

# PELANGGAN DAN KEPUASAN

Candra Wijaya<sup>1</sup> Aziza.S<sup>2</sup> Wirda Hasanah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Dosen FITK UIN Sumatera Utara Medan

<sup>2,3</sup>Mahasiswa Pascasarjana FITK UIN Sumatera Medan

## Abstrak

*The customer is someone who has an important role that can have a positive impact on the organization. Therefore, customers must be privileged by providing what customers expect can be fulfilled. There are 7 factors that affect customer satisfaction, namely: a). Score; b) Competitiveness; c) customer perception; d) Price; e) Imagery; f) Service phase; g) Moment of service; h) The level of customer interest. Customer satisfaction as a state of fulfilling customer needs, in the sense that everything needed can be received in accordance with the desired criteria. The higher the capacity needs are met, the higher the satisfaction it receives. If quality is the desire to satisfy and satisfaction is a sense of pleasure and disappointment over the performance of a product or service produced, then if the quality of service compared with the level of satisfaction obtained a relationship that customer satisfaction with service quality if met will result in acceptance or rejection of service. In other words, it causes satisfaction and dissatisfaction.*

**Kata Kunci:** *Customers and Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Pada hakikatnya pendidikan merupakan suatu upaya mewariskan nilai, yang akan menjadi penolong dan penuntun umat manusia dalam menjalani kehidupannya dan sekaligus untuk memperbaiki nasib serta peradaban umat manusia. Era digitalisasi ini semakin memberikan dampak pada ketatnya persaingan dalam lapangan kerja dan semakin menuntut lulusan dari suatu lembaga pendidikan yang bermutu. Selain dampak dari perkembangan digitalisasi, hal ini juga merupakan implikasi globalisasi dalam pendidikan yaitu adanya deregulasi yang memungkinkan peluang negara asing membuka lembaga pendidikan di Indonesia. Oleh karena itu persaingan antar lembaga pendidikan dan pasar kerja akan semakin berat.

Mengantisipasi perubahan-perubahan yang begitu cepat dan tantangan yang semakin besar, maka lembaga pendidikan semakin meningkatkan kualitas mutu pendidikan. Mutu pendidikan dapat dilihat dari kepuasan pelanggan dalam menerima jasa pendidikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu harapan dan keinginan sesuai dengan atau lebih dari yang diterima dari layanan jasa pendidikan.

## KAJIAN TEORI

### Definisi Pelanggan Dan Kepuasan

#### 1. Pelanggan

Setiap orang adalah pelanggan. Pelanggan adalah setiap orang, unit, atau pihak dengan siapa kita bertransaksi, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk. (Kotler, 2003:23). "Customer satisfaction is the result of your customer perceiving that your organization has met or exceeded his or her expectations regarding overall conduct and key performance criteria (which you have identified as being critical)", (Terry: 2002:19).

Gasperz (1997:33) memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu:

- a. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung kepada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.
- b. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya.
- c. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.
- d. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang tidak dapat dihapuskan.

Musanto (2004:123-136), Pelanggan (Customer) berbeda dengan konsumen (Consumer), seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli atau konsumen.

Dari beberapa pengertian di atas tentang pelanggan, maka disimpulkan bahwa pelanggan adalah seseorang yang memiliki peran penting yang dapat memberi dampak positif bagi organisasi. Maka dari itu, pelanggan harus diistimewakan dengan memberikan apa yang diharapkan pelanggan bisa terpenuhi dan pelanggan pun merasa puas.

Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, Nina Rahmayanty (2010:23-24) mengatakan perlu terlebih dahulu diidentifikasi jenis-jenis pelanggan.

- a. Pelanggan Internal, adalah orang-orang di dalam organisasi yang pelayanannya tergantung pada anda dan hanya memiliki sedikit pilihan atau tidak memiliki pilihan sama sekali untuk menerima pelayanan dari anda.
- b. Pelanggan eksternal, adalah orang-orang di luar organisasi/perusahaan yang pelayanannya tergantung pada anda dan berbisnis dengan anda karena pilihan mereka sendiri.

