



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v7i4>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* terhadap Kepuasan Orang Tua Murid di Bimbingan Belajar Little Star Course Surabaya

Nita Oktavia Sutanto^{1*}, Justita Dura², Teguh Widodo³

¹Institut Teknologi dan Bisnis ASIA, Malang, Indonesia, catnita@gmail.com

²Institut Teknologi dan Bisnis ASIA, Malang, Indonesia, justitadura@asia.ac.id

³Institut Teknologi dan Bisnis ASIA, Malang, Indonesia, teguhwidodoasia@gmail.com

*Corresponding Author: catnita@gmail.com

Abstract: *The increasing public demand for high-quality educational services has intensified competition among tutoring institutions, particularly those implementing international curricula. In this context, parents' satisfaction has become a crucial indicator of success for non-formal educational institutions. This study aims to analyze the influence of institutional image, service quality, and perceived value on parents' satisfaction at Little Star Course Surabaya. This research employed a quantitative approach using a survey method. The study population consisted of parents whose children actively participated in onsite learning programs at Little Star Course Surabaya. A saturated sampling technique was applied, resulting in a total sample of 81 respondents. Data were collected through a structured questionnaire using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 30. The findings indicate that institutional image, service quality, and perceived value each have a positive and significant effect on parents' satisfaction. Furthermore, these three variables simultaneously exert a positive and significant influence on parents' satisfaction. The findings suggest that strengthening institutional image, maintaining high-quality educational services, and enhancing perceived value are essential strategies for improving parents' satisfaction in tutoring institutions.*

Keywords: *Institutional Image, Service Quality, Perceived Value, Parents' Satisfaction*

Abstrak: Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan pendidikan berkualitas telah mendorong persaingan yang semakin ketat di antara lembaga bimbingan belajar, khususnya yang menerapkan kurikulum internasional. Dalam kondisi tersebut, kepuasan orang tua murid menjadi salah satu indikator penting keberhasilan lembaga pendidikan nonformal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* terhadap kepuasan orang tua murid di bimbingan belajar *Little Star Course* Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian terdiri atas seluruh orang tua murid yang anaknya aktif mengikuti pembelajaran secara tatap muka (*onsite*) di *Little Star Course* Surabaya. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh dengan jumlah responden sebanyak 81 orang. Data dikumpulkan melalui

kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis dengan metode regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid. Selain itu, ketiga variabel tersebut secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan citra lembaga, penyediaan layanan pendidikan yang berkualitas, serta peningkatan *perceived value* merupakan strategi yang penting dalam meningkatkan kepuasan orang tua pada lembaga bimbingan belajar.

Kata Kunci: Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan, *Perceived Value*, Kepuasan Orang Tua Murid

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan faktor fundamental dalam pembangunan bangsa karena berperan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia sebagai modal utama dalam menghadapi persaingan global. Meskipun pemerintah telah menjadikan pendidikan sebagai prioritas pembangunan nasional, kualitas pendidikan di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kesenjangan mutu pendidikan, perbedaan kualitas satuan pendidikan, serta meningkatnya tuntutan akademik yang harus dipenuhi peserta didik. Kondisi tersebut tercermin dari hasil *Programme for International Student Assessment (PISA)* tahun 2022 yang menempatkan Indonesia pada peringkat 69 dari 81 negara dalam kemampuan literasi membaca, matematika, dan sains (Latifah, 2024). Oleh karena itu, pendidikan nonformal, khususnya bimbingan belajar, menjadi salah satu alternatif yang berperan sebagai pelengkap pendidikan formal dalam membantu siswa memenuhi kebutuhan belajar yang semakin kompleks (Madhakomala et al., 2022; Fransisca, 2025).

Perkembangan pendidikan berbasis *Cambridge Curriculum* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dan telah diterapkan di berbagai lembaga pendidikan. Kurikulum ini dinilai mampu meningkatkan kemampuan berpikir kritis, penguasaan bahasa Inggris, serta daya saing global peserta didik (Adilah, 2023; Riza et al., 2025). Meningkatnya jumlah sekolah yang menerapkan kurikulum internasional juga berdampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan bimbingan belajar yang mampu mendukung keberhasilan akademik siswa. Kondisi tersebut mendorong persaingan yang semakin ketat di antara lembaga bimbingan belajar sehingga setiap lembaga dituntut untuk memberikan layanan yang berkualitas dan mampu memenuhi harapan orang tua sebagai pelanggan utama.

Dalam industri jasa pendidikan, kepuasan orang tua merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu lembaga. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja layanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki. Kepuasan orang tua murid menjadi aspek yang sangat penting karena orang tua merupakan pihak yang berperan sebagai pengambil keputusan dalam pemilihan lembaga pendidikan serta pihak yang secara langsung mengevaluasi kualitas layanan yang diterima oleh anaknya.

