

PENGARUH MANAJEMEN PENDIDIKAN NONFORMAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Retno Shiama Varelaswi^{1*}

UIN Sunan Ampel¹, Surabaya, Indonesia

*reshiama18@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pendidikan nonformal dan kepuasan pelanggan serta pengaruh manajemen pendidikan nonformal terhadap kepuasan pelanggan di BMB Air-Langga Wates-Kediri. Jenis penelitian yang digunakan ialah kuantitatif dengan metode kuantitatif yang menggunakan kuisioner dan dokumentasi untuk melengkapi hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini berjumlah 40 responden yang merupakan populasi dari jenjang SMA di lembaga bimbingan dan motivasi belajar Air-langga. Terdapat dua variabel yaitu manajemen layanan pendidikan sebagai variabel X dan kepuasan pelanggan sebagai variabel Y. Untuk menganalisis data menggunakan SPSS versi 16 dan product moment dengan hasil (1) manajemen layanan pendidikan di BMB Air-Langga Wates-Kediri tergolong baik dengan interpretasi skor 101,43 (2) manajemen pelayanan tergolong baik pada r interpretasi skor 80,05. (3) dan hasil dari korelasi product moment diketahui hasil dari signifikannya ialah $0,000 < 0,005$ dan $r_{hitung} 0,664 > 0,312$ (r_{tabel}). Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa manajemen layanan pendidikan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai positif dan searah.

Keyword : Manajemen Layanan, Kepuasan Peanggan, BMB Air-Langga Wates Kediri

LATAR BELAKANG

Sisdiknas telah mengatur pendidikan yang dibedakan secara jenjang, jalur maupun jenis pendidikan tersebut, jenis pendidikan ini di bagi menjadi ³ yang memiliki tujuan yang berbeda. Jalur pendidikan tersebut meliputi pendidikan formal, pendidikan informal, dan pendidikan non formal yang ketiganya memiliki fungsi saling melengkapi serta meningkatkan pengetahuan pada diri seseorang. Pendidikan formal sendiri dapat diartikan pendidikan yang berstruktur dan memiliki jenjang khusus yang di sudah tertata kriteria peserta didiknya. Pendidikan informal merupakan pendidikan dari jalur keluarga maupun lingkungan yang dapat mempengaruhi pola fikir serta kepribadian si peserta didik karena dapat diterima walaupun hanya melalui pengalaman. Pendidikan nonformal memiliki pengertian yang hampir sama dengan pendidikan formal hanya saja pendidikan nonformal dikhususkan bagi mereka yang membutuhkan layanan pendidikan seperti penambah serta pelengkap pendidikan formal yang berfungsi untuk mengembangkan potensi peserta didik baik di bidang penguasaan materi maupun ketrampilan.¹ Struktur Kurikulum pendidikan nonformal berisi program pengembangan kecakapan hidup yang

¹ Teguh Triwiyanto, *Pengantar Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara,2015)120

mencakup keterampilan fungsional, sikap dan kepribadian profesional, dan jiwa wirausaha mandiri, serta kompetensi dalam bidang tertentu.² Struktur kurikulum terdiri ada dua kurikulum yaitu satuan pendidikan dan program pendidikan non formal seperti yang telah di jelaskan di peraturan menteri. Satuan pendidikan nonformal adalah kelompok layanan pendidikan yang menyelenggarakan program pendidikan.³

Sehingga dapat dilihat dari persoalan tersebut, penyelenggaraan pendidikan nonformal harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang ditawarkan dan keinginan konsumen. Pelayanan menurut Gronroos merupakan suatu aktivitas yang tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi pengguna jasa dengan jasa yang telah disediakan oleh penyedia jasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan manajemen pelayanan memiliki pengertian suatu proses penerapan ilmu dan seni menyusun rencana, mengimplementasikannya, mengkoordinasi serta menyelesaikan aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan tujuan pelayanan yang telah dirancang.⁴ Manajemen pelayanan ini perlu diadakan oleh penyedia jasa agar lebih terencana dan matang ketika di realisasikan. Hal ini juga untuk menjaga kelayakan pelanggan agar tetap setia terhadap produk/jasa pelayanan yang telah disediakan. Dunia pendidikan tidak hanya melalui jalur sekolah atau yang disebut dengan pendidikan formal tetapi dapat didukung melalui pendidikan non formal dan pendidikan informal.⁵ Lembaga kursus dan pelatihan atau yang disebut LKP adalah satuan pendidikan nonformal yang diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal pengetahuan, ketrampilan, kecakapan hidup, dan sikap untuk mengembangkan diri, mengembangkan profesi, bekerja, usaha mandiri ataupun untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.⁶