Bila konsep tentang pelanggan di atas dibandingkan pada dunia pendidikan, maka uraiannya adalah sebagai berikut :

- a. Pelanggan Internal, Pada sekolah pelanggan internal yang dimaksud adalah peserta didik, guru, karyawan dan kepala sekolah. Disebut sebagai pelanggan internal adalah karena pelanggan ikut berproses secara langsung menghasilkan output sekolah.
- b. Pelanggan eksternal, Dalam hal pendidikan pelanggan eksternal sekolah adalah orang tua, masyarakat dan pengguna lulusan. Dikatakan pelanggan eksternal adalah karena pelanggan hanya merasakan dampak atau output sekolah tanpa mengikuti proses berlangsung.

## 2. KEPUASAN

Menurut Ekowati (2008:5) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk/jasa yang dipikirkannya terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Selanjutnya, Menurut Tjiptono (2004:23) kepuasan konsumen adalah evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak dengan tujuan/pemakaiannya. Musanto (2004:123) menyatakan kepuasan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Konsumen yang puas akan membeli produk lain yang dijual oleh institusi, sekaligus menjadi pemasar yang efektif melalui *word of mouth* yang bernada positif. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja yang diterima dan yang diharapkan, 5 (lima) faktor utama yang harus diperhatikan oleh institusi yaitu; (1) kualitas pelayanan, (2) kualitas produk (3) emosional konsumen (4) harga dan (5) biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu jasa cenderung puas terhadap jasa tersebut.

## PEMBAHASAN

### Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan sekolah akan merasa puas terhadap pelayanan kepala sekolah ketika harapan atau keinginannya terpenuhi. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Rangkuty (2002:30), terdapat 7 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu : a). Nilai; b) Daya saing; c) Persepsi pelanggan; d) Harga; e) Citra; f) Tahap pelayanan; g) Momen pelayanan; h) Tingkat kepentingan pelanggan.

Bila dijabarkan hubungannya dengan kepuasan pelanggan sekolah adalah sebagai berikut:

- a. Nilai, merupakan manfaat atau hasil yang diperoleh dari suatu produk atau jasa menurut persepsi pelanggan. Produk atau jasa yang dinikmati akan

memberikan nilai tersendiri bagi pelanggan yang menggunakannya. Jika pelanggan merasakan pelayanan sekolah sesuai dengan keinginan atau harapan, maka pelanggan memperoleh nilai yang sesuai dengan harapannya. Karena belum tentu pelanggan menganggap produk atau jasa yang diberikan sekolah bernilai sesuai keinginannya.

- b. Daya saing, pelayanan sekolah harus memiliki daya saing dengan produk jasa lainnya, karena jika pelayanan yang diberikan tidak memiliki daya saing, maka dikhawatirkan pelanggan kecewa, tidak puas dan bisa beralih ke produk lainnya.
- c. Persepsi pelanggan, hal ini berkaitan dengan persepsi pelanggan yang menerima pelayanan sekolah, ketika pelanggan mendapatkan pelayanan bagus di sekolah maka persepsi pelanggan akan berkorban sesuai dengan pelayanan yang diperoleh
- d. Harga, biasanya pelanggan akan merasa puas jika harga yang dikeluarkan dan pelayanan yang diberikan sebanding. Namun sebaliknya jika harga tinggi dan pelayanan yang diberikan kurang baik, maka pelanggan merasa tidak puas.
- e. Citra, citra berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Citra buruk akan mudah mempengaruhi pelayanan sekolah, namun jika citra baik maka akan memudahkan pelanggan untuk menerima pelayanan sekolah.
- f. Tahap pelayanan, pelanggan tidak secara langsung akan merasakan kepuasan, namun pelanggan akan merasa puas ketika mendapatkan pelayanan pada tahapan-tahapan tertentu.
- g. Momen pelayanan, pelanggan merasakan kepuasan terhadap setiap momen pelayanan yang terdiri dari bentuk pelayanan, proses berlangsungnya pelayanan, dan lingkungan yang mendukung pelayanan tersebut terlaksana.
- h. Tingkat kepentingan pelanggan, pelanggan yang memiliki kepentingan tinggi terhadap pelayanan sekolah, maka pelanggan tersebut akan merasa puas jika sekolah memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat kepentingan pelayanan yang diinginkan pelanggan.