Dalam konteks bimbingan belajar, kepuasan orang tua tidak hanya dipengaruhi oleh hasil akademik anak, tetapi juga oleh kualitas pembelajaran, komunikasi dengan orang tua, perhatian pengajar, kenyamanan layanan, serta manfaat yang dirasakan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Kepuasan yang tinggi tidak hanya mendorong loyalitas pelanggan, tetapi juga menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif sehingga berkontribusi terhadap keberlanjutan lembaga pendidikan (Wijaya, 2022). Oleh karena itu, identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan orang tua menjadi penting

sebagai dasar bagi lembaga pendidikan dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan.

Dalam upaya mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa variabel utama, seperti citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value*. Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan orang tua adalah citra lembaga. Menurut Alifahmini (2005) dalam Ekawarna et al. (2021), citra lembaga merupakan persepsi, keyakinan, dan kesan yang terbentuk dalam benak masyarakat terhadap suatu lembaga berdasarkan pengalaman maupun informasi yang diterima. Dalam konteks pendidikan, citra lembaga mencerminkan reputasi, kredibilitas, profesionalitas, dan kualitas layanan yang diasosiasikan dengan lembaga tersebut. Citra yang positif akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong terbentuknya kepuasan orang tua terhadap layanan yang diterima. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun orang tua siswa (Wijaya, 2022; Natalia et al., 2024; Pujiati et al., 2024(2024)).

Selain citra lembaga, kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dalam konteks pendidikan, kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan lembaga dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui layanan yang andal, kejelasan informasi yang diberikan, responsif, fasilitas belajar yang nyaman, serta didukung oleh tenaga pendidik dan staf administrasi yang profesional (Ekawarna et al., 2021). Beberapa penelitian terdahulu seperti Wijaya (2022), Triwijayanti et al. (2022), Ekawarna et al. (2021), Pujiati et al. (2024), Natalia et al. (2024), Utama et al. (2024), Nurlailiyah (2025), Sihaloho et al. (2023), Slamet (2024) dan Arigata et al. (2022) secara konsisten menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa pada lembaga pendidikan.

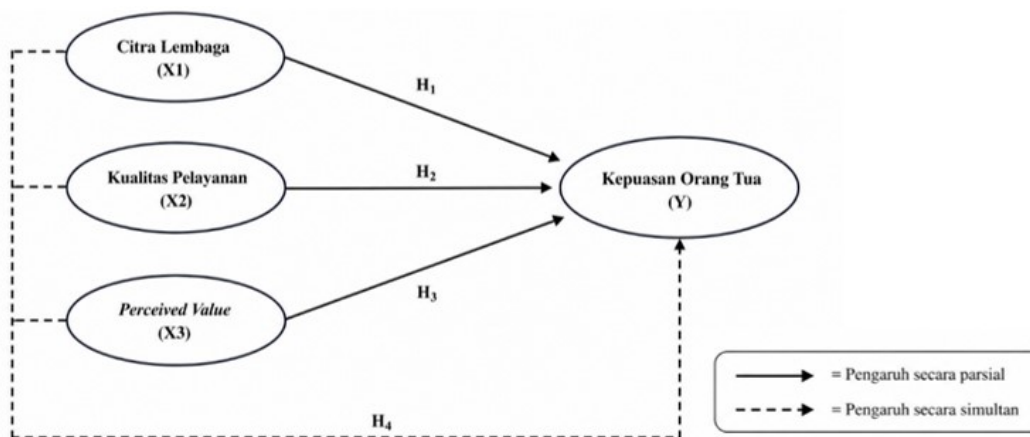
Faktor lain yang turut memengaruhi kepuasan orang tua adalah *perceived value*. Menurut Zeithaml (1998), *perceived value* merupakan penilaian menyeluruh pelanggan terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya, waktu, dan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu layanan. Dalam konteks pendidikan, orang tua tidak hanya mempertimbangkan biaya pendidikan, tetapi juga mengevaluasi manfaat yang diperoleh, seperti peningkatan prestasi akademik anak, kualitas pembelajaran, kenyamanan lingkungan belajar, serta perkembangan kompetensi siswa. Semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Penelitian oleh Desianti et al. (2021), Tukiran et al. (2021), Tran (2020) dan Mardjuki et al. (2023) menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam layanan jasa dan pendidikan.