Jadi seorang siswa bisa meningkatkan kemampuan akademik mereka yang dirasa masih kurang ketika mendapat pembelajaran disekolah dengan mengikuti pendidikan nonformal guna meningkatkan prestasi mereka. Peningkatan prestasi belajar peserta didik merupakan produk yang diharapkan oleh pasar pendidikan. Prestasi belajar sendiri menurut Syaiful Bahri ialah hasil dari suatu kegiatan yang telah dikerjakan atau diciptakan secara individu maupun kelompok.⁷ Bimbingan belajar merupakan salah satu penunjang keberhasilan prestasi akademik siswa. Sehingga banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi konsumen agar tertarik dengan instansi atau lembaga bimbingan yang akan dipilih sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga instansi atau bimbingan belajar akan membuat layanan yang dirasakan oleh pelanggan secara langsung ketika pertama kali datang ke lembaga bimbingan belajar mereka.⁸ Pelayanan menjadi penting guna mengikat pelanggan untuk tetap setia pada produk yang kita tawarkan. Untuk memberikan pelayanan yang maksimal perlu diadakan manajemen terlebih dahulu agar tercapainya pelayanan sesuai dengan apa yang ditawarkan dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Pelayanan jasa merupakan pemberian suatu tindakan pada konsumen/ pelanggan melalui suatu tindakan yang dapat dirasakan produknya. Sehingga untuk melaksanakan pelayanan kepada pelanggan tidak boleh secara asal asalan. Pelayanan itu sendiri bisa dari pelayanan administrasi, pelayanan program, pelayanan pendidik dan lain sebagainya. Penyedia layanan sangat erat kaitanya dengan kepuasan yang

² Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 23 Tahun 2013 Tentang Perubahan Peraturan Pemerintah No 19 tahun 2005 Tentang Standart Nasional Pendidikan*, Paragraf 4 Pasal 77L, Bagian Lima.

³ Republik Indonesia, *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 80 tahun 2013 Tentang Pendirian Pendidikan Nonformal*, Bab 1 Pasal 1.

⁴ Ratminto dan Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 4

⁵ Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*, Bab 1, Pasal 1.

⁶ Republik Indonesia, *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 80 tahun 2013 Tentang Pendirian Pendidikan Nonformal*, Bab 1 Pasal 1.

⁷ Aripin Silalahi, *Program kelas Unggul*(Sidikalang, 2006), 2

⁸ Hanun Asrohah, *Manajemen Mutu Pendidikan*, (Surabaya: UINSA PRESS, 2014) 57

dirasakan konsumen. Suatu kepuasan menjamin kunci kesetiaan konsumen terhadap suatu produk yang digunakan.

1. Pengertian Manajemen Layanan Pendidikan Non Formal (PNF)

Setelah melihat uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen pelayanan pendidikan nonformal memiliki pengertian suatu proses penerapan ilmu dan seni menyusun rencana, mengimplementasikannya, mengkoordinasi serta menyelesaikan aktivitas aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan tujuan pelayanan dalam bidang pendidikan yang menggunakan tenaga dan dana se minimal mungkin dan pelanggan mendapatkan kepuasan semaksimal mungkin.⁹

2. Kepuasan Pelanggan

Engel, blackwell, Miniard mengemukakan kepuasan “*satisfaction is defined here as a post- consumption evaluation that a chosen alternative at least meets or exceeds expectation.*”¹⁰ Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya.¹¹ Kepuasan menurut *guiltinan* ialah konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkat manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. *Guiltinan* menegaskan bahwa sebuah instansi harus mampu menunjukkan kualitas sebuah produk serta pelayanannya.¹² *Schiffman dan Kanuk* pun turut menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan seorang terhadap kinerja dari suatu produk atau jasa yang diharapkan¹³. *Zeithaml dan Bitner* juga menegaskan bahwa kepuasan merupakan respon atau tanggapan seseorang mengenai sebuah pemenuhan kebutuhan, serta sebuah kepuasan dapat dipengaruhi oleh empat faktor:¹⁴

- a. Kelebihan produk/jasa yang dikabarkan oleh pelanggan lainnya.
- b. Ekspektasi pelanggan berdasarkan kebutuhan pribadi.
- c. Pengalaman yang sudah pernah didapat.
- d. *External communication*

3. Hubungan Manajemen Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari uraian kedua teori diatas dapat tarik suatu hubungan bahwa seorang pelanggan/konsumen memiliki pengaruh terhadap calon pelanggan/konsumen melalui pengalaman yang mereka rasakan ketika menggunakan ataupun melihat hasil dari pemakaian produk/jasa. Sehingga sebagai sumber pemberi pelayanan diharapkan mampu memahami dan memberikan pelayanan yang tepat sasaran kepada pelanggan. Untuk dapat menganalisis kemauan publik sebagai pelanggan atau konsumen diperlukan manajemen yang akan menentukan apa, siapa dan bagaimana pelayanan akan diterapkan dan menjaga loyalitas pelanggan yang sudah berlangganan.

Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa memiliki loyalitas pelanggan instansi akan sulit mengembangkan sayap di masyarakat. Dengan harapan pelanggan tetap setia dengan layanan yang diberikan perlu diadakan manajemen yang matang sesuai dengan yang ditawarkan dan yang dibutuhkan tetapi tetap menggunakan sistem efektif dan efisien bagi penyelenggara. Manajemen pelayanan memiliki faktor yang dapat mempengaruhi tercapainya tujuan manajemen layanan yang terbagi menjadi menjadi beberapa faktor seperti, empati,

9 Ratminto dan Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*....., 4

10 Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011)

11 Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*....., 138

12 Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 45

13 Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 47

14 Nurlailah, *Manajemen Pemasaran*, (Surabaya : UIN Sunan Ampel Press, 2014)

Keyakinan, daya tanggap, kehandalan, bukti fisik.¹⁵ Dengan adanya manajemen layanan dapat membuat perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian tim kerja, serta evaluasi lebih terencana sehingga dapat mencapai tujuan memberikan kepuasan untuk pelanggan dapat tercapai.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran senang atau kecewa nya seseorang terhadap apa yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan layanan jasa / produk yang diberikan oleh lembaga.¹⁶ Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan maka akan meningkatkan rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan sebuah pelanggan perlu menjaga kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga perlu memperhatikan beberapa elemen seperti harapan pelanggan, kinerja lembaga baik dari sumber daya manusia maupun sarana prasarannya, perbandingan antara harapan dan kinerja lembaga dan terakhir kesesuaian dengan apa yang ditawarkan dan yang diinginkan terhadap yang diterima.¹⁷ Sehingga untuk menjaga loyalitas pelanggan terhadap lembaga pendidikan perlu untuk menjaga dan meningkatkan rasa puas yang pelanggan rasakan. Kemudian untuk menjaga tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan pihak lembaga perlu menjaga konsistensi dalam melaksanakan layanan yang harus dimanajemen agar dapat terlaksanakan secara terencana dan mencapai tujuan manajemen layanan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini merupakan penelitian yang lebih fokus pada data-data numerikal atau angka yang nantinya diolah dengan metode statistika.¹⁸ Peneliti menggunakan populasi terbatas karena populasi di BMB Airlangga kurang dari 100, peneliti menggunakan jenjang SMA untuk pengambilan objek penelitian. Dan diketahui populasi pada jenjang SMA di BMB Air-Langga berjumlah 40 siswa.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuisioner (angket) dan dokumentasi, dilanjutkan pada tahapan analisis data, analisis data merupakan proses kegiatan yang dilakukan setelah dari sumber data terkumpul.¹⁹ Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif pengolahan data dilakukan dengan beberapa tahapan :²⁰

1. *Editing*

Tahap pemeriksaan ini menjadi dibutuhkan karena adakalanya data yang kita kumpulkan ternyata masih belum sesuai dengan data yang diharapkan saat menyusun penelitian sehingga tahap editing ini menjadi perlu dan mengantisipasi apabila data masih kurang sesuai. Apabila terjadi kejanggalan pada tahap ini maka perlu beberapa solusi tindakan seperti:

- a. Kembali kelapangan menemui sumber data yang bersangkutan
- b. Menyisihkan instrument tersebut sebagai instrumen tak terpakai atau rusak
- c. Melakukan cek silang atau konsultasi kepada pembimbing maupun peneliti terdahulu.

2. *Coding*

Coding atau tahap pengkodean merupakan tahap yang dilakukan setelah *editing*. Tahap ini merupakan tahapan dimana hasil dari pemeriksaan tadi di klarifikasikan, maksudnya data yang telah diedit tersebut diberikan indetitas/kode yang telah ditentukan pada saat dianalisis. Pengkodean sendiri tidak sembarangan tetapi memiliki 2 cara yaitu, pengkodean frekuensi dan pengkodean lambang. Pengkodean

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Manajemen jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 10

¹⁶ Nina Rahmayani, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010,h 23

¹⁷ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1*, (Erlangga, Jakarta, 2011)124

¹⁸ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 5

¹⁹ Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2012)162

²⁰ Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif “Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya”*....., 109

frekuensi digunakan untuk memberi kode apabila jawaban pada poin tertentu memiliki bobot, sedangkan pengkodean lambang untuk jawaban yang tidak memiliki bobot tertentu.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan proses terakhir pengolahan data karena dalam proses ini seluruh data akan diolah melalui table-tabel yang telah disediakan. Table yang digunakan ada dua jenis, yang pertama table kerja dan table data. Tabel data digunakan untuk mendeskripsikan data agar mudah dipahami strukturnya, sedangkan tabel kerja adalah tabel yang digunakan untuk menganalisis data.²¹ Suryabrata menyebutkan bahwa data yang kurang valid dan realibel, serta kurang lengkap sebaiknya dibuang saja tidak digunakan agar tidak merusak dan mengganggu. Untuk keperluan analisis data yang baik selayaknya peneliti memperhatikan beberapa hal berikut : jenis data yang digunakan dan skema hubungan antara variabel yang telah dirancang oleh peneliti.²² setelah melakukan pengolahan data peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan distribusi frekuensi. Perhitungan data dengan distribusi frekuensi ini dapat dilakukan dengan menghitung frekuensi data tersebut kemudian di persentase kan, untuk menghitung sebaran persentase dari frekuensi tersebut dapat digunakan rumus :

$$N = \frac{fx}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

N = Jumlah Kejadian

fx = Frekuensi individu

Dalam menganalisis data tentu ada berbagai macam tehnik dan rumus dalam penelitian ini untuk mencari pengaruh manajemen layanan terhadap kepuasan pelanggan jadi menggunakan rumus regresi linier sederhana.²³ Penelitian yang berjudul pengaruh manajemen layanan pendidikan nonformal terhadap kepuasan pelanggan ini variabel bebas manajemen layanan yang dilambangkan dengan X, sedangkan variabel terikatnya ialah kepuasan pelanggan yang dilambangkan dengan Y. Analisis data regresi linier dapat dilaksanakan apabila memenuhi syarat sebagai berikut²⁴:

