



## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Word of Mouth* Melalui Kepuasan Orang Tua Sebagai Variabel Intervening Pada Kidsstar Preschool di Kota Makassar**

**Imelda Utama<sup>1\*</sup>, Tin Agustina Karnawati<sup>2</sup>, Dany Moenindyah Handarini<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Magister Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Asia, Malang, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Malang, Indonesia

\*Corresponding Email: [aqimeldautama81@gmail.com](mailto:aqimeldautama81@gmail.com)

---

**INFO ARTIKEL****ABSTRAK**

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kepuasan Orang Tua, Dari Mulut ke Mulut

Beberapa permasalahan yang muncul di lembaga PAUD seiring dengan perkembangannya, salah satunya terkait dengan kurangnya kualitas layanan PAUD, yang tentunya dapat menimbulkan ketidakpuasan orang tua dan akan berdampak negatif pada persepsi orang tua dan pada akhirnya dapat mempengaruhi WOM yang dihasilkan. Penelitian ini menggunakan teknik Proportional Stratified Sampling. Instrumen tersebut mengambil kuesioner pada 58 responden orang tua siswa yang terdaftar sebagai siswa aktif hingga periode Mei 2024, antara lain 19 orang tua tingkat kelas Play Group, 17 orang tua tingkat TK kelas A dan 22 orang tua tingkat TK kelas B. Data penelitian yang diproses secara kuantitatif dengan teknik analisis jalur menggunakan perangkat lunak Smart PLS 4.1.0.4. Hasil penelitian ini didukung oleh data primer dengan menggunakan kuesioner. Analisis penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Word of Mouth, dimana semakin tinggi Kualitas Layanan, semakin tinggi Word of Mouth (2) Kepuasan Orang Tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap Word of Mouth, dimana semakin tinggi Kepuasan Orang Tua, semakin tinggi Word of Mouth. (3) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Orang Tua dimana semakin tinggi Kualitas Layanan, maka semakin tinggi Kepuasan Orang Tua. (4) Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan dari mulut ke mulut melalui Kepuasan Orang Tua.

**Keywords:** *Service Quality, Parent Satisfaction, Word of Mouth*

**ABSTRACT**

*Several problems arise in PAUD institutions along with their development, one of which is related to the lack of quality of PAUD services, which of course can cause dissatisfaction of parents and will have a negative impact on parents' perceptions and ultimately can affect the resulting WOM. This study used Proportional Stratified Sampling technique. The instrument took questionnaires on 58 respondents of parents of students who were registered as active students*

---

*until the May 2024 period, including 19 parents of Play Group class level, 17 parents of Kindergarten A class level and 22 parents of Kindergarten B class level. Quantitatively processed research data with path analysis techniques using Smart PLS 4.1.0.4 software. The results of this study are supported by primary data using a questionnaire. The analysis of this study shows that: (1) Service quality has a positive and significant effect on word of mouth, where the higher the Service Quality, the higher the Word of Mouth (2) Parental satisfaction has a positive and significant effect on Word of Mouth, where the higher the Parental Satisfaction, the higher the Word of Mouth. (3) Service quality has a positive and significant effect on Parental Satisfaction where the higher the Service Quality, the higher the Parental Satisfaction. (4) Service quality has a positive and significant effect on word of mouth through Parent Satisfaction.*

---

## **PENDAHULUAN**

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) merupakan lembaga Pendidikan yang diselenggarakan sebelum Pendidikan dasar, yang dapat diselenggarakan melalui pendidikan formal ataupun nonformal. Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) sendiri, menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional pada Pasal 1 ayat 14 dijelaskan bahwa Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) adalah upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak sejak kelahiran sampai dengan berusia enam tahun yang dilakukan untuk memberikan rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan jasmani serta rohani agar memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut (pusdiklat.perpusnas.go.id, 2003). Lembaga PAUD pada akhirnya sangat dibutuhkan sebagai wujud dari upaya penyiapan manusia masa depan yang memiliki kemampuan dalam beradaptasi melalui pengembangan kemampuan fisik, kognitif, bahasa, sosial emosional, konsep diri, disiplin, kemandirian, seni, moral dan nilai-nilai agama. Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa untuk menciptakan generasi yang cerdas dan berkualitas, maka pendidikan sebaiknya dilakukan sejak dini. Salah satu cara untuk memulainya adalah dengan menyelenggarakan lembaga pendidikan anak usia dini atau disingkat PAUD sebagai fase pondasi awal.