Little Star Course Surabaya merupakan salah satu lembaga bimbingan belajar yang menawarkan program pembelajaran berbasis *Cambridge Curriculum* dengan konsep kelas *semi-private* dan *bilingual* bagi siswa mulai jenjang *Primary* hingga *Upper Secondary*. Keunggulan tersebut menjadikan Little Star Course memiliki posisi yang cukup kompetitif dalam industri pendidikan nonformal di Surabaya. Dalam beberapa tahun terakhir jumlah siswa mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Fenomena ini menunjukkan adanya indikasi kepuasan yang relatif tinggi sekaligus menjadi tantangan bagi lembaga untuk memastikan bahwa orang tua sebagai pengambil keputusan utama merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Namun demikian, peningkatan tersebut belum tentu mencerminkan tingkat kepuasan orang tua secara menyeluruh sehingga masih diperlukan pengukuran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan orang tua murid di Little Star Course Surabaya.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* terhadap kepuasan pelanggan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada lembaga pendidikan formal. Penelitian pada lembaga bimbingan belajar berbasis

Cambridge Curriculum, khususnya yang menguji ketiga variabel tersebut secara simultan terhadap kepuasan orang tua, masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* terhadap kepuasan orang tua murid di bimbingan belajar Little Star Course Surabaya. Secara ringkas, peneliti menggambarkan keseluruhan variabel dalam penelitian ini dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

Sesuai dengan kerangka konsep tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁: Citra lembaga (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid (Y) di bimbingan belajar Little Star Course Surabaya.
- H₂: Kualitas pelayanan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid (Y) di bimbingan belajar Little Star Course Surabaya.
- H₃: *Perceived value* (X₃) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid (Y) di bimbingan belajar Little Star Course Surabaya.
- H₄: Citra lembaga (X₁), kualitas pelayanan (X₂) dan *perceived value* (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid (Y) di bimbingan belajar Little Star Course Surabaya.

Adapun indikator dari masing-masing variabel dijabarkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Indikator Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Citra Lembaga (X ₁)	Kekuatan (<i>strength</i>)	Sondakh (2014)
	Keunikan (<i>uniqueness</i>)	
	Kesukaan (<i>favourable</i>)	
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Kotler dan Keller (2016)
	Keandalan (<i>reliability</i>)	
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	
	Jaminan (<i>assurance</i>)	
	Perhatian (<i>empathy</i>)	
<i>Perceived Value</i> (X ₃)	Nilai Ekonomi (<i>Economic Value</i>)	Tukiran et al. (2021)
	Nilai Emosional (<i>Emotional Value</i>)	
	Nilai Epistemik (<i>Epistemic Value</i>)	
Kepuasan Orang Tua (Y)	Kesesuaian harapan	Wijaya (2022)
	Minat berkunjung kembali	
	Kesediaan merekomendasikan	

METODE

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* terhadap kepuasan orang tua murid melalui analisis statistik. Penelitian asosiatif digunakan untuk menjelaskan hubungan dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2019).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Little Star Course Surabaya yang berlokasi di Surabaya Timur. Lembaga ini dipilih karena menerapkan kurikulum *Cambridge* dengan sistem pembelajaran *semi-private* dan *bilingual* serta telah berpengalaman menyelenggarakan pembelajaran kurikulum internasional selama 10 tahun. Penelitian dilaksanakan pada Januari hingga Juni 2026.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh orang tua murid yang anaknya aktif mengikuti pembelajaran secara tatap muka (*onsite*) di Little Star Course Surabaya dengan masa belajar minimal enam bulan. Kriteria tersebut ditetapkan agar responden memiliki pengalaman yang memadai dalam menilai citra lembaga, kualitas pelayanan, *perceived value*, dan kepuasan. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh (*saturated sampling*), yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 81 responden.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada orang tua murid Little Star Course Surabaya, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen internal lembaga, buku, website, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta literatur yang relevan untuk mendukung penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form*. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang dikembangkan dari teori dan penelitian terdahulu mengenai citra lembaga, kualitas pelayanan, *perceived value*, dan kepuasan orang tua murid. Pengukuran menggunakan skala Likert lima poin yang terdiri atas Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 30. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, uji kualitas instrumen yang terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, dilanjutkan dengan uji *t* untuk menguji pengaruh parsial, uji *F* untuk menguji pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 81 orang tua murid yang memenuhi kriteria penelitian. Seluruh kuesioner yang disebarkan telah kembali dan seluruh data dinyatakan layak untuk dianalisis. Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki – laki	13 orang	16,0 %
2.	Perempuan	68 orang	84,0 %
TOTAL		81 orang	100 %

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 68 orang atau 84,0%. Komposisi ini menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Dalam konteks penelitian ini, kondisi tersebut relevan karena ibu umumnya memiliki peran yang lebih aktif dalam mendampingi proses belajar anak serta berkomunikasi dengan lembaga pendidikan serta memantau perkembangan akademik anak.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	< 30 tahun	5 orang	6,2 %
2.	30 – 40 tahun	50 orang	61,7 %
3.	41 – 50 tahun	19 orang	23,5 %
4.	> 50 tahun	7 orang	8,6 %
TOTAL		81 orang	100 %