Hannah & Karp dalam Rahmawati (2013:55) berpendapat bahwa untuk menciptakan kepuasan pelanggan suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang dianggap paling penting yang disebut "The Big Eight factors". Secara umum faktor-faktor tersebut dibagi menjadi tiga kategori. Pertama, faktor-faktor yang berhubungan dengan produk, seperti kualitas produk, hubungan antara nilai sampai pada harga, bentuk produk, dan keandalan. Kedua, faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan, seperti jaminan dan respon dan cara pemecahan masalah. Ketiga, faktor-faktor yang berhubungan dengan pengalaman penjualan, seperti pengalaman karyawan, serta kemudahan dan kenyamanan.

Menurut Suhaji (2012:7) Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu : service quality, biaya dan kemudahan, yang apabila dijabarkan dalam institusi sekolah adalah sebagai berikut: a) service quality, memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. hal ini berarti apabila pelayanan sekolah ditingkatkan maka kepuasan pelanggan sekolah pun akan meningkat. b) Biaya, hal ini berarti apabila sekolah menetapkan harga gaji guru disesuaikan dengan beban kerja maka guru akan merasakan kepuasan. c) Kemudahan, berpengaruh terhadap kepuasan siswa. Hal ini berarti jika sekolah memberi kemudahan dalam pelayanan administrasi, kemudahan mengakses teknologi untuk pembelajaran, maka kepuasan pelanggan sekolah akan meningkat.

Beberapa pendapat di atas menjelaskan bahwa proses terjadinya kepuasan pelanggan tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Namun faktor-faktor tersebut tidak semuanya dapat bekerja untuk mempengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Hal tersebut disebabkan karena setiap pelanggan tidak sama dan memiliki persepsi berbeda atas kepuasan yang dirasakan. Setiap pelanggan masing-masing mengalami sendiri rasa kepuasan atau ketidakpuasan, hal demikian terjadi karena rasa kepuasan atau ketidakpuasan tidak bisa diwakilkan hanya dengan satu atau dua orang pelanggan.

### **Layanan Mutu Dalam Pendidikan**

Menurut Zazin (2013:63) Dalam dunia pendidikan yang termasuk pelanggan dalam adalah pengelolaan institusi pendidikan, misalkan manajer, guru, staf dan penyelenggara institusi. Sedangkan, pelanggan luar adalah masyarakat, pemerintah dan dunia industri. Jadi, suatu institusi pendidikan disebut bermutu apabila antara pelanggan internal dan eksternal telah terjalin kepuasan atas jasa yang diberikan.

Bentuk layanan yang ada dalam lembaga pendidikan ada dua, diantaranya adalah:

#### **1) Layanan Pokok**

Dalam memenuhi kebutuhan siswa yang berhubungan dengan pelayanan siswa di sekolah, dalam menjalankan tugasnya kepala sekolah dibantu oleh para personil profesional sekolah yang dipekerjakan pada sistem sekolah diantaranya adalah:

- a) Personil pelayanan pengajaran, terdiri dari orang-orang yang bertanggung jawab pokoknya ialah mengajar, baik sebagai guru kelas, guru kegiatan ekstrakurikuler, tutor dan lain-lain.
- b) Personil pelayanan administrasi, meliputi mereka yang mengarahkan, memimpin dan mengawasi personil lain dalam operasi sekolah serta bagian-bagiannya.

