

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA PESERTA DIDIK PADA TK KARTIKA MANDALA DENPASAR

I Made Dipa Arigata¹, Ni Putu Nita Anggraini², Pande Ketut Ribek³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

e-mail: dipaarigata90@gmail.com

ABSTRACT

Kindergarten as an educational institution that develops early childhood skills, of course, must pay attention to the satisfaction of parents who send their children to Kartika Mandala Kindergarten. Because parents' satisfaction with the results of education in kindergarten as a provider of educational services will later determine the number of new student admissions. This study aims to examine and obtain empirical evidence of the effect of service quality, price perception, and trust on the satisfaction of parents of students at Kartika Mandala Kindergarten Denpasar. The population in this study was parents of students at Kartika Mandala Kindergarten in the last 5 years, from 2016 to 2020 a total of 277 students. The sampling technique used proportionate stratified random sampling so that 56 people were used as samples. The analytical tool used is multiple linear analysis, classical assumption test, t test, and F test. The results of this study indicate that service quality, price perception, and trust have a positive and significant effect on the satisfaction of parents of students at Kartika Mandala Kindergarten Denpasar. It is recommended to Kartika Mandala Kindergarten Denpasar to further improve the handling of complaints from parents of students, which can be used as input and suggestions to realize better services in the future.

Keywords: service quality, price perception, trust, satisfaction

I. PENDAHULUAN

Pusat pendidikan yang pertama yaitu dalam lingkungan keluarga, keterlibatan orang tua juga merupakan aspek penting dalam sebuah pendidikan terutama dalam Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD). Baik buruknya kualitas sebuah lembaga pendidikan akan dapat dilihat melalui hubungan lembaga tersebut dengan orang tua. Penguatan pendidikan selanjutnya diwujudkan melalui Taman Kanak-Kanak (TK).

Taman Kanak-Kanak merupakan bentuk layanan pendidikan formal yang ditujukan pada anak rentang usia 4 tahun sampai 6 tahun (Ariani, 2021). Taman Kanak-Kanak memberi kesempatan untuk mengembangkan kepribadian anak dan perlu menyediakan berbagai kegiatan

yang dapat mengembangkan berbagai aspek perkembangan yang meliputi aspek kognitif, bahasa, sosial, emosi, fisik, dan motorik.

Kualitas pelayanan lembaga pendidikan taman kanak-kanak merupakan faktor terpenting dalam menentukan keberlangsungan lembaga tersebut. Oleh karena itu, lembaga taman kanak-kanak sangat penting untuk memperhatikan mutu pendidikan lembaganya, sehingga dapat menghasilkan anak yang unggul, bermutu, dan pada akhirnya mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lembaga taman kanak-kanak sebagai lembaga yang menyediakan produk atau jasa berupa layanan pendidikan, harus lebih mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya, sehingga dapat

meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas program pendidikan juga bergantung pada pendidik yang memiliki kemampuan dan keinginan untuk berprestasi. Pentingnya pendidikan taman kanak-kanak harus menjadi perhatian dan peran begitu pula bagi pemerintah, lembaga pendidikan, orang tua, dan masyarakat.

Hasil penelitian Kesuma (2015), Artiningtyas (2015), dan Noeraini (2016) sama-sama menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi hasil penelitian berbeda ditunjukkan oleh Stantia (2018) dan Maimunah (2020) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta penelitian Kristanto (2017) yang menyatakan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Persepsi harga merupakan pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli (Poespa, dkk. 2018). Pemilihan strategi harga yang tepat adalah hal yang penting untuk menarik konsumen. Pembiayaan pendidikan merupakan komponen yang esensial dan tidak dapat terpisahkan dalam penyelenggaraan proses belajar mengajar (Ferdin, 2013). Tanpa dukungan biaya pendidikan yang memadai, proses pendidikan tidak akan berjalan dengan baik. Biaya pendidikan juga merupakan pembiayaan yang dikeluarkan oleh pelanggan jasa pendidikan untuk menikmati jasa pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan sesuai dengan kualitas layanan pendidikan yang diberikan bagi pelanggan pendidikan.