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 30–40 tahun sebanyak 50 orang (61,7%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif yang berperan aktif dalam pengambilan keputusan pendidikan anak.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	SMA / Sederajat	4 orang	4,9 %
2.	Diploma (D3)	7 orang	8,6 %
3.	Sarjana (S1)	65 orang	80,2 %
4.	Pascasarjana (S2/S3)	5 orang	6,2 %
TOTAL		81 orang	100 %

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir Sarjana (S1) sebanyak 65 orang (80,2%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua murid Little Star Course Surabaya memiliki latar belakang pendidikan yang relatif tinggi, khususnya pada jenjang pendidikan tinggi sehingga cenderung memiliki ekspektasi yang lebih jelas terhadap kualitas lembaga pendidikan.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Ibu Rumah Tangga	25 orang	30,9 %
2.	Karyawan Swasta	5 orang	6,2 %
3.	Pegawai Negeri	3 orang	3,7 %
4.	Wiraswasta	48 orang	59,3 %
TOTAL		81 orang	100 %

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 48 orang (59,3%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua murid Little Star Course Surabaya berasal dari latar belakang pekerjaan wiraswasta yang cenderung memiliki pertimbangan yang cukup rasional dalam menilai suatu layanan.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

No	Pendapatan per Bulan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp 10.000.000	16 orang	19,8 %
2.	Rp 10.000.000 – Rp 20.000.000	18 orang	22,2 %
3.	> Rp 20.000.000	47 orang	58,0 %
TOTAL		81 orang	100 %

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan rata-rata per bulan di atas Rp 20.000.000 sebanyak 47 orang (58,0%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua murid Little Star Course Surabaya berasal dari kelompok ekonomi menengah ke atas yang memiliki ekspektasi cukup tinggi terhadap kualitas layanan pendidikan.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Anak yang Mengikuti Les di Little Star Course

No	Lama Les di Little Star Course	Jumlah	Persentase
1.	6 – 12 bulan	8 orang	9,9 %
2.	1 – 2 tahun	19 orang	23,5 %
3.	2 – 3 tahun	36 orang	44,4 %
4.	> 3 tahun	18 orang	22,2 %
TOTAL		81 orang	100 %

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa mayoritas responden telah mengikuti les di Little Star Course selama 2–3 tahun sebanyak 36 orang (44,4%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman yang cukup lama dalam menggunakan layanan pendidikan di Little Star Course Surabaya.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Anak yang Mengikuti Les di Little Star Course

No	Jenjang Pendidikan Anak	Jumlah	Persentase
1.	Primary (Sekolah Dasar)	34 orang	42,0 %
2.	Lower Secondary (SMP)	38 orang	46,9 %
3.	Upper Secondary (SMA)	9 orang	11,1 %
TOTAL		81 orang	100 %

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui bahwa mayoritas anak responden berada pada jenjang *Lower Secondary* (SMP) sebanyak 38 orang (46,9%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar anak yang mengikuti les di Little Star Course Surabaya berada pada jenjang pendidikan dasar dan menengah pertama yang membutuhkan pemahaman akademik yang lebih mendalam.

Uji Validitas

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Lembaga (X₁)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1.1	0.642	0,2185	Valid
X1.2	0.569	0,2185	Valid
X1.3	0.608	0,2185	Valid
X1.4	0.604	0,2185	Valid
X1.5	0.591	0,2185	Valid
X1.6	0.617	0,2185	Valid
X1.7	0.700	0,2185	Valid
X1.8	0.704	0,2185	Valid
X1.9	0.611	0,2185	Valid

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 9, diketahui bahwa seluruh nilai r-hitung pada setiap indikator variabel citra lembaga (X₁) lebih besar daripada nilai r-tabel yaitu sebesar 0,2185 sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) (setelah drop out)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X2.1	0.644	0,2185	Valid
X2.2	0.655	0,2185	Valid
X2.3	0.545	0,2185	Valid
X2.4	0.522	0,2185	Valid
X2.5	0.476	0,2185	Valid
X2.7	0.491	0,2185	Valid
X2.8	0.630	0,2185	Valid
X2.9	0.680	0,2185	Valid
X2.10	0.611	0,2185	Valid
X2.11	0.649	0,2185	Valid
X2.12	0.696	0,2185	Valid
X2.13	0.634	0,2185	Valid
X2.14	0.582	0,2185	Valid
X2.15	0.647	0,2185	Valid
X2.16	0.623	0,2185	Valid
X2.17	0.667	0,2185	Valid
X2.18	0.618	0,2185	Valid
X2.19	0.682	0,2185	Valid