- c) Personil pelayanan fasilitas sekolah, meliputi tenaga-tenaga di perpustakaan, pusat-pusat sumber belajar dan laboratorium bahasa; ahli-ahli teknik dan tenaga yang terlibat dalam fungsi mengajar atau fungsi melayani siswa.
- d) Personil pelayanan murid atau siswa, meliputi pada spesialis yang tanggung jawabnya meliputi bimbingan. dan penyuluhan, pemeriksaan psikologis dan kesehatan, nasehat medis dan pengobatan, *testing* dan penelitian, penempatan kerja dan tindak lanjut, serta koordinasi kegiatan murid

## 2) Layanan Bantu

Sutisno (1985:65) Perubahan dinamika masyarakat yang cepat seperti yang kita alami saat ini, sekolah merupakan pemegang peranan penting, dengan memberikan banyak pelayanan yang diharapkan dari sekolah, antara lain adalah:

### a) Pelayanan perpustakaan

Perpustakaan merupakan salah satu sarana pembelajaran yang dapat menjadi sebuah kekuatan untuk mencerdaskan bangsa. Perpustakaan mempunyai peranan penting sebagai jembatan menuju penguasaan ilmu pengetahuan. Perpustakaan memberi kontribusi penting bagi terbukanya informasi tentang ilmu pengetahuan.

### b) Pelayanan gedung dan halaman sekolah

Dengan memelihara gedung sekolah secara sistematis dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi operasi sekolah. Hal ini dapat ditunjukkan dengan peningkatan pemeliharaan yang terus menerus untuk menjamin kondisi gedung sekolah yang paling baik. Sehingga dapat menciptakan suasana belajar yang nyaman, memajukan kesehatan dan keamanan, melindungi barang-barang milik sekolah, dan memajukan citra masyarakat yang sesuai.

### c) Pelayanan kesehatan dan keamanan

Tujuan penting pendidikan di sekolah adalah kesehatan fisik dan mental, maka sekolah memperkenalkan program pendidikan jasmani dan kesehatan. Maka perhatian sekolah diarahkan pada terciptanya kesehatan yang lebih baik dan lingkungan fisik yang lebih membantu bagi proses belajar.

### d) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

### e) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

f) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk atau jasa ini.

### **Produk Pendidikan Sebagai Dasar Penjaminan Mutu Pendidikan**

Ririn dan Aksa (2011:117) Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu Kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Dimensi-dimensi keunggulan sebagai ciri sekolah unggul, adalah sebagai berikut:

- 1) Masukan (input) yaitu siswa diseleksi secara ketat dengan menggunakan kriteria tertentu dan prosedur yang dapat dipertanggungjawabkan. Kriteria yang dimaksud adalah: (1) prestasi belajar superior dengan indikator angka rapor, Nilai Ebtanas Murni (NEM), dan hasil tes prestasi akademik; (2) skor psikotes yang meliputi inteligensi dan kreativitas; (3) tes fisik, jika diperlukan.
- 2) Sarana dan prasarana yang menunjang untuk memenuhi kebutuhan belajar siswa serta menyalurkan minat dan bakatnya, baik dalam kegiatan kurikuler maupun ekstra kurikuler.
- 3) Lingkungan belajar yang kondusif untuk berkembangnya potensi keunggulan menjadi keunggulan yang nyata baik lingkungan fisik maupun sosial-psikologis.
- 4) Guru dan tenaga kependidikan yang menangani harus unggul baik dari segi penguasaan materi pelajaran, metode mengajar, maupun komitmen dalam melaksanakan tugas. Untuk itu perlu disediakan intensif tambahan bagi guru berupa uang maupun fasilitas lainnya seperti perumahan.
- 5) Kurikulumnya diperkaya dengan pengembangan dan improvisasi secara maksimal sesuai dengan tuntutan belajar peserta didik yang memiliki kecepatan belajar serta motivasi belajar yang lebih tinggi dibanding dengan siswa seusianya.
- 6) Kurun waktu belajar lebih lama dibandingkan sekolah lain. Karena itu perlu ada asrama untuk memaksimalkan pembinaan dan menampung para siswa dari berbagai lokasi. Di kompleks asrama perlu ada sarana yang bisa menyalurkan minat dan bakat siswa seperti perpustakaan, alat-alat olah raga, kesenian dan lain-lain yang diperlukan.
- 7) Proses belajar mengajar harus berkualitas dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan (*accountable*) baik kepada siswa, lembaga, maupun masyarakat.