1. Variabel X dan Y mempunyai hubungan sebab akibat
2. Nilai Y mempunyai penyebaran distribusi normal dan valid
3. Variabel X dan Y linier

Dari persyaratan diatas peneliti perlu melakukan uji normalitas dan uji linieritas untuk mengetahui t_{hitung} , sehingga dalam menganalisis regresi linier sederhana dapat menggunakan rumus sebagai berikut²⁵ :

1. Persamaan regresi linier sederhana

Persamaan regresi linier sederhana dapat diketahui dengan rumus :

$Y = a + bX$, Dimana Y adalah variabel terikat dan X adalah variabel bebas, sedang “a” adalah intersept dan “b” adalah koefisiensi regresi (slop)

$$a = \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X^2) - (\Sigma Y)(\Sigma X)}{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

21 Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif “Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya”*....., 110

22 Djunaedi Ghoni dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Pendidikan kuantitatif*. (Malang : UIN-Malang Press, 2009)212

23 Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2015)178

24 Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2007)17

25 Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*,23

$$b = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

2. Koefisiensi pada korelasi linier sederhana menggunakan rumus :

$$r = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisiensi korelasi person

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

3. Koefisiensi Determinasi

Koefisiensi determinasi ialah kuadrat dari koefisiensi korelasi yang dikalikan 100%. Tujuan dari analisis ini ialah untuk mengetahui seberapa besar variabel X memiliki pengaruh/hubungan terhadap variabel Y, dan berikut rumus untuk mengetahui koefisiensi determinasi:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisiensi Determinasi

r = Koefisiensi Korelasi

Setelah mengetahui hasil dari persentase koefisiensi determinasi, peneliti menerapkan standart kriteria penilaian sebagai berikut :

Tabel 3.3
Kriteria Persentase

Kriteria	Keterangan
76%-100%	Sangat Baik
57%-75%	Baik
41%-56%	Cukup Baik
Kurang dari 40%	Kurang Baik

Semua tahap analisis data kuantitatif peneliti dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 16 untuk mengetahui ada nya pengaruh antar variabel atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penyajian data Manajemen Pendidikan

Penyajian data merupakan proses lebih lanjut setelah kuesioner atau angket disebar. Sebelum data diolah, kuesioner / angket perlu diadakan validasi untuk mengetahui kevalidan di setiap item per pertanyaan. Data diambil berdasarkan populasi dan sampel sebagai berikut ;

Tabel 4.4
Daftar Jumlah Peserta Didik

No.	Jenjang	Jumlah
1	SD	28
2	SMP	41

3	SMA	Cukup 40
JUMLAH		109

Dalam penelitian ini hanya menggunakan sampel di jenjang SMA sebanyak 40 responden. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga instrumen angket dengan pertanyaan 25 item diketahui valid. Sedangkan dari reabilitas instrumen berdasarkan perhitungan SPSS yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.6
Reabilitas Instrumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	74.1
	Excluded ^a	14	25.9
	Total	54	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	26

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS tersebut dapat diketahui bahwa reabilitas *Cronbach's Alpha* $0,729 > 0,05$ yang artinya instrumen tersebut *reliable* dengan validitas instrument yang diberikan kepada 40 responden. Angket yang telah diisi responden perlu diolah dan analisis akan tetapi sebelum dianalisis dapat disajikan daftar hasil sementara dari kuesioner yang diperinci sebagai berikut: k 22 responden, STS sebanyak 11 responden. 7 responden, TS sebanyak 23 responden, STS sebanyak 6 responden.

2. Hasil Penyajian Data Kepuasan Pelanggan

Penyajian data kepuasan pelanggan untuk mengetahui rincian hasil data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Tahap sebelum itu, perlulah melakukan validasi kuesioner terlebih dahulu. Dan berikut merukan hasil dari validasi menggunakan SPSS versi 16 :

Tabel 4.32
Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Nomor	r-hitung	r-tabel	Keterangan	Nomor	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,624	0,312	Valid	11	0,524	0,312	Valid
2	0,514	0,312	Valid	12	0,494	0,312	Valid

3	0,567	0,312	Valid	13	0,459	0,312	Valid
4	0,471	0,312	Valid	14	0,606	0,312	Valid
5	0,631	0,312	Valid	15	0,519	0,312	Valid
6	0,492	0,312	Valid	16	0,520	0,312	Valid
7	0,503	0,312	Valid	17	0,500	0,312	Valid
8	0,346	0,312	Valid	18	0,542	0,312	Valid
9	0,322	0,312	Valid	19	0,351	0,312	Valid
10	0,417	0,312	Valid	20	0,394	0,312	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa $r_{hitung} > r_{Tabel}$ sehingga instrumen angket dengan pertanyaan 20 item diketahui valid. Sedangkan dari reabilitas instrument berdasarkan perhitungan SPSS yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.33

Reabilitas Instrumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	74.1
	Excluded ^a	14	25.9
	Total	54	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	21

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS tersebut dapat diketahui bahwa reabilitas *Cronbach's Alpha* 0,728 > 0,05 yang artinya instrumen tersebut reliable dengan validitas instrument yang diberikan kepada 40 responden. Dan berikut rincian dari 20 daftar pertanyaan beserta jawaban yang telah diisi responden.