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 10 di atas, terlihat bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X₂) setelah dilakukan *drop out* pada X2.6 menunjukkan nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,2185 sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Value* (X₃) (setelah drop out)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X3.1	0.705	0,2185	Valid
X3.2	0.569	0,2185	Valid
X3.4	0.581	0,2185	Valid
X3.5	0.778	0,2185	Valid

X3.6	0.779	0,2185	Valid
------	-------	--------	-------

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 11 di atas, terlihat bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *perceived value* (X₃) setelah dilakukan *drop out* pada X3.3 menunjukkan nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,2185 sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Orang Tua (Y)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y.1	0.618	0,2185	Valid
Y.2	0.591	0,2185	Valid
Y.3	0.709	0,2185	Valid
Y.4	0.732	0,2185	Valid
Y.5	0.636	0,2185	Valid
Y.6	0.572	0,2185	Valid

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 12, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan orang tua (Y) memiliki nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel sebesar 0,2185 sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Minimum	Keterangan
X ₁	0,808	0,6	Reliabel
X ₂	0.902	0,6	Reliabel
X ₃	0.747	0,6	Reliabel
Y	0,715	0,6	Reliabel

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 13, diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar daripada 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau handal. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila pernyataan diajukan secara berulang hasilnya akan konsisten.

Uji Normalitas

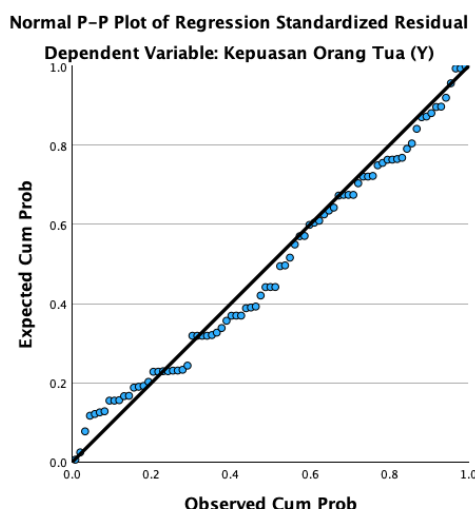
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.85815140
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.075
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual pada model regresi berdistribusi normal sehingga data dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda. Selain menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, penelitian ini juga didukung dengan grafik P-P Plot untuk melihat penyebaran data secara visual.



(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data residual pada model regresi menyebar secara normal sehingga model penelitian telah memenuhi syarat uji normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 15. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.837	1.164		1.578	.119		
	Citra Lembaga (X1)	.240	.070	.360	3.440	<.001	.176	5.679
	Kualitas Pelayanan (X2)	.120	.036	.369	3.340	.001	.158	6.328
	Perceived Value (X3)	.236	.080	.241	2.963	.004	.293	3.410
a. Dependent Variable: Kepuasan Orang Tua (Y)								

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 15, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi penelitian. Artinya, variabel citra lembaga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan *perceived value* (X_3) memiliki karakteristik pengukuran yang berbeda dan tidak saling tumpang tindih dalam mengukur kepuasan orang tua murid.

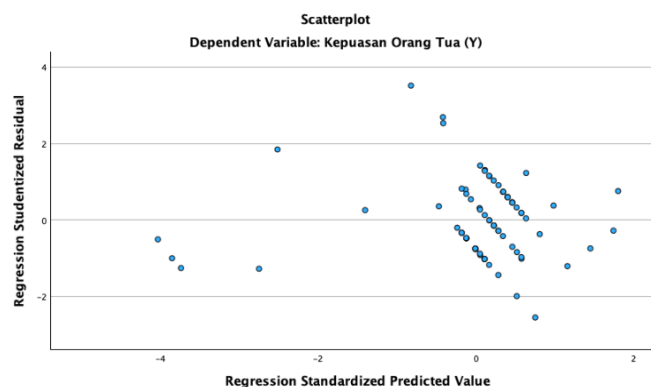
Uji Heteroskedastisitas

Tabel 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.731	.710		2.437	.017
	Citra Lembaga (X_1)	-.004	.043	-.024	-.091	.927
	Kualitas Pelayanan (X_2)	-.020	.022	-.260	-.922	.359
	Perceived Value (X_3)	.031	.049	.131	.633	.529
a. Dependent Variable: Abs_Res						

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan hasil Uji Glejser, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda. Selain menggunakan Uji Glejser, penelitian ini juga didukung dengan analisis grafik *Scatterplot* untuk melihat pola penyebaran residual secara visual.



