tua siswa akan merasa kecewa atau tidak puas, jika pelayanan yang diterima oleh mereka tidak memberikan kepuasan sesuai dengan ekspektasi mereka (Winata & Sihombing 201,147). Menurut Kotler & Amstrong (2008, 8), pelanggan atau orang tua siswa yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh sekolah akan tetap mempertahankan putra-putri mereka untuk belajar di sekolah tersebut, sedangkan orang tua siswa yang mengalami hal yang tidak menyenangkan atau memuaskn terhadap pelayanan yang diberikan akan berpaling kepada institusi sekolah lainnya dan menjelek-jelekan sekolah atau layanan yang mereka dapatkan (Kotler & Amstrong 2008, 8).

Pada institusi sekolah, sikap ketidakpuasan tersebut dapat menjadi salah satu faktor penyebab menurunnya loyalitas orang tua dan siswa yang ditandai dengan menurunnya jumlah siswa yang bersekolah di sekolah tersebut (Dyah Ayu & Ali 2018, 245).

Selain kepuasan orang tua siswa, faktor yang mempengaruhi loyalitas mereka adalah kualitas hubungan. Menurut Jarvelin & Lehtinen (1996, 6), mendefinisikan kualitas hubungan sebagai suatu persepsi orang tua siswa tentang

sejauh mana kualitas hubungan yang dijalin yang dapat memenuhi harapannya, kepentingan, dan kehendak mereka. Su Qin et al. (2009, 393) menunjukkan bahwa relasi atau hubungan yang baik terjadi dikarenakan pengaruh kualitas hubungan yang baik antara staff atau guru dengan para orang tua siswa yang berhubungan langsung dengannya dan lingkungannya. Kualitas hubungan yang positif dapat digunakan sebagai indikator yang menunjukkan bahwa orang tua siswa yang merasa puas atas penerimaan layanan yang telah disediakan oleh sekolah, sehingga membentuk sikap percaya atas layanan dimasa yang akan datang dan suatu sikap yang ingin mempertahankan hubungan yang bersifat jangka panjang (Roberts, Varki & Brodie 2003, 173).

Menurut Levitt (1986), kualitas hubungan merupakan suatu kumpulan yang terdiri dari beberapa nilai yang tidak berwujud (*intangible value*) yang dapat menambah nilai tambah dari suatu produk atau layanan yang disediakan, sehingga menyebabkan terjadinya pembelian yang diharapkan antara sekolah dan orang tua siswa. Sekolah yang berfokus pada peningkatan kualitas hubungan dengan orang tua siswa akan menginginkan untuk suatu hubungan yang berorientasi jangka panjang yang saling membutuhkan antara sekolah dengan orang tua siswa. Kualitas hubungan yang berorientasi jangka panjang ini, masing-masing pihak mengharapkan adanya kepercayaan, keadilan dan empati (Ndubisi & Nataraajan 2018, 3).

Penelitian yang dilakukan oleh Ndubisi & Nataraajan (2018, 4), menghasilkan bahwa nilai kualitas hubungan yang mencakup keadilan (*fairness*), kepercayaan (*trust*) dan empati (*empathy*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan orang tua siswa. Menurut Ndubisi & Nataraajan (2018, 3),

kualitas hubungan antara perusahaan jasa dengan pelanggan dianggap sebagai cara yang efektif untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Rauyruen & Miller (2007, 21), melakukan penelitian tentang bagaimana kualitas hubungan berpengaruh loyalitas pelanggan dalam konteks *business to business (B2B)*, dimana kualitas hubungan yang mencakup kepercayaan, komitmen, kepuasan dan kualitas layanan dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan hanya kepuasan dan kualitas layanan yang dirasakan mempengaruhi loyalitas perilaku (niat beli).

Disamping kualitas hubungan, menurut Dann (1977, 186) faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam perusahaan jasa, dikelompokkan menjadi dua faktor yaitu faktor pendorong yang meliputi faktor emosional, psikologis dan motivasi intrinsik, dan faktor penarik yang meliputi faktor kognitif, situasional, dan motivasi ekstrinsik. Menurut Dann (1977, 186) faktor pendorong dan faktor penarik ini menjelaskan bagaimana pelanggan “didorong” oleh kekuatan internal dan psikologis untuk membuat keputusan dan bagaimana pelanggan “ditarik” atau tertarik oleh atribut tertentu yang ditawarkan oleh perusahaan jasa.