3. Analisa Data

a. Manajemen Pendidikan

Skor skala dari penyebaran angket yang terdiri dari 25 pertanyaan disertai 5 opsi jawaban (Sangat Setuju, Setuju, Ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju). Sehingga dapat dirincikan skor penilaian ini dari terendah $1 \times 25 = 25$ dan tertinggi $5 \times 25 = 125$. Dan berikut pemaparan dari skor penilaian Manajemen Layanan.

Tabel 4.54
Skor Penilaian Manajemen Layanan

No.	Kategori	Skor
1	Sangat Rendah	25-45
2	Rendah	46-65
3	Cukup	76-85
4	Baik	86-105
5	Sangat Baik	106-125

Selain tabel skor penilaian diatas, juga ada penghitungan untuk mencari hasil deskriptif statistik melalui *Statistical Package For Social Science* (SPSS) versi 16 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.55
Tabel Deskriptif Statistik Manajemen Layanan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Manajemen_Layanan	40	81	123	101.43	8.950
Valid N (listwise)	40				

Diketahui bahwa tabel deskripsi diatas merupakan hasil pengisian kuesioner dari 25 item pertanyaan yang di isi 40 responden dengan hasil nilai paling rendah 81 dan hasil nilai tertinggi 123, sehingga dapat ditemukan rata-rata 101,43 dan deviasi 8.950. Merujuk pada skor penilaian manajemen layanan pada Tabel 4.54 maka, dapat disimpulkan bahwa manajemen layanan di BMB Air-Langga tergolong “baik”.

b. Kepuasan Pelanggan

Skor skala dari penyebaran angket yang terdiri dari 20 pertanyaan disertai 5 opsi jawaban (Sangat Setuju, Setuju, Ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju). Sehingga dapat dirincikan skor penilaian ini dari terendah $1 \times 20 = 20$ dan tertinggi $5 \times 20 = 100$. Dan berikut pemaparan dari skor penilaian Manajemen Layanan.

Tabel 4.56
Skor Penilaian Kepuasan Pelanggan

No.	Kategori	Skor
1	Sangat Rendah	20-36
2	Rendah	37-52
3	Cukup	53-68
4	Baik	69-84
5	Sangat Baik	85-100

Selain tabel skor penilaian diatas, juga ada penghitungan untuk mencari hasil deskriptif statistik melalui *Statistical Package For Social Science* (SPSS) versi 16 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.57
Tabel Deskriptif Statistik Kepuasan Pelanggan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan_Pelanggan	40	67	98	80.05	6.782
Valid N (listwise)	40				

Dari hasil penyebaran kuesioner yang berisi 20 item pertanyaan dengan perhitungan 40 responden dapat diketahui bahwa skor minimum/terendah ialah 67, sedangkan skor maximum ialah 98. Dari kedua skor tersebut dapat dilihat hasil dari rata-rata skor kepuasan pelanggan ialah 80.05 dengan deviasi 6.782, maka dengan merujuk pada daftar skor penilaian yang terdapat ditabel 4.56 kepuasan pelanggan BMB Air-Langga Wates Kediri tergolong baik.

4. Relasi Manajemen Pendidikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Setelah mengetahui reabilitas dan validitas instrumen angket yang telah dibagikan kepada responden maka selanjutnya melakukan analisis terkait adanya hubungan manajemen layanan terhadap kepuasan pelanggan. Akan tetapi, sebelum tahap analisis korelasi perlu melakukan uji normalitas yang bertujuan untuk mengetahui masing-masing variabel bersifat normal atau tidak. Dalam penelitian pengujian normalitas menggunakan SPSS versi 16 dengan taraf signifikan 5% (0,05) dan berikut hasil data yang diuji normalitasnya :

Tabel 4.58

Tabel Normalitas

	Case Processing Summary					
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan_Pelanggan	40	74.1%	14	25.9%	54	100.0%
Manajemen_Layanan	40	74.1%	14	25.9%	54	100.0%

Tests of Normality

Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
.113	40	.200*	.979	40	.663
.069	40	.200*	.991	40	.981

a. Lilliefors Significance Correction

*. This is a lower bound of the true significance.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa signifikan 0,200* pada Variabel Manajemen Layanan dan Kepuasan Pelanggan lebih besar dari sig. 0,05 (5%) merupakan variabel yang normal. Setelah mengetahui bahwa variabel yang diteliti bersifat normal maka tahap selanjutnya ialah menginterpretasikan Uji T melalui SPSS versi 16 dengan hasil sebagai berikut ;

Tabel 4.59

Tabel T-Test Output 1

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Manajemen_Layanan	40	101.42	8.950	1.415
Kepuasan_Pelanggan	40	80.02	6.915	1.093

Hasil tabel diatas menunjukkan jumlah sampel yang digunakan yaitu N= 40 disertai (Mean) rata-rata pada variabel manajemen layanan sebesar 101,42 sehingga pengaruh manajemen layanan berkategori “Baik” yang dilihat dari tabel 5.4 tentang skor penilaian dan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 80,02 sehingga pengaruh manajemen layanan berkategori “Baik” yang dilihat dari tabel 5.6 mengenai skor penilaian. Sedangkan S(standar deviasi) pada variabel manajemen layanan sebesar 8,950 dan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 6,915 dan besarnya standart error of mean pada variabel manajemen layanan sebesar 1,415 dan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 1,093.