Lembaga PAUD di Indonesia sedang berkembang pesat sebagai respons terhadap meningkatnya kebutuhan pendidikan anak usia dini. Namun, beberapa tantangan masih ada, seperti kurangnya kualitas dan kuantitas guru PAUD, serta dukungan pemerintah yang belum optimal (Umiyati & Hartono, 2021). Kualitas layanan lembaga PAUD yang baik dapat meningkatkan kepuasan orang tua, yang pada gilirannya dapat memicu Word of Mouth (WOM) yang positif. WOM adalah salah satu bentuk promosi yang efektif karena berasal dari pengalaman langsung orang tua siswa (Lupiyoadi, 2006). WOM yang positif dapat meningkatkan reputasi lembaga pendidikan dan menarik lebih banyak siswa baru (Lovelock, 2011). Namun, WOM juga memiliki tantangan, termasuk penyebaran

informasi yang tidak terkendali dan ketergantungan berlebihan pada reputasi yang sulit dipertahankan (Wibowo, 2024).

Kualitas pelayanan adalah kesesuaian antara layanan yang diterima orang tua dengan harapan mereka, yang pada akhirnya dapat memberikan kepuasan (Kotler & Keller, 2006). Kemampuan lembaga pendidikan dalam memberikan layanan yang baik menjadi faktor penentu keberhasilan lembaga tersebut (Lupiyoadi, 2001). Kualitas pelayanan mencakup usaha memenuhi kebutuhan dan harapan orang tua, yang tidak hanya terkait aspek akademis tetapi juga non-akademis, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka, serta membangun reputasi positif lembaga pendidikan.

Menurut Kotler dan Keller (2015), kualitas layanan harus dimulai dari pemahaman mendalam tentang kebutuhan orang tua dan siswa, serta berakhir pada persepsi mereka. Persepsi ini menjadi penilaian menyeluruh terhadap keunggulan suatu pelayanan. Jika persepsi orang tua positif, hal ini dapat meningkatkan reputasi lembaga dan menarik lebih banyak siswa. Menurut Parasuraman (2001), ada empat faktor yang mempengaruhi harapan orang tua: komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, dan komunikasi eksternal. Faktor-faktor ini membentuk persepsi terhadap kualitas layanan yang kemudian berdampak pada tingkat kepuasan orang tua.

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan orang tua, sehingga mereka merasa puas dan termotivasi untuk menyebarkan pengalaman positif mereka melalui *Word of Mouth* (WOM) (Widyastuti, 2021; Philip Kotler, 2009). WOM adalah salah satu alat pemasaran yang efektif karena muncul dari pengalaman langsung orang tua dan dapat meningkatkan reputasi lembaga serta menarik calon siswa baru (Lupiyoadi, 2006; Kotler & Keller, 2006). Namun, ketidakpuasan orang tua bisa berdampak negatif pada WOM dan menurunkan jumlah siswa, sehingga sangat penting bagi lembaga untuk menjaga kualitas layanan agar tetap tinggi.

Kidsstar Preschool di Makassar, misalnya, memiliki beberapa kelebihan dalam pelayanan, seperti penyambutan siswa yang terstruktur, kurikulum berbasis bermain, dan program pendidikan karakter yang kuat. Namun, masih ada beberapa kekurangan yang mempengaruhi WOM, seperti kekhawatiran orang tua mengenai latar belakang pendidikan dan usia muda guru-guru di sekolah tersebut. Penelitian ini menyoroti pentingnya WOM dalam membentuk persepsi orang tua dan mempengaruhi reputasi lembaga pendidikan.

Penelitian terdahulu, yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan orang tua yang dilakukan oleh Fhery Catur Wibowo *et al.* (2024) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan, secara langsung dan tidak langsung terhadap *word of mouth* melalui kepuasan orang tua. Penelitian lain yang dilakukan oleh Arif Wicaksono, Paham Ginting dan Arlina Nurbaity Lubis (2022) menyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai dampak positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua, kualitas layanan mempunyai dampak positif dan pengaruh yang signifikan terhadap *word of mouth*, dan juga terdapat

pengaruh kualitas layanan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan orang tua sebagai *variable intervening*.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dendi Wika Valentama (2022). Penelitian Valentama menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh langsung antara kepuasan orang tua terhadap *word of mouth*. Selain itu, ditemukan tidak terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan orang tua. Terdapat juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Marini Wijaya (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan tidak signifikan pada *word of mouth* melalui kepuasan orang tua. Karena tidak signifikan maka dapat disimpulkan kepuasan orang tua tidak dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap *word of mouth*, jadi tidak terbukti kepuasan orang tua sebagai *variable intervening*.