Pada institusi sekolah yang merupakan faktor pendorong adalah faktor-faktor yang mendorong orang tua siswa untuk tetap mempercayakan putra-putri mereka belajar di sekolah tertentu, misalnya sikap (*attitude*), kesenangan (*enjoyment*), keakraban (*familiarity*) atau pengenalan terhadap sekolah. Sedangkan faktor penarik adalah faktor yang menarik orang tua siswa untuk mempercayakan putra-putri mereka untuk belajar di sekolah tertentu misalnya: reputasi (*reputation*),

kualitas layanan (*service quality*), teknis (*utility*) dan nilai untuk uang (*value for money*). Institusi sekolah perlu memahami kedua faktor ini untuk mengetahui penyebab utama apakah yang dapat menjadi faktor pendorong dan faktor penarik orang tua siswa untuk mempercayakan putra-putri mereka belajar di suatu sekolah sehingga jika kedua faktor ini dipahami oleh sekolah, dapat membantu sekolah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan orang tua siswa dan membuat mereka merasa puas dan menumbuhkan sikap loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah (Dann 1977, 186)

Penelitian yang dilakukan oleh Shin et al. (2020, 1), menyelidiki bagaimana faktor pendorong dan faktor penarik (Dann 1977, 186) mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam perusahaan akomodasi P2P. Hasil penelitian ini, menyimpulkan bahwa faktor pendorong yang mencakup sikap, kesenangan dan keakraban atau pengenalan berpengaruh positif terhadap kepuasan, sedangkan faktor penarik yang mencakup reputasi, kualitas layanan, utilitas dan nilai untuk uang berpengaruh variasi terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yoon, Y. & Uysal, M. (2005, 46), meneliti pengaruh motivasi dan kepuasan wisatawan terhadap loyalitas. Pada penelitian ini menggunakan cara pendekatan terpadu untuk memahami motivasi wisatawan dengan membuktikan hubungan sebab akibat antara faktor pendorong dan faktor penarik motivasi, kepuasan dan loyalitas tujuan. Dari hasil penelitian ini, menggambarkan bahwa faktor motivasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dengan pengalaman perjalanan yang menyenangkan dan mempengaruhi loyalitas tujuan.

Penelitian yang dilakukan oleh Shin et al. (2020, 1) dengan menggunakan metode meta-analisis yang menggabungkan banyak data dan mempelajari hubungan untuk mendapatkan wawasan dengan mengubah ukuran efek yang sebenarnya dalam perusahaan akomodasi P2P. Namun demikian studi meta-analisis mempunyai keterbatasan kehilangan informasi yang kontekstual dan menyebabkan perbedaan yang cukup besar diantara variabel-variabel penelitiannya. Penelitian meta-analisis juga tidak dapat menunjukkan perbedaan antar studi, karakteristik sampel, dan variasi dalam spesifikasi model dan bias dalam publikasi.

Penelitian sejenis ini banyak dilakukan pada perusahaan akomodasi, *tourist* dan travel, dan jarang sekali penelitian sejenis ini dilakukan di sekolah dengan tingkat SMP maupun SMA. Dengan alasan ini, penulis ingin meneliti lebih mendalam lagi dengan menggunakan model penelitian yang telah dilakukan oleh Shin et al. (2020, 1) terhadap institusi sekolah yang juga merupakan bagian dari perusahaan jasa dengan menfokuskan keterlibatan orang tua siswa (kualitas hubungan), sehingga dapat menunjukkan perbedaan antar studi, karakteristik sampel, dan variasi dalam spesifikasi modelnya, dan untuk meneliti bagaimana faktor-faktor penyebab utama yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor.

Penelitian ini, mengambil obyek penelitian di sekolah SDH Bogor yang merupakan sekolah swasta yang berlokasi di daerah Bogor. Sekolah SDH Bogor merupakan sekolah Kristen yang menggunakan kurikulum Nasional sebagai alat untuk mencapai tujuan pendidikannya. Sekolah SDH Bogor didirikan pada bulan Juni 2017 dengan membuka kelas *Kindergarten*, *Junior School* dan kelas 7.

Sekolah SDH Bogor ini mempunyai visi dan misi Kristiani yang mendidik siswa bukan hanya sekedar pengetahuan (*knowledge*) saja tetapi mendidik siswa yang diharapkan mempunyai karakter sebagai seorang Kristen yang baik.

Sejak didirikan pada bulan Juni tahun 2017, Sekolah SDH Bogor ini berkembang cukup pesat dilihat dari jumlah siswa yang bersekolah di tempat ini. Saat ini, sekolah SDH Bogor sudah membuka kelas di mulai dari TK, SD, SMP dan SMA masih sampai kelas sepuluh.