(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Gambar 3. Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *Scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 17. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.837	1.164		1.578	.119
	Citra Lembaga (X1)	.240	.070	.360	3.440	<.001
	Kualitas Pelayanan (X2)	.120	.036	.369	3.340	.001
	Perceived Value (X3)	.236	.080	.241	2.963	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Orang Tua (Y)

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan tabel di atas, uji regresi linear berganda dapat dijelaskan dalam persamaan berikut:

$$Y = 1,837 + 0,240X_1 + 0,120X_2 + 0,236X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Orang Tua

X₃ = *Perceived Value*

X₁ = Citra Lembaga

e = error (faktor lain di luar model)

X₂ = Kualitas Pelayanan

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel citra lembaga ($\beta = 0,240$; $p < 0,001$), kualitas pelayanan ($\beta = 0,120$; $p = 0,001$), dan *perceived value* ($\beta = 0,236$; $p = 0,004$) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* akan diikuti oleh peningkatan kepuasan orang tua murid di Little Star Course.

Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients Beta*, kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan orang tua ($\beta = 0,369$), diikuti oleh citra lembaga ($\beta = 0,360$) dan *perceived value* ($\beta = 0,241$).

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 18. Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.837	1.164		1.578	.119
	Citra Lembaga (X1)	.240	.070	.360	3.440	<.001
	Kualitas Pelayanan (X2)	.120	.036	.369	3.340	.001
	Perceived Value (X3)	.236	.080	.241	2.963	.004

b. Dependent Variable: Kepuasan Orang Tua (Y)

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Dasar pengambilan keputusan pada uji statistik t dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (sig.) atau nilai t hitung. Apabila nilai signifikansi (p) $< 0,05$ atau nilai t hitung (t) $> t$ tabel, maka hipotesis dinyatakan diterima. Dengan jumlah responden sebanyak 81 orang, derajat kebebasan (df) sebesar 77, dan taraf signifikansi 0,05, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,990.

Hasil uji t menunjukkan bahwa citra lembaga ($t = 3,440$; $p = 0,001$), kualitas pelayanan ($t = 3,340$; $p = 0,001$), dan *perceived value* ($t = 2,963$; $p = 0,004$) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid. Dengan demikian, hipotesis H_1 , H_2 , dan H_3 diterima.

Uji Hipotesis (Uji F)

Tabel 19. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337.086	3	112.362	146.856	<.001 ^b
	Residual	58.914	77	.765		
	Total	396.000	80			

a. Dependent Variable: Kepuasan Orang Tua (Y)

b. Predictors: (Constant), Perceived Value (X3), Citra Lembaga (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 19, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar $< 0,001$ lebih kecil dari 0,05. Selain itu, diperoleh nilai F hitung sebesar 146,856 lebih besar daripada F tabel sebesar 2,721. Berdasarkan hasil tersebut, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra lembaga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan *perceived value* (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid (Y) di *Little Star Course* Surabaya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 20. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 ^a	.851	.845	.87471

a. Predictors: (Constant), Perceived Value (X3), Citra Lembaga (X1), Kualitas Pelayanan (X2)
b. Dependent Variable: Kepuasan Orang Tua (Y)

(Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 30, 2026)

Berdasarkan Tabel 20, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,851 menunjukkan bahwa sebesar 85,1 % variasi kepuasan orang tua murid dapat dijelaskan oleh variabel citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* secara bersama-sama. Sedangkan sisanya sebesar 14,9 % dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Citra Lembaga terhadap Kepuasan Orang Tua Murid di Bimbingan Belajar *Little Star Course*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid di *Little Star Course* Surabaya, sehingga H_1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik citra lembaga yang dimiliki *Little Star Course*, maka semakin tinggi tingkat kepuasan orang tua murid. Menurut Alma (2013), citra merupakan kesan yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap suatu objek. Dalam penelitian ini, citra positif *Little Star Course* dibangun melalui penerapan kurikulum *Cambridge*, pengajar yang berpengalaman, sistem pembelajaran *semi-*

private, kelas *bilingual*, materi yang disesuaikan dengan kebutuhan siswa, serta nama lembaga yang mudah diingat. Berbagai upaya tersebut membentuk persepsi positif orang tua terhadap Little Star Course sehingga lembaga ini dipandang memiliki kualitas yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan belajar anak. Persepsi positif tersebut menjadi salah satu pertimbangan orang tua dalam memilih Little Star Course sebagai tempat bimbingan belajar, yang pada akhirnya turut meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima.