Berdasarkan hasil pemaparan tersebut, terdapat ketidaksielarasan (*gap*) antara hasil penelitian terdahulu, yang selanjutnya akan digunakan sebagai rujukan untuk melakukan penelitian. Dari hasil pengumpulan teori dan fakta yang ada, perlu dilakukan kajian secara mendalam tentang pengaruh yang dapat menciptakan terbentuknya *word of mouth* melalui media kepuasan orang tua dalam hal ini subjek penelitiannya adalah orang tua dari peserta didik salah satu *Preschool* di kota Makassar. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi manajemen *Preschool* di kota Makassar guna membantu lembaga PAUD dalam meningkatkan kualitas layanannya, meningkatkan kepuasan orang tua, dan mendorong *WOM* positif untuk meningkatkan pertumbuhan jumlah peserta didik baru ke depannya dan pendapatan lembaga PAUD. Berdasarkan paparan latar belakang dan dukungan *gap research*, maka dirasa masih diperlukan kajian dalam penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth*, melalui Kepuasan Orang Tua sebagai Variabel *Intervening* pada *Kidsstar Preschool* di kota Makassar

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Mei-Juni 2024 melalui kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh orang tua dari siswa di *Kidsstar Preschool* Makassar yang terdaftar sebagai murid aktif sampai dengan periode Mei 2024 sebanyak 140 orang tua siswa yang terdiri dari 3 tingkatan kelas masing-masing 46 orang tua siswa dari Tingkat Kelas *Play Group*, 42 orang tua siswa dari Tingkat Kelas *TK A* dan 52 orang tua siswa dari Tingkat Kelas *TK B*. Melalui perhitungan dengan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel minimal adalah 58 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Proportional Stratified*. Sedemikian hingga diperoleh jumlah sampel sesuai dengan strata kelas sebagai berikut: (1) jumlah sampel dari *Play Group* sebanyak 19 orang tua siswa, (2) jumlah sampel dari *TK A* sebanyak 17 orang tua siswa, (3) jumlah sampel dari *TK B* sebanyak 22 orang tua siswa. Adapun Items pengukur variabel disajikan dalam Tabel 1. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis SEM-PLS yang terdiri dari Uji outer model, uji inner model, dan uji hipotesis menggunakan Software *SmartPLS* versi 4.1.0.4.

**Tabel 1. Items Pengukur Variabel**

Variabel	Indikator	Items Pengukur Variabel
<b>Kualitas Pelayanan (X)</b>	1. <i>Reliability</i> (Keandalan)	1. Konsistensi dalam memberikan layanan yang dijanjikan 2. Layanan yang tepat waktu 3. Kepatuhan terhadap standar dan prosedur yang telah ditetapkan
	2. <i>Assurance</i> (Jaminan)	1. Pengetahuan staff dalam memberikan layanan 2. Kompetensi staff dalam memberikan layanan 3. Sikap ramah dan sopan staff
	3. <i>Tangible</i> (Tampilan Fisik)	1. Kebersihan dan kenyamanan fasilitas 2. Penampilan professional staff 3. Kondisi peralatan yang digunakan
	4. <i>Empathy</i> (Empati)	1. Staff memahami kebutuhan orang tua 2. Staff memahami keinginan orang tua 3. Kemudahan dalam mendapatkan bantuan
	5. <i>Responsiveness</i>	1. Kecepatan respon terhadap permintaan orang tua 2. Kecepatan respon terhadap keluhan orang tua 3. Kesiapan staff untuk membantu dan memberikan layanan tambahan
<b>Kepuasan Orang Tua (Z)</b>	1. Kesesuaian harapan	1. Kualitas pendidikan sesuai dengan yang dijanjikan 2. Fasilitas memenuhi harapan 3. Layanan memenuhi harapan 4. Komunikasi sesuai dengan ekspektasi 5. Informasi sesuai dengan ekspektasi
	2. Minat berkunjung Kembali	1. Rencana untuk melanjutkan pendidikan anak ke tingkat selanjutnya 2. Mempertimbangkan untuk mendaftarkan anak-anak yang lain 3. Rencana untuk mendaftarkan anak ke program tambahan yang ditawarkan oleh sekolah
	3. Kesiapan merekomendasikan	1. Tingkat keyakinan bahwa sekolah layak untuk direkomendasikan 2. Bersedia memberikan rekomendasi positif
<b>Word of Mouth (Y)</b>	1. Cerita Positif	1. Menceritakan pengalaman menyenangkan 2. Cerita positif tersebar di media sosial atau <i>platform online</i> 3. Spontan berbicara baik tentang layanan sekolah
	2. Rekomendasi	1. Aktif merekomendasikan sekolah 2. Mengarahkan teman atau keluarga mencoba
	3. Dorongan/Ajakan	1. Mengajak mencoba secara langsung 2. Mengajak untuk bergabung

Sumber: Disusun oleh Peneliti (2024)