Sekolah pesaing dari sekolah SDH Bogor adalah sekolah-sekolah swasta yang berlokasi di sekitar daerah Bogor seperti Sekolah Bogor Raya, Sekolah BPK Penabur, Sekolah Regina Pacis Bogor, SMAK Bogor, Sekolah Bunda Hati Kudus dan beberapa sekolah Nasional atau Negeri lainnya. Seiring semakin banyaknya sekolah swasta yang tumbuh dan berkembang di daerah Bogor, sebagai suatu institusi sekolah swasta yang masih baru berdiri dan mengalami pertumbuhan jumlah siswa yang cukup pesat, sekolah SDH perlu untuk melakukan survei kepuasan dan loyalitas orang tua siswa untuk mempertahankan dan menambah jumlah siswa yang bersekolah di tempat ini. Pertumbuhan jumlah siswa yang bersekolah di sekolah SDH Bogor kelas tujuh sampai kelas sepuluh dari tahun 2017 - 2020, dapat dijelaskan pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1 Data jumlah siswa yang belajar di Sekolah SDH tahun 2017 – 2020

| Kelas    | Jumlah siswa sekolah SDH Bogor |           |           |             |
|----------|--------------------------------|-----------|-----------|-------------|
|          | 2017-2018                      | 2018-2019 | 2019-2020 | 2020 - 2020 |
| Kelas 7  | 8                              | 38        | 30        | 28          |
| Kelas 8  | 0                              | 11        | 41        | 35          |
| Kelas 9  | 0                              | 0         | 11        | 41          |
| Kelas 10 | 0                              | 0         | 0         | 24          |
| Total    | 8                              | 49        | 82        | 128         |

Sumber: *Admission* Sekolah SDH Bogor (2020)

Dari tabel 1.1 di atas, terlihat adanya pertumbuhan jumlah siswa menengah pertama di sekolah SDH Bogor yaitu jumlah siswa kelas tujuh sampai kelas sepuluh pada tahun 2017/2018 hanya berjumlah 8 orang siswa, dan pada tahun 2020-2020 jumlah siswanya bertambah naik menjadi 128 siswa. Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah murid yang bersekolah di SDH Bogor ini, maka sekolah perlu untuk mengetahui bagaimana loyalitas orang tua siswa selama menerima pelayanan yang diberikan oleh sekolah SDH Bogor, agar sekolah SDH Bogor mampu meningkatkan dan mempertahankan loyalitas orang tua siswa yang mempercayakan putra-putri mereka untuk belajar di sekolah ini.

Dari hasil observasi dan wawancara yang dihasilkan oleh peneliti terhadap *Associate Senior School Principal* dan *staff admission*, diperoleh informasi masih adanya beberapa keluhan (*complaint*) dari beberapa orang tua siswa terhadap pelayanan yang diberikan oleh guru, staff dan manajemen SDH Bogor maupun keluhan terhadap fasilitas yang disediakan oleh sekolah ini.

Berdasarkan fenomena masalah yang ditemukan di lapangan ini, peneliti berkeinginan dan tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih dalam lagi tentang loyalitas orang tua siswa selama mereka mempercayakan putra-putri mereka untuk belajar di sekolah SDH Bogor. Untuk mengetahui loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor, peneliti menggunakan variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas orang tua siswa berdasarkan referensi dari penelitian-penelitian yang berkaitan dengan tema ini dan telah dilakukan sebelumnya (Shin et al. 2020, 1). Dengan menggunakan variabel laten yang sama ditambah dengan satu variabel laten lain yaitu kualitas hubungan, penelitian yang dilakukan oleh Ndubisi &

Natarajan (2018, 4), tetapi dengan kebaruan (*novelty*) yaitu menggunakan obyek penelitian dan metode penelitian yang berbeda.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Menciptakan dan membangun kepuasan dan loyalitas orang tua siswa sangat penting bagi sekolah dikarenakan dengan adanya kepuasan orang tua siswa dapat menumbuhkan sikap loyalitas terhadap sekolah (Pan et al. 2012, 152). Adapun identifikasi masalah yang ditemukan di sekolah SDH Bogor adalah sebagai berikut:

1. Masih adanya komplain dari beberapa orang tua siswa yang merasa diberlakukan kurang adil oleh pihak sekolah dalam pengambilan keputusan atau kebijakan sehingga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah SDH Bogor.
2. Adanya beberapa orang tua siswa yang masih kurang menunjukkan kepercayaan terhadap pihak sekolah dalam mendidik putra-putri mereka, hal ini dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah.
3. Adanya beberapa orang tua siswa merasa bahwa guru sekolah SDH kurang memiliki rasa empati kepada siswa yang merasakan kesulitan dalam hal belajar di dalam kelas sehingga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah SDH.
4. Terdapat beberapa orang tua siswa yang masih belum puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh staff dan guru di dalam memberikan informasi tentang sekolah SDH sehingga mempengaruhi loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah.