Tabel 4.60

Tabel T-Test Output 2

One-Sample Test

	Test Value = 40					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Manajemen_Layanan	43.408	39	.000	61.425	58.56	64.29
Kepuasan_Pelanggan	36.606	39	.000	40.025	37.81	42.24

Dari hasil output kedua diatas menunjukkan bahwa *mean difference* pada variabel manajemen layanan sebesar 61,425, *Degree of freedom (DF)* sebesar 39 (N-1). Dan nilai t_{hitung} 43,408. Selanjutnya untuk untuk mengetahui nilai t_{tabel} dapat di lihat pada df 39 dan probilitas 0,05 sebesar 0,316 jadi dapat diketahui $43,408 > 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan *mean difference* pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 40,025, *Degree of freedom (DF)* sebesar 39 (N-1). Dan nilai t_{hitung} 36,606. Selanjutnya untuk untuk mengetahui nilai t_{tabel} dapat di lihat pada df 39 dan probilitas 0,05 sebesar 0,316 jadi dapat diketahui $36,606 > 0,316$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Setelah membaca dari hasil output pada tabel 4.54 dan tabel 4.55 dapat disimpulkan bahwa 0 nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga ada korelasi yang signifikan atau H_a diterima dan H_o ditolak. Selain dari nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dapat dilihat dari Sig, apabila sig $0,000 < 0,05$ maka ada korelasi atau H_a diterima dan H_o ditolak yang menunjukkan adanya hubungan/ pengaruh yang tinggi antara manajemen layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Langkah selanjutnya mencari adanya hubungan antara manajemen layanan pendidikan dengan kepuasan pelanggan di lembaga BMB Air-Langga wates-kediri menggunakan SPSS versi 16, berikut penjelasannya :

Tabel 4.61
Hasil Analisis Output 1

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Manajemen_Layanan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Tabel di atas menjelaskan tentang variabel manajemen layanan sebagai variabel independent dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependent, dan metode yang digunakan ialah metode enter.

Tabel 4.62
Hasil Analisis Output 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.440	.426	5.241

a. Predictors: (Constant), Manajemen_Layanan

Tabel diatas menjelaskan tentang besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,664, dari output tersebut diperoleh koefisiensi determinasi sebesar 0,440 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Kepuasan Pelanggan) terhadap variabel terikat adalah sebesar 44% sedangkan yang 66% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Tabel 4.63

Hasil Analisis Output 3
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	821.135	1	821.135	29.893	.000 ^a
	Residual	1043.840	38	27.469		
	Total	1864.975	39			

a. Predictors: (Constant), Manajemen_Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Dari output tersebut dapat diketahui bahwa nilai F-hitung = 29,893 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000<0,5. Maka model regresi dapat dipakai untuk memprekdisi variabel kepuasan pelanggan atau dengan kata lain ada pengaruh dari variabel manajemen layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.64

Hasil Analisis Output 4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.024	9.547		2.935	.006
	Manajemen_Layanan	.513	.094	.664	5.467	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 28,024, sedangkan manajemen layanan (b/koefisiensi regresi) sebesar 0,513, sehingga persamaan regresinya dapat diketahui dengan rumus : $Y = a + bX$

$$Y = 28,024 + 0,513X$$

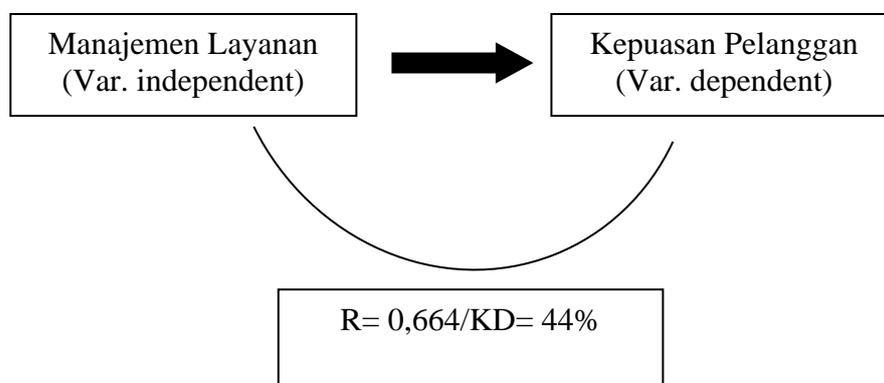
Persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa,

1. Konstanta sebesar 28,024 mengandung arti sebagai nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 28,024.
2. Koefisiensi regresi X sebesar 0,513 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai manajemen layanan, maka nilai kepuasan pelanggan bertambah sebesar 0,513. Koefisiensi regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Dari hasil analisis regresi linier sederhana variabel manajemen layanan dan kepuasan pelanggan dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut :

Bagan 4.2

Hasil Analisis



Berdasarkan bagan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen layanan memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Manajemen layanan memiliki hubungan terhadap kepuasan pelanggan dengan pengaruh sebesar 0,664 atau 44%. Sehingga diketahui bahwa 44% memiliki arti pengaruh yang diberikan manajemen layanan terhadap kepuasan pelanggan cukup baik.