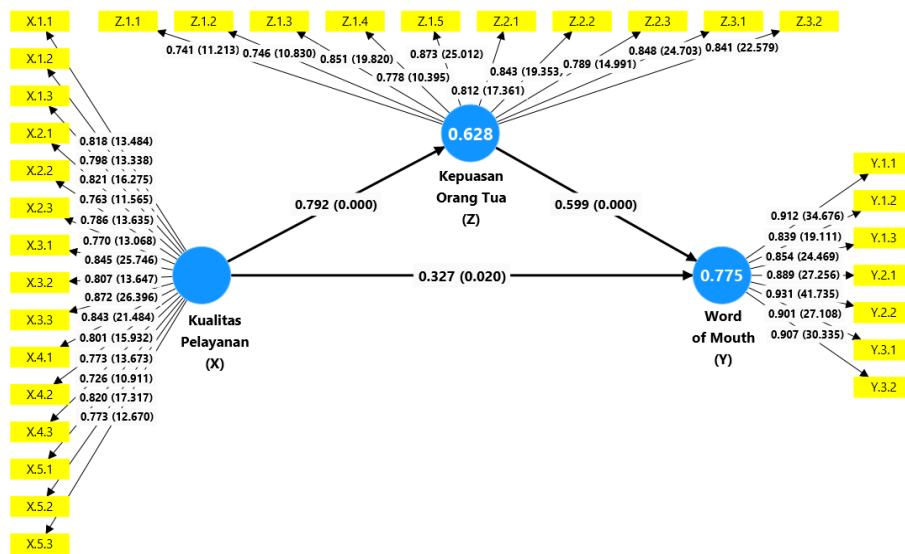
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Demografi Responden

Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 52 orang (89,7%), sisanya berjenis kelamin laki-laki sebanyak 6 orang saja (10,3%). Sebagian besar

responden bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 24 orang (41,4%). Responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 5 orang (8,6%), bekerja sebagai wirausaha sebanyak 9 orang (15,5%) dan responden yang merupakan ibu rumah tangga ada sebanyak 20 orang (34,5%). Sebagian besar responden berpendidikan Strata 1 sebanyak 45 orang (77,6%). Responden yang berpendidikan SMA sebanyak 5 orang (8,6%), Diploma sebanyak 4 orang (6,9%) dan Strata 2 juga sebanyak 4 orang (6,9%). Sebagian besar responden merupakan orang tua siswa dari kelas TK B sebanyak 22 orang (37,9%). Responden yang merupakan orang tua siswa dari kelas Play Group sebanyak 19 orang (32,8%) dan dari kelas TK A sebanyak 17 orang (29,3%).

**Outer Model Measurement**



**Gambar 1. Model Struktural**  
 Sumber: *Output Software SmartPLS 4.1.0.4 (2024)*

Gambar 1 merupakan *graphical output software SmartPLS* versi 4.1.0.4 hasil analisis SEM-PLS. Nilai *loading factor* pada Gambar tersebut adalah nilai yang terletak pada garis hubung antara variabel dengan item-item reflektifnya, tepatnya adalah angka yang tidak berada dalam tanda kurung.

**Tabel 2. Nilai AVE**

Variabel	AVE
Kualitas Pelayanan (X)	0,643
Kepuasan Orang Tua (Z)	0,662
Word of Mouth (Y)	0,793

Sumber: Data Output Software SmartPLS 4.1.0.4 Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa nilai AVE setiap variabel lebih besar dari 0,5. Artinya, instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan, Kepuasan Orang Tua, dan *Word of Mouth*, **Valid**.

**Tabel 3. Fornell-Larcker**

	Kualitas Pelayanan (X)	Kepuasan Orang Tua (Z)	<i>Word of Mouth</i> (Y)
Kualitas Pelayanan (X)	<b>0,802</b>	0,792	0,327
Kepuasan Orang Tua (Z)		<b>0,813</b>	0,599
<i>Word of Mouth</i> (Y)			<b>0,891</b>

Sumber: Data Output Software SmartPLS 4.1.0.4 Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 3 di atas terlihat bahwa nilai Fornell-Larcker Kualitas Pelayanan sebesar 0,802 lebih besar dari korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan orang Tua yang sebesar 0,792; juga lebih besar dari korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan *Word of Mouth* yang sebesar 0,327. Nilai Fornell-Larcker Kepuasan Orang Tua sebesar 0,813 lebih besar dari korelasi antara Kepuasan Orang Tua dengan Kualitas Pelayanan yang sebesar 0,792; juga lebih besar dari korelasi antara Kepuasan Orang Tua dengan *Word of Mouth* yang sebesar 0,599. Nilai Fornell-Larcker *Word of Mouth* sebesar 0,891 lebih besar dari korelasi antara *Word of Mouth* dengan Kualitas Pelayanan yang sebesar 0,327; juga lebih besar dari korelasi antara *Word of Mouth* dengan Kepuasan Orang Tua yang sebesar 0,599. Artinya, pada tataran konstruk, secara diskriminan, indikator-indikator atau item-item yang digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan, Kepuasan Orang Tua, dan *Word of Mouth*, **Valid**.