5. Masih adanya beberapa orang tua siswa merasa kurang mendapatkan kenyamanan atau pengalaman yang menyenangkan ketika menggunakan fasilitas sekolah yang dirasakan kurang modern dan fasilitas yang perlu di *upgrade* sehingga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah SDH.
6. Masih adanya beberapa orang tua siswa merasakan sikap staff dan guru yang kurang ramah dalam menyambut orang tua siswa dan siswa di dalam lingkungan sekolah sehingga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah.
7. Masih adanya beberapa orang tua siswa merasakan kualitas layanan (*service quality*) yang diterima kurang maksimal seperti kurangnya keamanan dan kebersihan sekolah sehingga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah.
8. Masih adanya orang tua siswa yang merasa kecewa dengan utilitas yang dimiliki oleh sekolah seperti kurangnya kualitas internet yang dimiliki oleh sekolah sehingga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah.
9. Masih adanya orang tua siswa yang merasa bahwa nilai uang yang telah dibayarkan ke sekolah tidak sesuai dengan nilai yang diterima oleh mereka sehingga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah SDH.

### **1.3. Batasan Masalah**

Hasil identifikasi permasalahan yang terjadi di di sekolah SDH Bogor, peneliti menggunakan beberapa sumber dari jurnal untuk menentukan variabel-variabel

yang mempengaruhi loyalitas orang tua siswa. Dikarenakan adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga dalam proses penyelesaian karya akhir ini, maka peneliti akan membatasi masalah yang diteliti, yaitu kuisioner penelitian hanya disebarakan kepada orang tua siswa kelas tujuh sampai kelas sepuluh minimal setahun telah bersekolah di sekolah SDH Bogor, dan hanya berfokus pada masalah pengaruh kualitas hubungan, faktor pendorong dan faktor penarik motivasi orang tua siswa terhadap kepuasan dan loyalitas di sekolah SDH Bogor. Untuk faktor pendorong dan faktor penarik motivasi hanya diambil beberapa variabel yang penting dari penelitian Shin et al. (2020, 1), peneliti memilih variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian untuk di sekolah SDH Bogor.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini, merupakan hasil penjabaran dari latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah serta batasan masalah, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini, dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap kepuasan orang tua siswa di sekolah SDH Bogor?
2. Apakah kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor?
3. Apakah faktor pendorong berpengaruh positif terhadap kepuasan orang tua siswa di sekolah SDH Bogor?
4. Apakah faktor pendorong berpengaruh positif terhadap loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor?

5. Apakah faktor penarik berpengaruh positif terhadap kepuasan orang tua siswa di sekolah SDH Bogor?
6. Apakah faktor penarik berpengaruh positif terhadap loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian tesis ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh positif kualitas hubungan terhadap kepuasan orang tua siswa di sekolah SDH Bogor.
2. Menganalisis pengaruh positif kualitas hubungan terhadap loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor.
3. Menganalisis pengaruh positif faktor pendorong terhadap kepuasan orang tua siswa di sekolah SDH Bogor.
4. Menganalisis pengaruh positif faktor pendorong terhadap loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor.
5. Menganalisis pengaruh positif faktor penarik terhadap kepuasan orang tua siswa di sekolah SDH Bogor.
6. Menganalisis pengaruh positif faktor penarik terhadap loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor.
7. Menganalisis pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap hasil data dan informasi yang dikumpulkan, setelah di analisis dalam penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi banyak pihak yang berkepentingan maupun dapat dipergunakan sebagai acuan atau landasan penelitian selanjutnya yang sesuai dengan topik penelitian ini.

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam hal ini ilmu pemasaran strategis sekolah. Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat menghasilkan penelitian yang lebih terukur dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak dilakukan di bidang pariwisata, akomodasi, travel dan hotel dan dengan menggunakan metode meta-analisis yang memiliki kelemahan dalam menunjukkan perbedaan antar studi, karakteristik sampel dan variasi model.

Peneliti berharap penelitian ini dapat memperluas kerangka kerja dengan menggunakan keterlibatan orang tua siswa (kualitas hubungan) secara langsung untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor utama yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas orang tua siswa di sekolah. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya di bidang pendidikan khususnya sekolah dari tingkat TK, SD, SMP dan SMA, khususnya yang terkait dengan variabel-variabel yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan saran yang dapat dipertimbangkan oleh kepala sekolah, guru, serta staff untuk memahami faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas orang tua siswa di sekolah SDH Bogor. Dari Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan (*feed back*) untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas dari orang tua siswa di sekolah SDH Bogor.

Saran atau input dari orang tua siswa dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan atau membenahi pelayanan yang masih lemah atau kurang sehingga menghasilkan pelayanan yang semakin berkualitas lebih baik di masa yang akan datang, dan sebagai bahan referensi untuk membenahi faktor-faktor yang menjadi kekurangan dan kelemahan staff, guru, manajemen dan kepala sekolah untuk dapat menciptakan dan menumbuhkan sikap loyalitas orang tua siswa terhadap sekolah agar sekolah SDH Bogor, sehingga sekolah SDH Bogor menjadi sekolah yang berkualitas unggul, sehingga mampu bersaing dengan sekolah swasta lainnya yang ada di kota Bogor.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Tesis ini terdiri dari beberapa kerangka penulisan, yaitu terdiri dari lima bab. Pada bab satu, penulis menjelaskan perihal pentingnya sebuah institusi seperti sekolah SDH Bogor untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor utama yang mempengaruhi loyalitas orang tua siswa di sekolah, dalam usahanya untuk menghadapi persaingan sekolah yang semakin meningkat dan atraktif. Perkembangan jumlah murid yang bersekolah di sekolah SDH Bogor dari tahun 2017 sampai tahun 2020, dan bagaimana strategi untuk mempertahankan dan

menambah jumlah murid yang bersekolah di tempat ini, menjadi salah satu alasan bagi peneliti untuk meneliti sekolah SDH Bogor sebagai obyek penelitian.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya (*theoretical gap*) menggunakan metode meta-analisis, dimana penelitian meta-analisis juga tidak dapat menunjukkan perbedaan antar studi, karakteristik sampel, dan variasi dalam spesifikasi model dan bias dalam publikasi. Tujuan penelitian ini dilakukan di sekolah agar dapat menggunakan karakteristik sampel yang lebih jelas dan memperluas kerangka kerja dengan menggunakan keterlibatan orang tua siswa (kualitas hubungan) secara langsung untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas orang tua siswa di sekolah.

Pada bab dua, akan di jelaskan mengenai landasan teori yang isinya menjelaskan tentang hubungan kepuasan dan loyalitas, variabel-variabel kualitas hubungan dan teori motivasi yang menjelaskan faktor pendorong dan faktor penarik yang menjelaskan bagaimana pelanggan “didorong” oleh kekuatan internal dan psikologis untuk membuat keputusan dan bagaimana pelanggan “ditarik” atau tertarik oleh atribut tertentu dari beberapa entitas. Dalam bab dua ini, juga akan di tuliskan tentang kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

Pada bab tiga, berisi tentang metodologi penelitian yang akan menjelaskan tentang rancangan penelitian, prosedur penelitian, teknik pengumpulan data, mengolah, menganalisis, serta menginterpretasikan data yang diperoleh dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM), dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Pendahuluan penelitian dilakukan pada awal bulan November 2020 dengan melakukan observasi dan

wawancara lapangan terhadap *staff admission* dan *senior school associate principal* SDH Bogor, dan mulai menyebarkan kuisioner kepada orang tua siswa kelas tujuh sampai kelas sepuluh pada tanggal 15 november sampai tanggal 25 November 2020. Prosedur yang dilakukan pada penelitian ini diawali dengan melakukan pengamatan (observasi), kemudian melakukan wawancara dengan *staff admission* dan *Senior School Associate Principal* peneliti untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di sekolah SDH, merumuskan masalah yang ditemukan, dan menyusun kerangka penelitian serta merumuskan dan menguji hipotesis penelitian yang akhirnya menganalisis dan menyimpulkan data yang dikumpulkan dari responden.

Bab empat menjelaskan tentang deskripsi atau gambaran responden penelitian, serta menjabarkan permasalahan yang ditemukan dan telah ditulis dalam bab satu. Dalam bab empat ini juga akan dijabarkan hasil data yang telah diperoleh dari responden, diinterpretasikan dan dianalisis menyangkut pengaruh dan hubungan variable laten eksogen terhadap variable laten endogen dan menghubungkannya dengan teori-teori serta jurnal-jurnal penelitian yang sudah dijelaskan di bab dua.

Bab lima berisi tentang kesimpulan yang didapatkan setelah menganalisa data dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0, data yang sudah diperoleh dengan mengkaitkan data dengan teori-teori yang ada dalam bab dua serta implikasi di dalam instansi sekolah. Saran-saran dari hasil kesimpulan penelitian ini kepada sekolah SDH Bogor agar dapat meningkatkan dan menjaga kepuasan dan loyalitas orang tua siswa SDH Bogor.