

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Definisi manajemen menurut Stoner yang diterjemahkan oleh Handoko (2015:8) menyatakan bahwa: “Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan”. Pendapat lain dikemukakan oleh Luther Gulick yang diterjemahkan oleh Handoko (2015:11) menyatakan: “Manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (*science*) yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem kerjasama ini lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.”

Menurut M. Manullang (2018:2) yang dikutip oleh R. Supomo dan Eti Nurhayati adalah: “Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.

Manajemen pemasaran menurut Manullang dan Hutabarat (2016) adalah proses dalam menganalisa, merencanakan, melaksanakan dan mengontrol kegiatan dalam pemasaran yang mencakup ide-ide, barang dan jasa yang berdasar pertukaran dengan tujuan untuk menghasilkan kepuasan konsumen dan tanggung jawab produsen.

Berdasarkan beberapa definisi manajemen dari para ahli dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, menganalisis, pengorganisasian dan pengontrolan dari rencana yang sudah disepakati diawal, proses tersebut sangat mempengaruhi berjalan atau tidak suatu pemasaran maka dari pada itu hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen baik individu maupun organisasi untuk menghasilkan kepuasan konsumen.

2.1.1. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas Pelayanan Menurut Fandy Tjiptono (2005), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Pasuraman yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Lebih lanjut, Tjiptono menjelaskan bahwa apabila pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan Produk/Jasa

Sebagai Lembaga Pendidikan yang memberikan produk dalam bentuk jasa, maka suatu Lembaga PAUD harus mampu memberikan kualitas pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Menurut Kotler (2009:45). Ada lima dimensi pokok kualitas jasa yang dapat dipenuhi untuk menciptakan kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Bukti fisik (*Tangible*)

Meliputi penampilan fasilitas fisik penyedia jasa seperti gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan fisik dari personel penyediaan jasa. Bagi Lembaga PAUD,

ada beberapa kelengkapan khusus yang harus dapat dipenuhi. Menurut Muliawan (2009:55) menambahkan bahwa syarat utama pemilihan lokasi serta tempat kegiatan playgroup dan taman kana-kanak yang strategis yang mudah terjangkau adalah:

- a. Gedung terletak dipinggir jalan utama, atau minimal jalan yang dapat dilalui kendaraan roda empat,
- b. Transportasi mudah dan lancar,
- c. Lingkungan mendukung dan keamanan terjamin,
- d. Diutamakan rumah atau gedung milik sendiri.

Untuk lebih detail rencana penyediaan prasarana dan fasilitas pendidikan playgroup dan taman kanak-kanak yang baik mencakup:

- 1) ruang bermain outdoor yang dilengkapi alat permainan yang aman,
- 2) ruang bermain indoor yang aman,
- 3) ruang ibadah,
- 4) ruang pusat sumber belajar dan perpustakaan,
- 5) ruang kesehatan,
- 6) ruang audiovisual,
- 7) ruang kelas,
- 8) ruang toilet dan kamar mandi.

Berikut ini adalah hal-hal yang harus dipertimbangkan dalam perlengkapan Gedung dan area lain:

- 1) Fisik bangunan dalam kondisi baik,
- 2) Ada pesawat telpon,
- 3) Listrik kapasitas minimal 5500 watt,
- 4) Air sumur/pam lancar,
- 5) Halaman cukup luas sebagai arena bermain outdoor,
- 6) Ada tempat parkir kendaraan,
- 7) Ruang, setiap saat bias dan boleh diubah sesuai kebutuhan