**Tabel 4. Cross-Loading**

Items	X1	Z	Y	Items	X1	Z	Y
X.1.1	<b>0,818</b>	0,633	0,675	Z.1.1	0,659	<b>0,741</b>	0,649
X.1.2	<b>0,798</b>	0,563	0,620	Z.1.2	0,563	<b>0,746</b>	0,549
X.1.3	<b>0,821</b>	0,620	0,678	Z.1.3	0,608	<b>0,851</b>	0,637
X.2.1	<b>0,763</b>	0,531	0,547	Z.1.4	0,598	<b>0,778</b>	0,595
X.2.2	<b>0,786</b>	0,643	0,598	Z.1.5	0,658	<b>0,873</b>	0,777
X.2.3	<b>0,770</b>	0,685	0,632	Z.2.1	0,622	<b>0,812</b>	0,644
X.3.1	<b>0,845</b>	0,754	0,690	Z.2.2	0,665	<b>0,843</b>	0,669
X.3.2	<b>0,807</b>	0,625	0,644	Z.2.3	0,653	<b>0,789</b>	0,648
X.3.3	<b>0,872</b>	0,710	0,754	Z.3.1	0,666	<b>0,848</b>	0,825
X.4.1	<b>0,843</b>	0,606	0,599	Z.3.2	0,724	<b>0,841</b>	0,889
X.4.2	<b>0,801</b>	0,565	0,580	Y.1.1	0,822	0,815	<b>0,912</b>
X.4.3	<b>0,773</b>	0,544	0,530	Y.1.2	0,696	0,647	<b>0,839</b>
X.5.1	<b>0,726</b>	0,570	0,576	Y.1.3	0,751	0,741	<b>0,854</b>
X.5.2	<b>0,820</b>	0,740	0,797	Y.2.1	0,627	0,712	<b>0,889</b>
X.5.3	<b>0,773</b>	0,658	0,632	Y.2.2	0,761	0,830	<b>0,931</b>
				Y.3.1	0,640	0,781	<b>0,901</b>
				Y.3.2	0,681	0,801	<b>0,907</b>

Sumber: Data Output Software SmartPLS 4.1.0.4 Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4 nilai *Cross Loading*, diketahui bahwa semua nilai *cross loading* setiap item pengukur terhadap variabel yang dituju lebih besar dibandingkan

terhadap variabel-variabel lainnya. Ini menunjukkan bahwa *outer model* untuk indikator reflektif, secara diskriminan, **Valid**.

**Tabel 5. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Kualitas Pelayanan (X)	0,960	0,963	0,964
Kepuasan Orang Tua (Z)	0,943	0,947	0,951
Word of Mouth (Y)	0,956	0,959	0,964

Sumber: Data Output Software SmartPLS 4.1.0.4 Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 5 di atas, diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* setiap variabel penelitian lebih besar dari 0,6 dengan nilai Composite reliability lebih besar dari 0,8. Ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan, Kepuasan Orang Tua, dan *Word of Mouth*, reliabel.

**Inner Model Measurement**

**Tabel 6. Hasil t-test**

	Original sample (O)	T statistics ((O/STDEV))	P values	Keterangan
<b>Pengaruh Langsung</b>				
Kualitas Pelayanan (X) -> Kepuasan Orang Tua (Z)	<b>0,792</b>	<b>16,641</b>	<b>0,000</b>	Positif Signifikan
Kualitas Pelayanan (X) -> <i>Word of Mouth</i> (Y)	<b>0,327</b>	<b>2,333</b>	<b>0,020</b>	Positif Signifikan
Kepuasan Orang Tua (Z) -> <i>Word of Mouth</i> (Y)	<b>0,599</b>	<b>4,427</b>	<b>0,000</b>	Positif Signifikan
<b>Pengaruh Tidak Langsung</b>				
Kualitas Pelayanan (X) -> Kepuasan Orang Tua (Z) -> <i>Word of Mouth</i> (Y)	<b>0,474</b>	<b>3,991</b>	<b>0,000</b>	Positif Signifikan Mediasi Parsial

Sumber: Data Output Software SmartPLS 4.1.0.4 Diolah (2024)

Berdasarkan data dalam Tabel 6 di atas, maupun dalam Gambar 1 sebelumnya, maka persamaan struktural yang terbentuk adalah:

$$Z = 0,791 X + e1$$

$$Y = 0,327 X + 0,599 Z + e2$$

di mana Y adalah *Word of Mouth*, Z adalah Kepuasan Orang Tua, X adalah Kualitas Pelayanan, e1 dan e2 adalah *error term*.