Hasil penelitian Chulaifi (2018) dan Wiedyani (2019) menyatakan bahwa

persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi hasil penelitian berbeda ditunjukkan oleh Wariki (2015) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta penelitian Chulaifi (2018) menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu aspek yang tidak kalah penting untuk menjaga agar konsumen tetap puas, yaitu Kepercayaan. Kepercayaan menjadi modal awal bagi lembaga pendidikan yang perlu dibina dan dikembangkan dalam jiwa masyarakat. Kepercayaan akan muncul di masyarakat ketika mereka menunjukkan bahwa lembaga tersebut memberikan kinerja akademik yang unggul. Prestasi dan keunggulan merupakan produk utama bagi setiap lembaga pendidikan. Untuk membuktikan bahwa lembaga pendidikan tersebut memiliki kelebihan dan keunggulan dibidang akademik, pihak lembaga tersebut memperkenalkan ke publik antara lain dengan mengadakan kegiatan pameran pendidikan. Dengan begitu masyarakat yang menyaksikan pameran tersebut merasa tertarik dan memberikan kepercayaan pada sekolah. Kepercayaan yang dibangun antara sekolah dan masyarakat, dalam hal ini orang tua sangat penting pengaruhnya bagi konstruksi peran orang tua di sekolah.

Hasil penelitian Anita (2019), Lestari (2019), dan Wicaksono (2020) sama-sama menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Mawey (2018) dan Aini (2020) yang menyatakan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan merupakan salah satu faktor terpenting dalam membangun kepercayaan pada suatu produk atau jasa yang diberikan oleh produsen. Kepuasan menjadi tolak ukur suatu lembaga

terutama lembaga pendidikan apakah bisa dianggap sudah berhasil atau belum. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Paruntu, dkk. 2021). Sementara orang tua peserta didik merupakan pelanggan dari suatu lembaga pendidikan, tak terkecuali lembaga taman kanak-kanak. Bilamana orang tua peserta didik merasa puas terhadap layanan pendidikan dari lembaga, maka kepercayaan orang tua peserta didik menjadi semakin baik.

Taman kanak-kanak sebagai lembaga pendidikan yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan anak usia dini, tentunya juga membutuhkan pelayanan yang baik apabila belum optimal akan berdampak pada kepuasan orang tua yang menyekolahkan anaknya di TK Kartika Mandala. Hal ini perlu mendapatkan perhatian mengingat kepuasan orang tua sangat penting terhadap keberlangsungan suatu lembaga taman kanak-kanak sebagai penyedia jasa pendidikan yang kelak akan menentukan jumlah penerimaan peserta didik baru.

Berdasarkan data yang ada, TK Kartika Mandala mengalami fluktuasi penerimaan jumlah peserta didik yang berarti bahwa minat masyarakat untuk mendaftar di sekolah ini mengalami naik turun dan jumlah target penerimaan dari setiap tahun ajaran baru ada yang tidak terealisasi. Naik turunnya jumlah peserta didik sangat menjadi perhatian, karena akan mempengaruhi biaya operasional sekolah. Pada tahun 2020 mengalami penurunan jumlah peserta didik yang sangat drastis, yang di asumsi karena masih banyak orang tua yang ragu jika memasukkan anaknya ke sekolah selama masa pandemi Covid-19 ini. Meskipun belum ada data nasional yang menyeluruh, diasumsikan bahwa pandemi virus corona ini sebagai penyebab penurunan jumlah peserta didik TK dan

terjadinya fluktuatif penerimaan peserta didik tidak menutup kemungkinan dikarenakan adanya persaingan yang ketat mengenai kualitas layanan pendidikan di lembaga-lembaga pendidikan dan banyaknya jumlah lembaga pendidikan di seputar lokasi keberadaan TK Kartika Mandala Denpasar.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua peserta didik di TK Kartika Mandala Denpasar?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan orang tua peserta didik di TK Kartika Mandala Denpasar?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua peserta didik di TK Kartika Mandala Denpasar?