- 8) Sekolah unggul tidak hanya memberikan manfaat kepada peserta didik di sekolah tersebut, tetapi harus memiliki resonansi sosial kepada lingkungan sekitarnya.
- 9) Nilai lebih sekolah unggul terletak pada perlakuan tambahan di luar kurikulum nasional melalui pengembangan kurikulum, program pengayaan dan perluasan, pengajaran remedial, pelayanan bimbingan dan konseling yang berkualitas, pembinaan kreativitas dan disiplin.

### **Peranan Pelanggan Terhadap Mutu**

Pada era desentralisasi pendidikan, peran serta orang tua dan masyarakat diharapkan akan semakin bertambah besar. Peningkatan peran serta orang tua dan masyarakat ini menjadi lebih penting, karena dua alasan sebagai berikut:

Pertama, Peran orang tua dan masyarakat yang selama ini telah diberikan kepada sekolah swasta, ternyata telah berhasil mendongkrak mutu pendidikan sekolah swasta. Sebagaimana diketahui, sekolah swasta, lembaga pendidikan swasta dalam berbagai hal ternyata justru lebih berkualitas dibandingkan dengan sekolah negeri. Pantjastuti (2008:68). Kedua, pelibatan peran serta guru orang tua dan masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan akan menjadi lebih efektif dengan adanya sinergi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, Sagala (2008:281).

Rohiat (2010:67) Peran masyarakat dalam pengembangan pendidikan perlu direvitalisasi dan direkonstruksi menjadi lebih bernuansa advokasi, mediasi, pemberdayaan, dan demokrasi. Anggota dewan pendidikan sekolah mempersilahkan para staf guna untuk mencari cara memperbaiki mutu pendidikan. Selanjutnya Pidiarta (1990:207) Peran dewan pendidikan adalah untuk meningkatkan keterlibatan, kepedulian dan dukungan dari masyarakat, terutama dukungan moral dan finansial. Kegiatan-kegiatan perencanaan pendidikan dan kegiatan-kegiatan pendidikan pada umumnya tidak pernah dilepaskan dari masyarakat, terutama masyarakat disekitarnya. Sebab ada hubungan saling memberi, saling mendukung, dan saling menguntungkan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat. Itu pula sebabnya mengapa masyarakat diharapkan ikut bertanggung jawab terhadap kemajuan dan kelancaran proses pendidikan dalam lembaga dan lembaga pendidikan diharapkan bekerja sama secara erat dengan masyarakat.

Dari tahapan-tahapan peran di atas, peran inisiasi mempunyai kadar yang lebih tinggi dibandingkan peran legitimasi dan eksekusi. Posisi masyarakat tidak sekedar sebagai obyek pembangunan saja, tetapi masyarakat dapat menentukan dan mengusulkan segala sesuatu yang akan dilaksanakan.