Berdasarkan persamaan struktural yang terbentuk, diketahui bahwa koefisien jalur pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth* bernilai positif sebesar 0,327 satuan, di mana semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi *Word of Mouth*. Adapun peningkatan di setiap satu satuan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan *Word of Mouth* sebesar 0,327 satuan. Berdasarkan data dalam Tabel 6 diketahui nilai t-statistics koefisien jalur pengaruh Kualitas Pelayanan menuju *Word of Mouth* sebesar 2,333 > 1,96



(nilai Z-score normal untuk  $\alpha = 0,05$ ) dan p-value sebesar  $0,020 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*. Sedemikian hingga hipotesis pertama penelitian (H1) **diterima**.

Berdasarkan persamaan struktural yang terbentuk, diketahui bahwa koefisien jalur pengaruh Kepuasan Orang Tua terhadap *Word of Mouth* bernilai positif sebesar 0,599 satuan, di mana semakin tinggi Kepuasan Orang Tua maka semakin tinggi *Word of Mouth*. Adapun peningkatan di setiap satu satuan Kepuasan Orang Tua akan meningkatkan *Word of Mouth* sebesar 0,599 satuan. Berdasarkan data dalam Tabel 5.16 diketahui nilai t-statistics koefisien jalur pengaruh Kepuasan Orang Tua menuju *Word of Mouth* sebesar  $4,427 > 1,96$  (nilai Z-score normal untuk  $\alpha = 0,05$ ) dan p-value sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa Kepuasan Orang Tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*. Sedemikian hingga hipotesis kedua penelitian (H2) **diterima**.

Berdasarkan persamaan struktural yang terbentuk, diketahui bahwa koefisien jalur pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Orang Tua bernilai positif sebesar 0,792 satuan, di mana semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi Kepuasan Orang Tua. Adapun peningkatan di setiap satu satuan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Orang Tua sebesar 0,792 satuan. Berdasarkan data dalam Tabel 5.16 diketahui nilai t-statistics koefisien jalur pengaruh Kualitas Pelayanan menuju Kepuasan Orang Tua sebesar  $16,641 > 1,96$  (nilai Z-score normal untuk  $\alpha = 0,05$ ) dan p-value sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Orang Tua. Sedemikian hingga hipotesis ketiga penelitian (H3) **diterima**.

Berdasarkan data dalam Tabel 5.16 diketahui nilai t-statistics pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Orang Tua sebesar  $3,991 > 1,96$  (nilai Z-score normal untuk  $\alpha = 0,05$ ) dan p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan koefisien jalur tidak langsung bersifat positif sebesar 0,474 satuan. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Orang Tua. Sedemikian hingga hipotesis keempat penelitian **diterima**. Sebelumnya telah dibuktikan jika Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* (Hipotesis 1 diterima), dan karena pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Orang Tua (Hipotesis 4 diterima), maka Kepuasan Orang Tua merupakan **mediasi parsial**, di mana kedudukannya sebagai variabel independen maupun sebagai variabel mediasi sama-sama kuatnya.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth*

Berdasarkan hasil analisis diketahui Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* pada *Kidsstar Preschool* di kota Makassar, di mana semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula *Word of Mouth*. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan hasil dengan Penelitian Fery Catur, Fathorrahman,

dan Theresia (2024), Dendi Wika, Eliyusnadi dan Awal (2022), Putri dan Ni Wayan (2023), Didik Priyo, Yustino, dan Wiyarni (2023), Arif Wicaksono, Paham dan Arlina (2022), Ernita Siagian (2019), Zesy Pratiwi, Abdul Razak, dan La Ode (2019), dan Andriyani Widyastuti dan Rina (2021) namun bertolak belakang dengan penelitian Marini Wijaya (2022) yang hasil analisisnya diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh namun tidak signifikan pada *word of mouth*.

Parasuraman (2001) dalam Widyastuti (2021) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan keandalan, selain itu pelayanan juga sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi dari mulut ke mulut. Persepsi inilah yang mempengaruhi pelayanan yang diharapkan (*expectation*) dan pelayanan yang dirasakan (*perception*) yang membentuk adanya konsep kualitas layanan. Parasuraman (2001) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Jika pihak sekolah memiliki kemampuan dalam memenuhi kelima dimensi tersebut, maka diharapkan sekolah dapat memenuhi atau melebihi harapan orang tua siswa tentang kualitas pelayanan pendidikan yang diterimanya di sekolah, sehingga orang tua akan merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah yang selanjutnya akan memberikan pengalaman positifnya (*word of mouth*) kepada calon orang tua siswa lainnya. Hal ini juga memiliki kesamaan dengan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula *Word of Mouth*. Kualitas layanan PAUD yang baik dapat meningkatkan kepuasan orang tua siswa dan mendorong mereka untuk merekomendasikan PAUD tersebut kepada orang lain melalui *word of mouth (WOM)*.