2. Empati (*Empathy*)

Empati adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti, kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada pelanggan dan urusan perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus terhadap lima dimensi jasa ini. Dalam lingkup PAUD, maka hal ini dapat diartikan bahwa seseorang tenaga pendidik anak usia dini harus memiliki kompetensi sosial yang baik dan unggul. Tenaga pendidik, karyawan, maupun staf yang berkecimpung di Lembaga PAUD diharapkan dapat beradaptasi dengan lingkungannya serta berkomunikasi secara efektif bersama orang tua dan anak.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan berarti kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan tepat (*accurately*), kemampuan untuk dapat dipercaya (*dependably*), serta tepat waktu. Dalam lingkungan PAUD, dimensi reliability berhubungan dengan kompetensi pendidikan dan karyawan yang ikut berkecimpung dalam Lembaga PAUD. Menurut permen No.58 Tahun 2009, Pendidikan anak usia dini adalah profesional yang bertugas yang bertugas merencanakan, merencanakan proses pembelajaran, dan menilai hasil pembelajaran, serta melakukan bimbingan, pengasuhan dan perlindungan anak didik. Pendidikan PAUD bertugas dibagian jenis layanan baik pada jalur pendidikan formal maupun nonformal seperti KT/RA, KB, TPA dan bentuk lainnya yang sederajat. Pendidikan PAUD pada jalur Pendidikan Pendidikan formal terdiri atas guru dan guru pendamping; sedangkan Pendidikan PAUD pada jalur pendidikan nonformal terdiri atas guru, guru pendamping dan pengasuh. Tentang kependidikan bertugas melaksanakan administrasi, pengelolaan, pengembangan, pengawasan dan pelayanan teknis untuk menunjang proses pendidikan pada Lembaga PAUD. Tenaga kependidikan PAUD jalur pendidikan nonformal terdiri atas: pemilik, pengelola, administrasi dan petugas kebersihan.

4. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kesigapan merupakan dimensi yang menekankan kepada kesediaan penyediaan jasa dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan pelanggan secara cepat dan tepat. Dalam lingkup PAUD, dimensi kesigapan ini lebih berfokus pada sikap, sifat, dan tanggung jawab pendidik, karyawan atau staf yang berhubungan dengan Lembaga PAUD tersebut. Dimensi kesigapan ini berhubungan erat dengan ketepatan, kecepatan, dan kecermatan para tenaga pendidik PAUD dalam memberikan pelayanan, informasi, serta solusi terhadap setiap masalah yang dihadapi oleh anak didik maupun orang tua anak.

5. Jaminan (*Assurance*)

Dimensi ini menekankan kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan dan keyakinan dan rasa percaya diri pelanggan bahwa penyediaan jasa maupun memenuhi kebutuhan pelanggannya. Meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, serta kemampuan, dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan. Dalam lingkungan pendidik PAUD, maka dimensi *assurance* ini sangat berhubungan dengan kompetensi kepribadian yang harus dimiliki oleh seorang pendidik PAUD. Seorang pendidik anak usia dini, maka harus mampu bersikap sesuai dengan norma sosial, agama, dan budaya yang berlaku, bersikap dan berperilaku sesuai dengan psikologis anak, serta mampu menampilkan pribadi yang berbudi pekerti luhur.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dimensi kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa antara lain: bukti fisik (*tangible*), dimensi empati (*empathy*), dimensi keandalan (*reliability*), dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dan dimensi jaminan (*assurance*).

2.1.3. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen sangat penting untuk kelangsungan suatu organisasi/lembaga. Menurut Irawan (2003:32), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang mendapat kesan dari membandingkan hasil pelayanan kinerja dengan harapan-harapannya. Tjiptono (2006:349) berpendapat bahwa kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon pelanggan sebagai hasil dan evaluasi ketidaksesuaian kinerja/tindakan yang dirasakan sebagai akibat dari tidak terpenuhinya harapan. Hal ini juga dinyatakan oleh Sugito (2005:15) yang menyebutkan bahwa tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja atau hasil produk/jasa yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja atau hasil produk/jasa di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan yang ditunjukkan oleh pelanggan atau konsumen terhadap hasil dari kinerja atau layanan yang diberikan oleh perusahaan atau lembaga tertentu.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Rangkuti (2006:32), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan berhubungan dengan kepuasan konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Widhiarsa (2011:45) bahwa tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan atau penyedia layanan, yaitu:

- a. Kualitas produk
- b. Emosional
- c. Harga
- d. Biaya

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa banyak faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, kualitas produk/jasa, faktor emosional, harga dan biaya. Orang tua sebagai pelanggan atau konsumen pendidikan anak usia dini cukup

cermat dan mulai mengerti cara memilih Lembaga PAUD yang dianggap tepat bagi anak. Tren orang tua siswa dewasa ini ternyata tidak hanya melihat *positioning* sekolah unggulan, andalan, dan favorit sebagai satu-satunya pertimbangan untuk memutuskan bersekolah di lembaga tersebut. Oleh karena itu, Lembaga PAUD dituntut untuk melakukan melakukan inovasi-inovasi yang mengikuti perkembangan zaman.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Pengertian pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2008:6), “merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”.