II. LANDASAN TEORI

Grand Theory

Teori Harapan (*Expectancy Theory*)

Teori harapan atau Expectancy Theory of Motivation yang dikemukakan oleh Victor H. Vroom pada tahun 1964 memiliki tiga asumsi yaitu:

1. Harapan hasil (*Outcome expectancy*).
2. Valensi (*Valence*).
3. Harapan usaha (*Effort expectancy*).

Kualitas Pelayanan

Menurut Ramya, *et al.*, (2019) kualitas pelayanan berarti kemampuan penyedia layanan untuk memuaskan pelanggan dengan cara yang efisien yang melaluinya yang akan dapat meningkatkan kinerja. Kualitas pelayanan dibentuk oleh perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima dari pelanggan melebihi nilai yang diharapkan maka

dapat dikatakan bahwa pelayanan tersebut berkualitas.

Persepsi Harga

Erinawati, dkk. (2021) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Rahayu (2021) mengemukakan persepsi harga merupakan penilaian konsumen dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk akal, dapat diterima atau dapat dijustifikasi.

Kepercayaan

Kepercayaan berkaitan dengan *emotional bonding* yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi (Alfirio, 2021). Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap

perilaku yang baik dari orang lain dan kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal dalam interaksi dan proses transaksi (Del Rosa, dkk. 2021).

Kepuasan

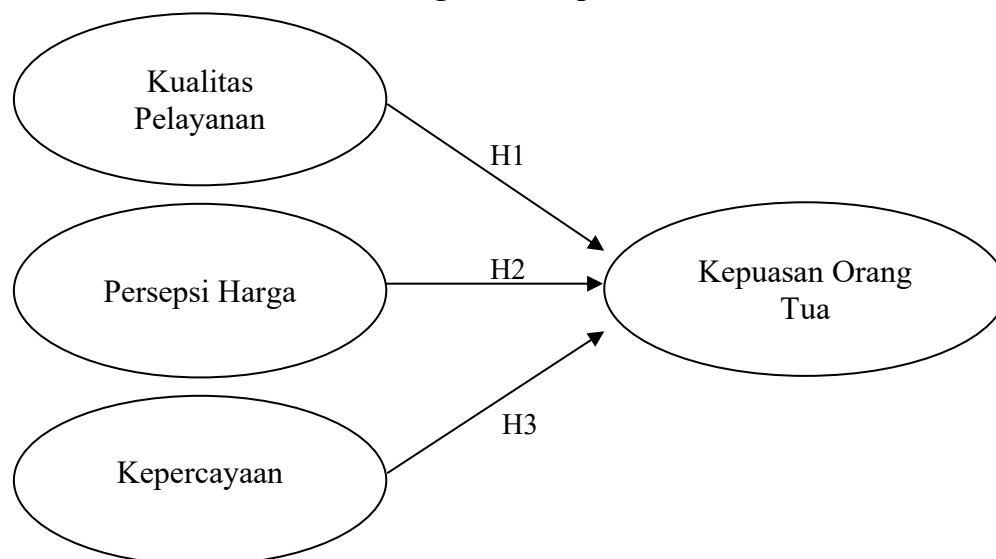
Menurut Aburayya (2020) kepuasan sebagai perasaan baik konsumen, yang dihasilkan dari pandangannya tentang kinerja produk atau layanan yang tepat sesuai dengan harapannya. Secara umum kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena adanya perbandingan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasilnya terhadap ekspektasi mereka.

III. KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir dalam penelitian ini ditampilkan dalam bentuk variabel, yang menunjukkan adanya pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat, sebagai berikut:

Gambar 3.1
Kerangka Konseptual



Sumber: Hasil pemikiran peneliti, 2021

Hipotesis

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar.
- H2: Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar.
- H3: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar.