5. Pembahasan

Sebuah lembaga pendidikan harus memiliki manajemen pelayanan yang baik dan tertata manajemennya²⁶, sehingga mampu mengatasi kendala-kendala dalam pemberian pelayanan baik untuk pelayanan pokok maupun pelayanan bantu.²⁷ Adapula faktor yang mempengaruhi dan mendukung manajemen layanan agar terlaksana dengan baik dan dapat mencapai tujuan manajemen layanan seperti,berwujud, kehandalan, daya tanggap, keyakinan dan empati pelanggan.²⁸ Untuk mengetahui manajemen layanan yang telah diterapkan di BMB Air-Langga Wates Kediri, maka peneliti telah menyebarkan angket pada peserta didik pada populasi jenjang SMA yang berjumlah 40 responden dan angket yang disebarkan berisi 25 pertanyaan. Setelah angket tersebar peneliti melakukan analisis dengan bantuan aplikasi SPSS versi 16 sehingga menghasilkan t_{hitung} sebesar 43,408 dengan nilai t_{tabel} 0,316. Hal tersebut menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak dan juga diketahui pula determinasi koefisiensinya sebesar 44% yang memiliki arti bahwa manajemen layanan di BMB Air-Langga

²⁶ Ratminto dan Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 4

²⁷ Marzuki Mahmud, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 63

²⁸ Fandy Tjiptono, *Manajemen jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 10

Wates Kediri memiliki prosentase sebesar 44 % dengan kategori Cukup Baik. Dengan nilai rata-rata 101,43 yang dilihat dari tabel *deskriptive statistic* termasuk dalam kategori baik.

Manajemen layanan yang baik pasti akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan ialah perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu pelayanan dan harapan yang diharapkan oleh pelanggan.²⁹ Adapula faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti , fitur produk dan jasa yang diberikan, emosi pelanggan, atribut/ fasilitas yang diberikan, persepsi terhadap penawaran yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.³⁰ Untuk membuktikan hubungan antara manajemen kelas dan kepuasan pelanggan peneliti melakukan penyebaran angket pada populasi jenjang SMA yang berjumlah 40 responden dan angket yang disebarkan berisi 20 pertanyaan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Tahap berikutnya setelah angket dikumpulkan ialah menganalisis data dengan bantuan aplikasi SPSS yang akhirnya ditemukan t_{hitung} sebesar 36,606 dengan nilai t_{tabel} 0,316. Hal tersebut menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Karena memiliki hasil H_a diterima dan H_o ditolak tentu saja Manajemen layanan memiliki pengaruh besar terhadap Kepuasan Pelanggan di BMB airlangga wates Kediri seperti halnya hasilnya yang searah dan positif. Jika manajemen layanan dilaksanakan semakin baik maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan tetapi bila manajemen pelayanannya semakin menurun kearah negatif tentu juga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tahap selanjutnya peneliti melakukan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS versi 16, sehingga diperoleh nilai *coefisient* $Y = 28,024 + 0,513X$ ($Y =$ Kepuasan Pelanggan, X Manajemen Layanan) nilai konstanta sebesar 28,024 menyatakan bahwa jika tidak ada manajemen layanan maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 28,024 dan kofisiensi 0,513 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 skor manajemen layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,513. Pada tabel *model summary* diperoleh hasil *R square* sebesar 0,440 dan *r-hitung* nya 0,664 sehingga nilai prosentasenya sebesar 44%. Hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen kelas memiliki nilai pengaruh 44% dan 66% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Dari penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa manajemen layanan memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan. Mengingat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor manajemen layanan perlu dikelola dan diperhatikan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

²⁹ Nurlailah, *Manajemen Pemasaran*, (Surabaya : UIN Sunan Ampel Press, 2014)

³⁰ Ja'mal Ma'mur Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*,(Yogyakarta:Divya Press,2015) 50

KESIMPULAN

Berdasarkan penyajian dan analisis data penelitian yang berjudul “Hubungan Manajemen Layanan Pendidikan Nonformal terhadap Kepuasan Pelanggan di Bimbingan dan Motivasi Belajar (BMB) Wates Kediri” maka peneliti dapat menyimpulkan :