### **Pengaruh Kepuasan Orang Tua terhadap *Word of Mouth***

Berdasarkan hasil analisis diketahui Kepuasan Orang Tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth*, di mana semakin tinggi Kepuasan Orang Tua maka semakin tinggi *Word of Mouth*. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan hasil dengan Penelitian Fhery Catur, Fathorrahman, dan Theresia (2024), Marini Wijaya (2022), Putri dan Ni Wayan (2023), Deni Yudiantoro, Widji, dan Harianto (2019), Didik Priyo, Yustino, dan Wiyarni (2023), Arif Wicaksono, Paham dan Arlina (2022), Ernita Siagian (2019), dan Zesy Pratiwi, Abdul Razak, dan La Ode (2019) namun bertolak belakang dengan penelitian Dendi Wika, Eliyusnadi dan Awal (2022), yang hasil analisisnya diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh langsung antara kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*.

Orang tua siswa yang merasa puas cenderung lebih setia, membeli lebih banyak produk atau layanan yang diberikan, serta memberikan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif yang pada akhirnya dapat memberikan keuntungan pada lembaga pendidikan (Lupiyoadi, 2014). Dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk para siswa dan orang tua siswa, maka diharapkan orang tua merasa puas dan selanjutnya dapat memberikan informasi positif (*word of mouth*) yang akan mengajak para calon orang tua siswa baru lainnya untuk juga ikut bergabung menyekolahkan anaknya. Menurut Tjiptono (2008), kepuasan orang tua dapat memberikan beberapa

manfaat dan salah satunya adalah dapat menjadi media iklan yang efektif melalui *word of mouth*. Hal ini juga memiliki kesamaan dengan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi Kepuasan Orang Tua maka semakin tinggi pula *Word of Mouth*. Dengan demikian semakin baik kualitas jasa layanan suatu lembaga PAUD, maka nantinya akan mewujudkan kepuasan orang tua siswa. Orang tua siswa yang merasa puas dengan layanan PAUD cenderung akan merekomendasikan lembaga tersebut kepada orang lain (*WOM*) dan pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi lembaga PAUD.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Orang Tua**

Berdasarkan hasil analisis diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Orang Tua, di mana semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi Kepuasan Orang Tua. Hasil penelitian ini memiliki kesamamaan hasil dengan Penelitian Fhery Catur, Fathorrahman, dan Theresia (2024), Marini Wijaya (2022), Dendi Wika, Eliyusnadi dan Awal (2022), Putri dan Ni Wayan (2023), Deni Yudiantoro, Widji, dan Harianto (2019), Didik Priyo, Yustino, dan Wiyarni (2023), dan Arif Wicaksono, Paham dan Arlina (2022), Ernita Siagian (2019).

Menurut Lupiyoadi (2014), cara untuk mencapai kepuasan orang tua siswa dalam jasa pendidikan adalah melalui fokus pada peningkatan kualitas layanan, memberikan pelayanan yang *excellent* kepada orang tua siswa dan membangun hubungan yang kuat dengan orang tua siswa. Menurut Lupiyoadi (2006) terdapat 5 faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan orang tua siswa dan salah satunya yaitu kualitas pelayanan. Kualitas layanan berpengaruh kuat terhadap kepuasan orang tua, dimana kualitas layanan yang baik dapat memberikan motivasi kepada orang tua siswa untuk melakukan transaksi ulang dalam hal ini melanjutkan ke jenjang berikutnya pada lembaga yang sama atau menyekolahkan saudara anaknya yang lain di lembaga yang sama dan setia dengan lembaga pendidikan tersebut. Hal ini juga memiliki kesamaan dengan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan orang tua. Dengan demikian semakin baik kualitas jasa layanan suatu lembaga PAUD maka akan mewujudkan kepuasan orang tua siswa.

### **Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Orang Tua**

Berdasarkan hasil analisis diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Orang Tua. Hasil penelitian ini memiliki kesamamaan hasil dengan Penelitian Fhery Catur, Fathorrahman, dan Theresia (2024), Putri dan Ni Wayan (2023), Didik Priyo, Yustino, dan Wiyarni (2023), Arif Wicaksono, Paham dan Arlina (2022), dan Ernita Siagian (2019), namun bertolak belakang dengan penelitian Marini Wijaya (2022), Dendi Wika, Eliyusnadi dan Awal (2022), yang hasil analisisnya diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan orang tua.