IV. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada TK Kartika Mandala Denpasar yang beralamatkan di Jl. Ken Arok No. 14 Denpasar, Bali. TK Kartika Mandala sudah lama dikenal masyarakat karena kinerja dan kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan, penelitian ditempat ini dilakukan karena ditemukan permasalahan yang mempertanyakan apakah kualitas pelayanan dan kinerja yang dilakukan oleh TK Kartika Mandala ini memiliki pengaruh yang baik dan terutama pada tingkat kepuasan yang didapatkan

Identifikasi Variabel

Berdasarkan permasalahan yang telah di rumuskan, maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Menurut Sugiyono (2016:46), variabel independen (bebas) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1), persepsi harga (X_2) dan kepercayaan (X_3).
2. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016: 46). Variabel dependen pada penelitian ini adalah variabel kepuasan (Y).

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Populasi dalam penelitian adalah orang tua peserta didik di TK Kartika Mandala dalam 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2016 sampai 2020 sejumlah 277 peserta didik.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. Jadi, responden yang diambil sebagai sampel pada penelitian ini adalah orang tua peserta didik TK Kartika Mandala. Jumlah sampel ditentukan sebesar jumlah peserta didik dari 5 tahun terakhir yaitu pada tahun 2016 sampai 2020. Jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2010 : 112). Berdasarkan hasil perhitungan, besar sampel didapatkan sebesar 56 orang responden.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan seperangkat metode pengumpulan data, yaitu: observasi, wawancara dan kuisioner.

Teknik Analisis Data

Selanjutnya untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang digunakan dapat mewakili seluruh jawaban yang diharapkan maka dilakukan pengujian instrumen, antara lain:

- 1) Analisis statistik deskriptif
- 2) Uji instrumen penelitian
- 3) Analisis regresi linier berganda
- 4) Uji asumsi klasik
- 5) Uji kelayakan model

- a. Koefisien determinasi
- b. Uji F
- c. Uji t

melakukan pengujian dengan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar secara simultan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah semua data yang didapat dari kuesioner lolos uji instrumen dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya

Tabel 1
Rangkuman Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,116	0,712		-0,163	0,871
Kualitas pelayanan (X_1)	0,179	0,067	0,306	2,676	0,010
Persepsi harga (X_2)	0,387	0,100	0,472	3,869	0,000
Kepercayaan (X_3)	0,210	0,069	0,224	3,059	0,004
R				0,922	
R Square				0,850	
Adjusted R Square				0,841	
F Statistic				97,854	
Signifikansi				0,000	

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh persamaan struktural untuk model penelitian ini adalah :

$$Y = -0,116 + 0,179X_1 + 0,387X_2 + 0,245X_3$$

Dari persamaan tersebut di atas, dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *constant* sebesar -0,116, hal ini berarti apabila nilai dari kualitas pelayanan (X_1), persepsi harga (X_2), dan kepercayaan (X_3) sama-sama nol (0) atau tidak meningkat, maka kepuasan (Y) memiliki nilai tidak tetap sebesar -0,116.
- 2) Nilai $b_1 = 0,179$, berarti jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan juga akan meningkat, dengan asumsi persepsi harga dan kepercayaan tetap.
- 3) Nilai $b_2 = 0,387$, berarti jika persepsi harga orang tua peserta didik meningkat maka kepuasan juga akan meningkat, dengan asumsi kualitas pelayanan dan kepercayaan tetap.

- 4) Nilai $b_3 = 0,210$, berarti jika kepercayaan ditingkatkan oleh perusahaan maka kepuasan akan menurun, dengan asumsi kualitas pelayanan dan persepsi harga tetap.

Uji F

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 1 didapat nilai F hitung sebesar 97,854 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar, sehingga model regresi layak untuk digunakan.