1. Berdasarkan hasil rumusan masalah yang pertama yaitu tentang manajemen layanan pendidikan nonformal di BMB Air-Langga wates Kediri dapat disimpulkan bahwa termasuk dalam kategori “baik” dengan total skor rata-rata 101,43.
2. Berdasarkan hasil rumusan masalah yang kedua yaitu tentang Kepuasan Pelanggan di BMB Air-Langga wates keidri dapat disimpulkan bahwa termasuk dalam kategori “baik” dengan total skor rata-rata 80.05.
3. Berdasarkan hasil analisis data menyatakan bahwa manajemen layanan mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan hal ini dibuktikan dengan hasil dari $r_{hitung}/$ korelasi koefisiensi sebesar 0,664 dan sedangkan r_{tabel} untuk sampel sebanyak 40 responden ialah 0,312. Dengan diperolehnya data tersebut bisa simpulkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang memiliki arti H_a diterima dan H_o ditolak. Karena memiliki hasil H_a diterima dan H_o ditolak tentu saja Manajemen layanan memiliki pengaruh besar terhadap Kepuasan Pelanggan di BMB airlangga wates Kediri seperti halnya hasilnya yang searah dan positif. Jika manajemen layanan dilaksanakan semakin baik maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan tetapi bila manajemen pelayananya semakin menurun kearah negatif tentu juga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dan saran yang dapat membantu yakni dengan selesainya penelitian dengan data yang diperoleh, maka peneliti menyatakan :

1. Manajemen pelayanan memiliki potensi yang baik untuk menjaga kepuasan pelanggan. Sebab dengan manajemen yang baik dan konsisten tentu akan meningkatkan kepuasan bagi pelanggan, bila pelanggan puas tidak menutup kemungkinan akan mengajak saudara atau teman untuk datang lembaga pendidikan ini. Oleh karena itu staff dan tentor harus tetap menjaga kekompakan agar saat memberikan pelayanan kepada pelanggan terasa memuaskan.
2. Para siswa sebagai pelanggan tetap rajin masuk untuk menambah wawasan ilmu diluar jam sekolah formal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Asrohah, Hanun. *Manajemen Mutu Pendidikan*. Surabaya. UINSA PRESS.
- Azwar, Saifudin. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Azwar. 2002. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta. Pustaka Belajar..
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif “ Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya”*. Jakarta. Kencana.
- Daryanto. 2014. *Konsumen dan Pelayan Prima*. Yogyakarta. Gava Media.
- Faisal, Sanaipah dan Abdillah Hanafi. 1997. *Pendidikan Non Formal*. Surabaya. Usaha Nasional.
- Ghoni, Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendidikan kuantitatif*. Malang. UIN-Malang Press.

- Hajar, Ibnu. 2009. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam pendidikan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Handi, Irawan,. 2002 .*Prinsip kepuasan Pelanggan* . Jakarta. Gramedia.
- Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hasbullah. 1999. *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Irianto, Agus. 2007. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta. Kencana.
- Jtiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta. Andi.
- Juliansyah, Noor . 2012. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta. Kencana Perdana Media Group.
- Kholis, Nur. 2014. *Manajemen Strategi Pendidikan (Formulasi, Implementasi, dan Pengawasan*. Surabaya. UIN SUNAN AMPEL PREEES.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran, jilid 1 & 2 edisi Milenium*. Jakarta. PT. Prenhalindo.
- Kurniadin, Didin dan imam machali. 2016. *Manajemen Pendidikan Konsep dan Prinsip Pengelolaan Pendidikan*. Yogyakarta. Arruz Media.
- Lupiyadi, Rambut dan A. Handayani. 2006. *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Lupiyadi, Rambut dan A. Handayani. 2006. *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Marzuki, Saleh. 2010. *Pendidikan Nonformal*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya..
- Musfah, Jejen. 2015. *Manemen Pendidikan (Teori, Kebijakan, dan Praktik)*. Jakarta. prenada media group.
- Nurlailah. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya. UIN Sunan Ampel Press.
- Rahmawati, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2009. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Riwiyanto, Teguh. 2015. *Pengantar Pendidikan*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Silalahi, Aripin. 2006. *Progam kelas*. Jakarta. Sidikalang.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Kencana.
- Sugihartono. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta. UNY Press.
- Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsemen*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Suryabrata, Suryadi. 1983. *Metodologi Penelitian*. Jakarta. Rajawali.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen jasa*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality, and Satisfaction edisi 4*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Triwiyanto, Teguh. 2015. *Pengantar Pendidikan*. Jakarta. bumi aksara.
- Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, Bab 1, Pasal 1.
- Republik Indonesia. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 80 tahun 2013 Tentang Pendirian Pendidikan Nonformal. Bab 1 Pasal 1.
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 23 Tahun 2013 Tentang Perubahan Peraturan Pemerintah No 19 tahun 2005 Tentang Standart Nasional Pendidikan. Paragraf 4 Pasal 77L. Bagian Lima.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik

Skripsi Rustian Zaka Rullah. 2015. Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dalam Sistem Murabahah pada Leasing FIF Syari'ah Taman Palem Jawa Barat. Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Skripsi Rizka Rahma Nur Baiti. 2017. Evaluasi Kualitas Layanan Bimbingan Belajar Dengan Model 4D (Dissatisfaction, Disconfirmation, Dissonance dan Disaffected) di Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Nginden Intan Surabaya. Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Skripsi Discrafry Dela MP. 2012. Analisis Kualitas Layanan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan GSM Mentari pada PT Indosat Tbk. Makasar. Makasar. Universitas Hasanuddin Makassar.

<http://www.bmbairlangga.com/tentang-kami>, diakses pada 12 Agustus 2019

<http://www.bmbairlangga.com/visi-kami>, diakses pada 12 Agustus 2019

<http://www.bmbairlangga.com/keunggulan>, diakses pada 12 Agustus 2019