## **Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dan Mutu Pendidikan**

Kepuasan pelanggan memiliki makna yang beragam. Kepuasan tidak selamanya diukur dengan uang, tetapi lebih didasarkan pada pemenuhan perasaan tentang apa yang dibutuhkan seseorang. Kartono menyatakan bahwa uang tidak selamanya menjadi motif primer bagi seseorang, tetapi kebanggaan dan minat yang besar terhadap sesuatu akan memberi kepuasan tersendiri. Kepuasan juga dapat dipandang sebagai suatu perbandingan apa yang dibutuhkan dengan apa yang diperoleh. Seseorang akan terpenuhi kepuasannya jika perbandingan tersebut cukup adil. Ketidakseimbangan perbandingan, khususnya yang merugikan akan menimbulkan ketidakpuasan. Sebaliknya, ketidakseimbangan yang dinilai menguntungkan akan memberikan kepuasan. Day Tse dan Wilton menyebutkan kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan tentang kinerja dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya, Fandy (2004:25).

Dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan pelanggan, dalam arti semua yang dibutuhkan dapat diterima sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Makin tinggi kapasitas kebutuhan yang terpenuhi, maka makin tinggi pula kepuasan yang diterimanya. Seperti telah disebutkan di atas, jika mutu adalah keinginan untuk memuaskan dan kepuasan adalah rasa senang dan kecewa atas kinerja suatu produk atau jasa yang dihasilkan, maka jika mutu jasa dibandingkan dengan tingkat kepuasan didapat suatu hubungan bahwa kepuasan pelanggan dengan mutu jasa jika dipertemukan akan menghasilkan penerimaan atau penolakan pelayanan. Dengan kata lain, menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan.

## **KESIMPULAN**

Kepuasan pelanggan sebagai suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan pelanggan, dalam arti semua yang dibutuhkan dapat diterima sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Makin tinggi kapasitas kebutuhan yang terpenuhi, maka makin tinggi pula kepuasan yang diterimanya. Jika mutu adalah keinginan untuk memuaskan dan kepuasan adalah rasa senang dan kecewa atas kinerja suatu produk atau jasa yang dihasilkan, maka jika mutu jasa dibandingkan dengan tingkat kepuasan didapat suatu hubungan bahwa kepuasan pelanggan dengan mutu jasa jika dipertemukan akan menghasilkan penerimaan atau penolakan pelayanan. Dengan kata lain, menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*, 11<sup>th</sup> Edition. Prentice Hall Int'l, New Jersey.

- Terry G. Vavra, (2002). *Customer Satisfaction Measurement Simplified: a Step-by-step-guide for ISO 9001:2000 Certification*, Milwaukee: ASQ Quality Press.
- Vincent Gasperz, (1997). *Manajemen Kualitas*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Trisno Musanto (2004), *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*, Surabaya: Universitas Kristen Petra, Vol. 6 No. 2.
- Rahmayanty, Nina. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ekowati, Titin. (2008). *Pengelolaan Service Quality: Dampaknya Terhadap Customer Satisfaction*.
- Tjiptono, Fandy (2004) *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Musanto,T. (2004) *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, No. 2.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN - JP*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmawati, Diana. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa*, Vol 9, Nomor 1.
- Suhaji, Indra Aditia. (2012). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada UD Pandana Wangi Semarang*, Vol 1, Nomor 1.
- Zazin, Nur. (2013). *Gerakan Menata Mutu Pendidikan: Teori dan Aplikasi*, Ar-Ruzz Media: Yogyakarta.
- Sutisno, Oteng. (1985). *Administrasi Pendidikan*, Bandung : Angkas.
- Ririn, Tri Ratnasari dan Aksa, Mastuti. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Pantjastuti, Sri Renani. (2008). *Komite Sekolah: Sejarah dan Prospek di Masa Depan*. Yogyakarta: Hikayat Pubishing.
- Sagala, Syaiful. (2008). *Budaya dan Reiventing Organisasi Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Rohiat. (2010). *Manajemen Sekolah: Teori Dasar dan Praktik*, Bandung: Refika Aditama.
- Pidarta, Made. (1990). *Perencanaan Pendidikan Partisipatori dengan Pendidikan Sistem*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Fandy, Tjiptono. (2004). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Penerbit Andi.