Berdasarkan data yang terkumpul, terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan orang tua, dan *word of mouth*. Kualitas pelayanan yang baik terbukti

memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan orang tua, yang pada gilirannya mempengaruhi kecenderungan orang tua untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain. Kotler dan Keller (2015) menyatakan bahwa kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan orang tua dan siswa dan berakhir pada persepsi orang tua, dimana persepsi orang tua terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Tujuan diadakannya pelayanan adalah agar orang tua merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi lembaga pendidikan akan memperoleh laba maksimum. Orang tua siswa yang merasa puas cenderung lebih setia, membeli lebih banyak produk atau layanan yang diberikan, serta memberikan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif yang pada akhirnya dapat memberikan keuntungan pada lembaga pendidikan (Lupiyoadi, 2014).

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Kidsstar Preschool Makassar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Word of Mouth, baik secara langsung maupun melalui kepuasan orang tua. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan orang tua, yang pada gilirannya meningkatkan Word of Mouth positif tentang sekolah tersebut. Penelitian ini juga mengidentifikasi pentingnya layanan yang lebih personal, komunikasi yang rutin dan responsif dengan orang tua, serta pengembangan sistem umpan balik yang proaktif untuk meningkatkan kepuasan orang tua dan memperkuat reputasi sekolah melalui Word of Mouth. Keterbatasan pada metode pengumpulan data menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih komprehensif dalam penelitian selanjutnya untuk mengurangi potensi bias dan menghasilkan temuan yang lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif Wicaksono, Paham Ginting, Arlina Nurbaity Lubis. (2022). The effect of service quality of e-ticketing technique on word of mouth and repurchase intention with customer satisfaction as an intervening variable in online services at Traveloka in Binjai city. *International Journal of Research and Review*, Vol. 9(8), 275-295.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*, 14th Edition. Harlow: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen pemasaran*. Jilid I, Edisi kesebelas. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip., K. L. (2009). *Marketing Management An Asian Perspective*. New York: Pearson.
- Lovelock, Christopher H., & Wirtz, Jochen. (2011). *Service marketing: People, technology, strategy* (7th. ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. Jakarta. Salemba Empat
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie. A., and Berry, Leonard L. 2015. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing* Vol. 49, pp. 41-50.7.
- Parasuraman., V.A, Zeithaml., L.L. Berry. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64 (1), p. 12-43.
- Philip Kotler, K. L. (2006). *Marketing Management An Asian Perspective*. In K.L. Philip Kotler, *Marketing Management An Asian Perspective*. New York: Pearson.
- Pratiwi, Zesy., Abdul Razak., dan La Ode Almana. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap *Word of Mouth* pada Jasa Perhotelan (Studi Kasus pada Hotel Piazza Inn Kendari). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2 (1), Juni 2019, pp. 55-67.
- Putri, L. G. D. A. W., & Suprpti, N. W. S. (2023). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap *Word Of Mouth* Pada Pelanggan Klinik Kecantikan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12 No. 08, Agustus 2023, pages: 1508-1519.
- Siagian, E. (2019). Pengaruh Pelayanan Akademik Yang Berkualitas Terhadap Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Program Studi Magister Kesehatan Masyarakat Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 4(1), 260-272.
- Sutedja, Wir. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. PT. Grasindo, Anggota IKAPI: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: Andi.
- Umiyati, H., & Hartono, R. (2021). Pengaruh kualitas layanan pendidikan lembaga PAUD terhadap tingkat kepuasan orang tua murid. *Jurnal Serasi*, 19(2), 87-102.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta: Depdiknas.
- Valentama, D. W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Word Of Mouth* (WOM) Melalui Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Kota Sungai Penuh: Dendi Wika Valentama, Eliyusnadi, Awal Khairi. *Jurnal Administrasi Nusantara Maha*, 4(1), 67-83.
- Wibowo, F. C., & Pradiani, T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap *Word Of Mouth*, Melalui Kepuasan Orang Tua Sebagai Variable Intervening Pada Lembaga Kursus Gambar Funart Studio Di Kota Semarang. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 15(2), 330-340.
- Widyastuti, A., & Istiqomawati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Biaya Pendidikan pada *Word of Mouth* di STEI Yogyakarta. *Aktiva: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 73-81.
- 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 Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 56-72.
- Yudiantoro, D., Astuti, W., & Respati, H. (2019). The Influence of Relationship Marketing and Service Quality on Customer Satisfaction and Impact on *Word of Mouth* Customers at the Bank Rakyat Indonesia Tulungagung Branch.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)