Tingkatan kepuasan dapat mengacu pada fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja, khususnya kinerja pelayanan dan lain sebagainya dibawah harapan, maka pelanggan akan tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan memberikan ungkapan rasa kepuasannya. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan tersebut.

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pada dasarnya merupakan suatu harapan yang ingin diperoleh oleh para pelanggan, baik dalam bentuk harga, pelayanan, kenyamanan, atau hal-hal lain yang secara langsung akan memberi kepuasan kepada pelanggannya. Apabila suatu harapan tersebut tidak terpenuhi sesuai dengan kebutuhannya, sehingga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan mencari produk yang lain bahkan menjatuhkan citra perusahaan.

Adapun teori tentang kepuasan pelanggan kepuasan konsumen terbagi menjadi dua bagian:

1. Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misal: karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.

2. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misal: Perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, perusahaan harus melakukan 4 (empat) hal, yaitu antara lain;

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya
2. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas
3. Memahami strategi kualitas layanan pelanggan dan
4. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Suatu perusahaan perlunya mengidentifikasi pelanggannya, karena kepuasan pelanggan ini tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi. Bentuk Kepuasan pelanggan tergantung kepada harapan pelanggan tersebut, pendapat Yoeti (2000:32) bahwa terdapat 3 (tiga) kemungkinan kepuasan yang berhubungan dengan performance dan harapan (*expectation*), yaitu:

1. *Performance < Expectation*. Hal ini terjadi bila pelanggan mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan jelek, karena harapan pelanggan tidak terpenuhi ataupun pelayanannya kurang baik sehingga belum memuaskan pelanggan;
2. *Performance = Expectation*. Tidak istimewa, pelayanan yang diberikan biasa saja, karena belum memuaskan pelanggan;
3. *Performance > Expectation*. Hal ini terjadi apabila pelayanan terhadap pelanggan baik dan memuaskan pelanggannya. Ini kepuasan pelanggan optimal, bila diperhatikan apa yang jadi keinginan/harapan pelanggan dan berusaha melebihi suatu harapan para pelanggannya.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kepuasan orang tua terhadap layanan Pendidikan Lembaga PAUD di PAUD KB Al-Kautsar Kecamatan Ciawi belum pernah dilakukan sebelumnya. Meskipun demikian terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Prianto (2011) yang meneliti tentang “faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan orang tua terhadap layanan Pendidikan di sekolah”. Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa variabel manifestasi menentukan derajat kepuasan orang tua siswa dengan layanan pendidikan di sekolah. Derajat kepuasan orang tua mencakup dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Dalam penelitian ini juga mengungkapkan bahwa pihak sekolah diharapkan oleh orang tua agar lebih tanggap dengan keinginan, harapan dan keluhan para orang tua.

Saputri (2013) melakukan penelitian mengenai “pengaruh kualitas layanan pendidikan lembaga PAUD terhadap tingkat kepuasan orang tua di Kecamatan Gunungpati Kota Semarang”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengaruh kualitas layanan pendidikan lembaga PAUD terhadap tingkat kepuasan orang tua dengan sumbangan efektif sebesar 4,9%, terdapat pengaruh kompetensi kepala sekolah terhadap keefektifan kinerja dengan sumbangan efektif sebesar 65,2%.

Saptaningtyas (2008) meneliti tentang “kajian kesesuaian antara permintaan dan penyediaan lembaga pendidikan anak usia dini jalur nonformal di Kecamatan Jebres Kota Surakarta”. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah terjadi ketidaksesuaian antara permintaan dan ketersediaan lembaga PAUD NonFormal di Kecamatan Jebres Kota Surakarta yang dikarenakan kurangnya sosialisasi dan kerjasama antara Pemerintah, Masyarakat dan Pihak Swasta, dibuktikan dengan tidak meratanya sebaran lembaga PAUD NonFormal di Kecamatan Jebres. Sebanyak 97% anak usia dini belum terlayani PAUD NonFormal. Belum optimalnya peran organisasi dibidang PAUD NonFormal dalam mendukung program PAUD. Dukungan Pemerintah Kota Surakarta dibidang PAUD NonFormal berupa dana, ketenagaan serta sarana dan prasarana belum dapat mengakomodir besarnya kebutuhan masyarakat akan PAUD. Ditambah lagi dengan kondisi fisik sarana dan prasarana di Lembaga PAUD NonFormal yang ada kurang memenuhi standar minimal pelayanan pendidikan anak usia dini.