Secara empiris, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian pada kategori setuju dan sangat setuju terhadap variabel citra lembaga. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong (2005) dalam Sondakh (2014) yang menyatakan bahwa citra lembaga dibentuk melalui indikator *strength*, *uniqueness*, dan *favourable*. Indikator tersebut tercermin melalui penerapan kurikulum *Cambridge*, metode pembelajaran yang sistematis dan personal, konsep *semi-private*, kelas *bilingual*, tenaga pengajar yang berpengalaman, serta reputasi positif Little Star Course sebagai lembaga bimbingan belajar.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekawarna et al. (2021), Wijaya (2022), Pujiati et al. (2024), dan Natalia et al. (2024), yang menemukan bahwa citra lembaga atau citra sekolah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun orang tua siswa. Dengan demikian, citra lembaga menjadi salah satu faktor penting yang perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan orang tua murid di Little Star Course Surabaya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Orang Tua Murid di Bimbingan Belajar *Little Star Course*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid di Little Star Course Surabaya, sehingga H_2 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Little Star Course, maka semakin tinggi tingkat kepuasan orang tua murid.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu lembaga dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan. Pada konteks pendidikan, kualitas pelayanan tidak hanya mencakup proses pembelajaran, tetapi juga meliputi kompetensi tutor, komunikasi dengan orang tua, fasilitas belajar, serta kemampuan lembaga dalam memberikan perhatian terhadap perkembangan siswa.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian pada kategori setuju dan sangat setuju terhadap variabel kualitas pelayanan. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dibentuk melalui lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dimensi tersebut tercermin melalui fasilitas pembelajaran yang memadai, kompetensi tenaga pengajar, ketepatan dan kecepatan pelayanan, komunikasi yang baik, serta perhatian terhadap kebutuhan setiap siswa. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan orang tua berdasarkan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,369.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Wijaya (2022), Triwijayanti et al. (2022), Ekawarna et al. (2021), Pujiati et al. (2024), Natalia et al. (2024), Utama et al. (2024), Nurlailiyah (2025), Sihalohe et al. (2023), Slamet (2024), dan Arigata et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun orang tua siswa. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan oleh Little Star Course guna meningkatkan kepuasan orang tua murid.

Pengaruh Perceived Value terhadap Kepuasan Orang Tua Murid di Bimbingan Belajar *Little Star Course*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid di Little Star Course Surabaya, sehingga H₃ diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *perceived value* yang dirasakan orang tua terhadap layanan Little Star Course, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan orang tua murid.

Menurut Tukiran et al. (2021), *perceived value* merupakan evaluasi pelanggan terhadap perbandingan antara manfaat yang diperoleh dan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu layanan. Dalam penelitian ini, *perceived value* tercermin dari penilaian orang tua bahwa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan kualitas pembelajaran, perkembangan akademik siswa, pengalaman belajar, serta manfaat yang diperoleh selama mengikuti pembelajaran di Little Star Course. Kondisi tersebut membentuk persepsi positif sehingga meningkatkan kepuasan orang tua terhadap layanan yang diberikan.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian pada kategori setuju dan sangat setuju terhadap variabel *perceived value*. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Gupta dan Lehmann (2006) serta Barnes (2007) dalam Tukiran et al. (2021) yang menyatakan bahwa *perceived value* dibentuk melalui indikator *economic value*, *emotional value*, dan *epistemic value*. Ketiga indikator tersebut tercermin melalui kesesuaian biaya dengan manfaat yang diperoleh, kenyamanan selama proses pembelajaran, serta peningkatan pengetahuan dan perkembangan akademik siswa setelah mengikuti pembelajaran di Little Star Course.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Tukiran et al. (2021), Desianti et al. (2021), Tran (2020), dan Mardjuki et al. (2023) yang menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun orang tua pada layanan pendidikan. Dengan demikian, *perceived value* menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh Little Star Course guna menjaga dan meningkatkan kepuasan orang tua murid.

Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Orang Tua Murid di Bimbingan Belajar *Little Star Course*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid di Little Star Course Surabaya, sehingga H₄ diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu meningkatkan kepuasan orang tua murid.

Secara teoritis, kepuasan pelanggan terbentuk ketika layanan yang diterima mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Dalam konteks pendidikan, kepuasan orang tua tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value*. Dalam penelitian ini, orang tua menilai Little Star Course secara menyeluruh, meliputi reputasi lembaga, kualitas layanan pembelajaran, serta manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Ketika ketiga aspek tersebut mampu memenuhi harapan orang tua, maka kepuasan orang tua murid akan meningkat.

Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,851, yang berarti bahwa 85,1% variasi kepuasan orang tua murid dapat dijelaskan oleh citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value*, sedangkan 14,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki kontribusi yang sangat kuat dalam menjelaskan kepuasan orang tua murid di Little Star Course Surabaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Triwijayanti et al. (2022), Pujiati et al. (2024), Natalia et al. (2024), Ekawarna et al. (2021), dan Wijaya (2022) yang menunjukkan

bahwa citra lembaga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua. Temuan ini juga didukung oleh Tran (2020) serta Mardjuki et al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan *perceived value* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* merupakan faktor penting yang perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan orang tua murid di Little Star Course.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa citra lembaga, kualitas pelayanan, dan *perceived value* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid di Little Star Course Surabaya. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid. Di antara ketiga variabel tersebut, kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan orang tua. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan orang tua tidak hanya dipengaruhi oleh reputasi lembaga, tetapi juga oleh kualitas layanan yang diberikan serta kesesuaian antara manfaat yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, Little Star Course perlu mempertahankan citra lembaga, terus meningkatkan kualitas pelayanan, serta memberikan nilai manfaat yang optimal agar kepuasan orang tua murid tetap terjaga dan semakin meningkat sekaligus memperkuat daya saing lembaga pendidikan nonformal.