Analisis Determinasi

Berdasarkan hasil analisis determinasi pada Tabel 1, besarnya pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan orang tua

peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar adalah sebesar 85,0% sedang sisanya 15,0% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan dapat mempengaruhi kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar.

Uji t

Hasil pengujian t-test pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar terlihat pada Tabel 1 di atas, dengan penjelasan sebagai berikut.

1. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan menunjukkan arah positif sebesar 0,179 dan nilai t hitung sebesar 2,676 dengan nilai signifikansi sebesar 0,010 yang lebih kecil dari α (taraf nyata) = 0,05 yang bermakna bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar dapat diterima.
2. Nilai koefisien regresi variabel persepsi harga menunjukkan arah positif sebesar 0,387 dengan dan nilai t hitung sebesar 3,869 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α (taraf nyata) = 0,05 yang bermakna bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar dapat diterima.
3. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan menunjukkan arah positif sebesar 0,210 dengan nilai signifikansi

sebesar 0,004 yang lebih kecil dari α (taraf nyata) = 0,05 yang bermakna bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar dapat diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan didapatkan nilai koefisien regresi menunjukkan arah positif sebesar 0,179 dan nilai t hitung sebesar 2,676 dengan nilai signifikansi sebesar 0,010 yang lebih kecil dari α (taraf nyata) = 0,05 yang bermakna bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar dapat diterima.

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memuaskan pelanggan dengan cara yang efisien yang melaluinya yang akan dapat meningkatkan kinerja. Kualitas pelayanan dibentuk oleh perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima dari pelanggan melebihi nilai yang diharapkan maka dapat dikatakan bahwa pelayanan tersebut berkualitas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima kurang dari yang diharapkan, maka pelayanan tersebut dianggap tidak berkualitas. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh TK Kartika Mandala

Denpasar maka semakin tinggi pula kepuasan orang tua peserta didik. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kesuma (2015), Artiningtyas (2015), dan Noeraini (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan didapatkan nilai koefisien regresi menunjukkan arah positif sebesar 0,387 dengan nilai t hitung sebesar 3,869 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α (taraf nyata) = 0,05 yang bermakna bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar dapat diterima.

Persepsi harga merupakan penilaian konsumen dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk akal, dapat diterima atau dapat dijustifikasi. Oleh karena itu harga sebisa mungkin sesuai dengan apa yang menjadi persepsi konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, persepsi harga dapat diartikan sebagai biaya pendidikan yang dikeluarkan orang tua peserta didik selama anaknya bersekolah pada TK Kartika Mandala Denpasar. Sehingga semakin baik dan sesuai perbandingan harga dan kualitas jasa yang diberikan TK Kartika Mandala Denpasar maka semakin tinggi tingkat kepuasan orang tua peserta didik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chulaifi (2018), menyatakan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh yang

positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian oleh Wiedyani (2019), menyatakan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan didapatkan nilai koefisien regresi menunjukkan arah positif sebesar 0,210 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari α (taraf nyata) = 0,05 yang bermakna bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar dapat diterima.

Kepercayaan menjadi modal awal bagi lembaga pendidikan yang perlu dibina dan dikembangkan dalam jiwa masyarakat. Kepercayaan akan muncul di masyarakat ketika mereka menunjukkan bahwa lembaga tersebut memberikan kinerja akademik yang unggul. Untuk membuktikan bahwa lembaga pendidikan tersebut memiliki kelebihan dan keunggulan dibidang akademik, pihak lembaga tersebut memperkenalkan ke publik antara lain dengan mengadakan kegiatan pameran pendidikan. Semakin banyak kepuasan yang dirasakan, maka semakin kuat kepercayaan masyarakat terhadap TK Kartika Mandala Denpasar. Sehingga semakin tinggi kepercayaan orang tua peserta didik terhadap TK Kartika Mandala Denpasar maka semakin meningkat pula kepuasan orang tua peserta didik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anita (2019), Lestari (2019) dan Wicaksono (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