Dari penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Beberapa penelitian tersebut menjadi acuan untuk penelitian ini, dan memberikan gambaran mengenai kepuasan konsumen terhadap layanan pendidikan lembaga PAUD.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	VARIABEL	ANALISIS	HASIL
Agus Prianto (2011)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Terhadap Layanan Pendidikan di Sekolah	- Kualitas Pelayanan, - Kepuasan Pelanggan.	Analisis Regresi Linier Berganda.	1. Koefisien determinasi 2. Uji F, variabel X berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. 3. Uji t, variabel X berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
Oktavika Dwi Saputri (2013)	Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan Lembaga PAUD Terhadap Tingkat Kepuasan Orang Tua di Kecamatan Gunungpati Kota Semarang	-Kualitas Pelayanan, -Kepuasan Pelanggan.	Analisis Regresi Linier Berganda.	1. Koefisien determinasi 65,2% 2. Uji F, variabel X berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. 3. Uji t, variabel X berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
Hesti Dwi Saptaningtyas (2008)	Kajian Kesesuaian Antara Permintaan dan Penyediaan Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Jalur Nonformal di Kecamatan Jebres Kota Surakarta	- Permintaan - Penyediaan	Analisis Regresi Linier Berganda.	1. Koefisien determinasi 2. Uji F, variabel X berpengaruh positif. 3. Uji t, semua variabel X berpengaruh positif.

Sumber: Kampus Terkait (2022)

2.3. Kerangka Berpikir

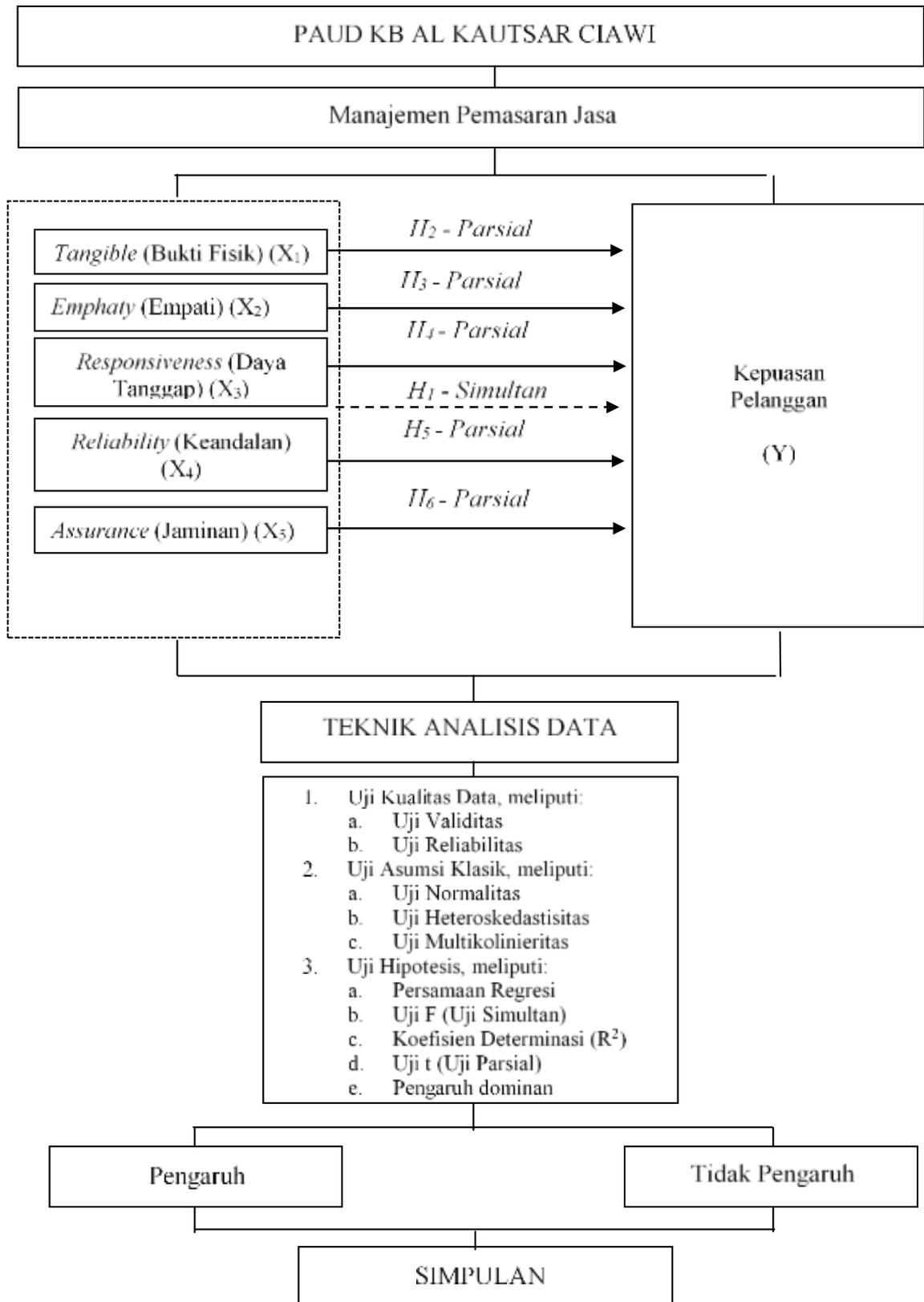
Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka konseptual dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya membahas sebuah variabel atau lebih secara mandiri, maka yang dilakukan peneliti di samping mengemukakan deskripsi teoretis untuk masing-masing variabel, juga argumentasi terhadap variasi besaran variabel yang diteliti.