REFERENSI

- Adilah, N. et al. (2023). Analisis Implementasi Kurikulum Cambridge pada salah satu Sekolah Internasional di Jakarta. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pembelajaran*, 02(01), 48–64.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (10th ed.). Alfabeta.
- Arigata, I. M. D., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). The Effect of Service Quality, Price Perception, and Trust on Parents' Satisfaction at Kartika Mandala Kindergarten in Denpasar. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 5(1), 112–121. <https://doi.org/10.32535/ijthap.v5i1.1412>
- Desianti, et al. (2021). Managing Parent Satisfaction of Public Elementary School on Effect of Expectation and Perceived Value. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 251–265. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i4.181>
- Ekawarna, E., Denmar, D., & Wibawa, D. E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Citra. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(2), 131–141.
- Fransisca, L. (2025). The Influence of Customer Experience, Service Quality, and Customer Satisfaction on Parental Choice of Splus Education. *Journal of Management, Economic and Financial*, 7(2), 33–48.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Latifah, A. (2024). Analisis Kemampuan Numerasi Berdasarkan Kemampuan Awal Matematika pada Siswa Kelas V SD Negeri Sitibentar Tahun Ajaran 2023/2024. *Kalam Cendekia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 12.
- Madhakomala, R., Hakim, M. A., & Syifauzzuhrah, N. (2022). Problems of Education in Indonesia and Alternative Solutions. *International Journal of Business, Law, and Education*, 3(3), 135–144. <https://doi.org/10.56442/ijble.v3i3.64>
- Mardjuki, B., Pradiani, T., Fathorrahman. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Vio Optical Clinic Harapan Indah Bekasi. *Journal of Economics and Business UBS*. 12(1), 517–538.

- Natalia, D., Rachmawati, I. K., Rachmawati, I. K., & Handoko, Y. (2024). Pengaruh Citra Sekolah, Kualitas Pelayanan dan Budaya Sekolah terhadap Kepuasan Orangtua di PKBM Alfa Omega Sekolah Kania, Tangerang. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 5(8), 601–622. <https://doi.org/10.59141/japendi.v5i8.3194>
- Nurlailiyah, S. (2025). The Influence of Price, Facilities, and Service Quality on Parental Satisfaction (at Nurul Huda Elementary School in Surabaya City). *International Journal of Environmental, Sustainability and Social Science*, 6(5), 1116–1128.
- Pujiati, H., Widana, I. D. K. K., & Yusnaldi, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek, Biaya Pendidikan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa. Kompleksitas : *Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(2), 68–79. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol13no2.657>
- Riza, M., Slamet, I., & Pramudya, I. (2025). Analysis of Cambridge Curriculum Implementation in Mathematics Learning in Indonesia: A Systematic Literature Review. *Al-TA'DIB: Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan*, 18(1), 1–20. <https://doi.org/10.31332/atdbwv18i1.10728>
- Sihaloho, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Orang Tua Murid di SD Yos Sudarso III Batam. *Tracter Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), 173–186.
- Slamet, Y. (2024). The Influence of Educational Service Quality on Parent and Student Satisfaction in Private High School “X”, Bandung City. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 3(10). <https://doi.org/10.55324/ijoms.v3i10.941>
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 19–32. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/7525>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tran, V. D. (2020). Impact of Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions: Evidence from Convenience Stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 517–526.
- Triwijayanti, N., Sanoto, H., Paseleng, M., & Kristen Satya Wacana Salatiga, U. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan, Budaya Sekolah, Citra Sekolah terhadap Kepuasan Orang Tua. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 12(1), 74–80.
- Tukiran, M., Tan, P. H. P., & Sunaryo, W. (2021). *Obtaining Customer Satisfaction by Managing Customer Expectation, Customer Perceived Quality and Perceived Value. Uncertain Supply Chain Management*, 9(2), 481–488. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.1.003>
- Utama, I., Karnawati, T. A., & Handarini, D. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word of Mouth melalui Kepuasan Orang Tua sebagai Variabel Intervening pada Kidsstar Preschool di Kota Makassar. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 5(9), 687–700. <https://doi.org/10.59141/japendi.v5i9.3307>
- Wijaya, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga terhadap Word of Mouth dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Lembaga Belajar Dipa Learning Center Di Kota Malang. *Jurnal Buletin Ekonomi*, 3(2), 1–86.
- Zeithaml, V. A. (1998). Customer Perception of Price, Quality and Value: A Means-end Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.