VI. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan yang dapat diambil, pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dialami peneliti dapat menjadi faktor yang dapat lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang untuk lebih menyempurnakan hasil penelitiannya di masa yang akan datang, yaitu: variabel yang digunakan juga terbatas kepada kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan yang mana masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan. Keterbatasan lain penelitian ini adalah lokasi penelitian terbatas pada satu lokasi yaitu TK Kartika Mandala Denpasar sehingga hasil penelitian dapat berbeda jika dilakukan pada lokasi atau TK lain.

Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan tersebut di atas, maka saran yang sekiranya dapat dipertimbangkan oleh TK Kartika Mandala Denpasar berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam hal kualitas pelayanan, jawaban responden terendah menunjukkan bahwa TK Kartika Mandala Denpasar masih belum mampu melayani dan menyelesaikan keluhan dari para orang tua peserta

didik. Maka disarankan kepada TK Kartika Mandala Denpasar agar lebih mengutamakan penanganan terhadap keluhan-keluhan para orang tua peserta didik, yang dapat dijadikan masukan dan saran untuk mewujudkan pelayanan yang lebih baik kedepannya.

- 2) Dalam hal persepsi harga, jawaban responden terendah menunjukkan harga atau biaya yang ditetapkan TK Kartika Mandala Denpasar masih belum terjangkau atau tidak sebanding dengan kualitas yang didapatkan oleh peserta didik. Maka disarankan kepada TK Kartika Mandala Denpasar agar lebih mengkaji dan membandingkan biaya-biaya yang ditetapkan dengan sekolah lain agar dapat memberikan biaya yang lebih bersaing. Variabel harga merupakan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan orang tua peserta didik, sehingga penetapan harga harus selalu diperhatikan mengingat variabel ini sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan kerja.
- 3) Dalam hal kepercayaan, jawaban responden terendah menunjukkan beberapa orang tua peserta didik menyatakan masih ada guru atau komponen TK Kartika Mandala Denpasar yang belum memiliki kompetensi yang memadai untuk meningkatkan kualitas anak didiknya. Maka disarankan kepada TK Kartika Mandala Denpasar untuk meningkatkan kompetensi tenaga pendidik dengan memberikan diklat maupun pelatihan yang sesuai dengan bidang pendidikan taman kanak-kanak untuk mempersiapkan anak menuju jenjang pendidikan dasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aburayya, A., Marzouqi, A., Alawadhi, D., Abdouli, F., and Taryam, M. 2020. An Empirical Investigation of the Effect of Employees' Customer Orientation on Customer Loyalty Through the Mediating Role of Customer Satisfaction and Service Quality. *Management Science Letters*, 10(10), 2147-2158.
- Adabi, N. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok *Influence of Brand Image, Service Quality and Consumer Confidence on Indihome Purchasing Decisions at Telkom Telecommunications. Jurnal manajemen*, 12(1), 32-39.
- Alfiriyo, S. N. 2021. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Tiket Online (Studi pada Konsumen Pengguna Aplikasi Kai Access). *Skripsi*.
- Amri, U. 2021. Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(5), 2355-22610.
- Anita, Y. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Persfektif Ekonomi Islam (Studi pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada di Kota Pekanbaru)*. Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ariani, K. 2021. *Pengembangan Instrumen Penilaian Kemampuan Mengenal Lambang Bilangan pada Anak Kelompok A di Taman Kanak-Kanak Kabupaten Buleleng tahun 2019/2020*. Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha.
- Artiningtyas, I., Minarsih, M. M., dan Hasiholan, L. B. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Vulkanisir Ban Top Cool Semarang). *Journal of Management*, 1(1).
- Chulaifi, M. I. A. C. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umroh dan Haji pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya Periode 2017–2018*. Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Del Rosa, Y., dan Abdilla, M. 2021. Pengaruh Persepsi Anggota, Kepercayaan Nasabah dan Anggaran Partisipatif terhadap Kinerja Manajerial melalui Kepuasan Kerja pada Baitul Maal Wat Tamwil "x" Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 846-852.
- Diah, I. 2021. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Produk Telkom Indihome di Wilayah Kelurahan Pagesangan*. Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Erinawati, F., dan Syafarudin, A. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi terhadap Keputusan. *Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 130-146.
- Ernawati, N., dan Nurlelawati, E. 2017. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pelaksanaan Penerapan K3 pada Tenaga Kesehatan di RSIA Permata Sarana Husada Periode

- Pebruari 2015. *Jurnal Akademi Keperawatan Husada Karya Jaya*, 3(1).
- Eriyanti, H., dan Kusmadeni, D. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Supermarket di Pangkalpinang. *Jem Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 1-14.
- Ferdi, W. P. 2013. Pembiayaan Pendidikan: Suatu Kajian Teoritis. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 19(4), 565-578.
- Indahsari, D. 2021. Pengaruh Strategi Pemasaran Tabungan BRI Britama terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.
- Kesuma, E., dan Amri, M. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sulthan Hotel Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 4 (4), 176-192.
- Lestari, A. D., dan Hidayat, I. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Global Jet Express (J&T) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(7).
- Noeraini, I. A., dan Sugiyono, S. 2016. Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(5).
- Oscardo, J., Purwati, A. A., dan Hamzah, M. L. 2021. Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *Invest: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 64-75.
- Ovidani, Z., dan Hidayat, W. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 167-174.
- Pangemanan, J. 2021. Pengaruh Jarak terhadap Penetapan Harga Produk (Studi Kasus pada Produk Minyak Goreng Bimoli 1 liter, Aqua 600ml dan Indomie Cakalang Goreng). *Jurnal Akrab Juara*, 6(2), 78-89.
- Paruntu, M. J., Mananeke, L., dan Raintung, M. C. 2021. Analisis Keputusan Pembelian dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kepuasan Konsumen Bukalapak di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- Poespa, A. A. R., Cahyono, R., dan Martah, V. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lotion Marina. *Iqtishadequity*, 3(1), 212-223.
- Pratiwi, N. I. 2017. Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-224.
- Rahayu, R. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Pelanggan Myrepublic Cabang Jakarta)*. Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Ramya, N., Kowsalya, A., and Dharanipriya, K. 2019. Service Quality and its Dimensions. *EPRA*

- International Journal of Research and Development*, 4, 38-41.
- Renald, V., Rosyafah, S., dan Noviardari, I. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Supravisual Mandiri Surabaya. *Benchmark*, 1(2), 105-113.
- Sudaryana, Y. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, 4(1), 447-455.
- Sugiyono. 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R and D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambahani, Y. O., Kalangi, J. A., dan Walangitan, O. F. 2021. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta BPJS Kesehatan Kabupaten Halmahera Utara. *Productivity*, 2(2), 40-45.
- Tarigan, W. J. 2020. Pengaruh Pendapatan Domestik Regional Bruto Perkapita dan Rasio Beban Ketergantungan Hidup terhadap Tabungan Domestik Sumatera Utara: *The Effect of Regional Gross Domestic Income and Life-Dependence Ratio on Domestic Savings of North Sumatra*. *Jurnal Ekulnomi*, 2(2), 135-147.
- Virgiawansyah, E., Utomo, B. B., dan Rosyid, R. 2019. Pengaruh Kinerja Orang tua peserta didik terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 5(06).
- Vroom, H., Victor. 1964. *Work and Motivation*.
- Wicaksono, A. P. 2020. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Bumi Bahari Gemilang Emkl*. Doctoral Dissertation, Stiesia Surabaya.
- Wiedyani, A. H., dan Prabowo, R. E. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Argo Muria Jurusan Semarang Tawang-Jakarta Gambir.