Lembaga PAUD merupakan pendidikan yang paling mendasar dan menempati kedudukan sebagai *golden age* serta sangat strategis dalam pengembangan anak. Sebagai lembaga pendidikan yang memberikan produk dalam bentuk jasa, yaitu pendidikan, dan tempat terlaksananya proses pendidikan, maka suatu lembaga PAUD harus mampu memberikan kualitas pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat,

sehingga masyarakat mendapatkan kepuasan atas jasa yang diberikan.

Orang tua merupakan salah satu pihak terpenting yang ikut andil dalam pemilihan sekolah anak. Banyak hal yang akan dipertimbangkan oleh orang tua dalam memilih sekolah yang terbaik untuk anak, salah satunya adalah kualitas jasa yang diberikan lembaga PAUD. Oleh karena itu, kualitas jasa yang diberikan lembaga PAUD, akan mewujudkan kepuasan orang tua siswa terhadap layanan pendidikan lembaga PAUD termasuk PAUD KB Al-Kautsar.

Berikut ini adalah gambaran alur pemikiran dalam penelitian mengenai kepuasan orang tua siswa terhadap layanan pendidikan di lembaga PAUD dengan kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber: Penulis (2022)

Alur pemikiran tersebut menjelaskan bahwa kepuasan orang tua siswa terhadap layanan pendidikan lembaga PAUD diukur pada standar pendidik dan standar sarana, prasarana, pengelolaan dan pembiayaan dengan menggunakan dimensi bukti fisik (*tangible*), dimensi empati (*empathy*), dimensi keandalan (*reliability*), dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dan dimensi jaminan (*assurance*).

2.4. Hipotesis

Sesuai dengan deskripsi teoritis serta kerangka pemikiran yang telah penulis sampaikan di atas, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

$H_0 : \beta_i = 0$, dimana 1,2,3,4,5 yang berarti secara simultan bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

$H_1 : \beta_i \neq 0$, dimana 1,2,3,4,5 yang berarti secara simultan bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

2. Hipotesis 2

$H_0 : \beta_1 = 0$, berarti secara parsial bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, berarti secara parsial bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

3. Hipotesis 3

$H_0 : \beta_2 = 0$, berarti secara parsial empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, berarti secara parsial empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

4. Hipotesis 4

$H_0 : \beta_3 = 0$, berarti secara parsial daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

$H_1 : \beta_3 \neq 0$, berarti secara parsial daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

5. Hipotesis 5

$H_0 : \beta_4 = 0$, berarti secara parsial keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

$H_1 : \beta_4 \neq 0$, berarti secara parsial keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

6. Hipotesis 6

$H_0 : \beta_5 = 0$, berarti secara parsial jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.

$H_1 : \beta_5 \neq 0$, berarti secara parsial jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa.