

Upaya Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui *Customer Intamacy*

Siti Halimatus Syakdiyah

¹ Universitas Nurul Jadid, Indonesia

* Correspondence e-mail; Halimatusajha1@gmail.com

Article history

Submitted: 10/04/2023; Revised: 14/05/2023; Accepted: 17/06/2023

Abstract

This study aims to analyze and understand how to plan and implement the principal's efforts to increase customer satisfaction through customer engagement, by focusing on the principal's efforts to increase customer satisfaction through unusual customer engagement. This study uses a qualitative case study type approach, in which the researcher tries to understand the phenomena that occur in the institution, through interviews, observation and documentation. The results of the study show that planning and implementation in increasing customer satisfaction through customer engagement is first own participant educate have morals karimah and worship with right. second own participant students who achieve optimally, third school give innovation so no stagnant and boring, fourth exists services performed with full heart fifth management and activity Study teach or teaching and learning services, sixth service means infrastructure, seventh development character participant educate with give example and require 3 S smile, greet, polite.

Keywords

Customer Satisfaction; Customer Intamacy; Principal.



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

1. PENDAHULUAN

Sekolah merupakan salah satu sarana yang sangat mendukung terhadap penyedia jasa yang harus memiliki ide kreatif untuk meningkatkan hasil dan kepuasan peserta didik. Sekolah merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Oleh karena itu, perlu adanya manajemen dan strategi pemasaran yang berkompetisi untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah (Zenny Oktamia Rachman, Sonny Subroto Maher, and Beny Mahyudi Saputra 2022). Sekolah yang memiliki persepsi kualitas yang baik akan membentuk karakter yang kuat dimata masyarakat (Koowuttayakorn 2018). Kepala sekolah sebagai pemimpin yaitu seseorang yang mampu mengatur suatu kelompok atau organisasi dengan mempengaruhi anggotanya untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Pemimpin harus memiliki jiwa social, bertanggung jawab dan tegas. kepala sekolah sebagai seorang guru yang diberika tugas tambahan adalah seseorang yang memiliki kekuasaan serta pengaruh dan fungsi dalam menentukan kegiatan belajar mengajar di sekolah itu, kehidupan di sekolah diataur dengan sedemikian rupa mulalui kepemimpinan seorang kepala sekolah (Machiavelli and Hendri 2013).

Dalam menjaga kualitas, tentu membutuhkan strategi kepala sekolah yang tepat untuk memberikan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam melayani seluruh kebutuhan peserta didik di sekolah sebagai bekal yang memadai agar memiliki lulusan yang berkualitas (Rohfitta 2022). Banyaknya jenis pelayanan akademik yang harus terpenuhi dengan syarat dan indicator tertentu, tentu akan melibatkan banyak unsur yang diharapkan memiliki komitmen yang berkualitas (Kurniaaji et al. 2022). kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi, kepuasan pelanggan dapat terwujud apabila pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama atau setidaknya hampir sama dengan apa yang pelanggan harapkan dalam membeli atau menggunakan jasa dari penyedia jasa apabila konsumen merasa lebih dari hasil penilaianya terhadap suatu kualitas yang dipakainya maka konsumen akan merasakan tingkat kenikmatan atau kepuasan tersendiri yang timbul dihati konsumen begitu juga sebaliknya (Nafisah Nor Saumi, Murtono, and Ismaya 2021). Seorang pelanggan dapat dikatakan puas terhadap suatu perusahaan melalui penanganan keluhan dan saran, survey reputasi, analisis konsumen dan ghost sopping (Kolter 2006).

Strategi kepala sekolah memiliki hubungan yang erat terkait kepuasan pelanggan, utamanya peserta didik. Kualitas akan memberikan dorongan positif

terhadap peserta didik terhadap lembaga pendidikan atau sekolah. Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep terhadap suatu hal yang diharapkan oleh pelanggan. Setiap lembaga pendidikan tentunya memiliki strategi husus dalam pelayanan yang baik untuk memuaskan pelanggan dalam mempertahankan citra dan kualitas dari suatu sekolah (My et al. 2022).

Langkah yang perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam meningkatkan strategi tersebut yaitu mengoptimalkan kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia serta tersedianya sarana prasarana dan juga adminisistrasi sekolah yang dibutuhkan oleh peserta didik (Bahri 2022). Kepala sekolah sebagai pimpinan yang tertinggi, yang memiliki pengaruh untuk menentukan kemajuan sekolah kedepannya terkait dalam administrasi, komitmen tinggi dalam menjalankan tugasnya. Oleh karena itu kepala sekolah harus memiliki strategi khusus terhadap kepuasan pelanggan sekolah (Hasim, Diana, and Samar 2023). Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan tentunya sebuah lembaga pendidikan melakukan sebuah pendekatan dengan nasabah dan mempertahankan loyalitas dengan cara menjaga hubungan komunikasi, perhatian, dan hubungan relasi yang baik melalui komunikasi, peduli, kenyamanan dan komitmen atau yang disebut dengan Costumer Intamacy (keintiman konsumen) (Tracy and Wiersema 1993).

Beberapa peneliti mengemukakan mengenai sebuah penelitian yakni Kepuasan Pengguna terhadap Pelayanan Administrasi di FKIP Universitas Veteran Bangun Nusantara (Kurniaaji et al. 2022). Begitupula penelitian lainnya yakni mengenai Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Upaya-upaya Peningkatan Mutu Pendidikan, yang mana mutu Sekolah Dasar Negeri di Kota Bandung berada pada kategori tinggi, kepemimpinan kepala sekolah berada pada kategori cukup tinggi. Terdapat hubungan yang berpengaruh antara kepemimpinan kepala sekolah terhadap mutu sekolah. Secara simultan, kepemimpinan kepala sekolah memiliki hubungan yang lemah namun signifikan, dan berpengaruh positif terhadap mutu sekolah (Ahmad 2022). Megenai Customer Intimacy secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Customer Experience secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Customer Satisfaction secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Customer Bonding secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Customer Intimacy, Customer Experience, Customer Satisfaction dan Customer Bonding, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Huda 2020). Penelitian Kepemimpinan kepala sekolah tidak berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan orang tua siswa,

hubungannya pun sangat lemah dan tidak searah yang artinya Peningkatan nilai Kepemimpinan kepala sekolah tidak diikuti oleh naiknya nilai Kepuasan orang tua siswa di Lembaga Pendidikan Pelangi. Kualitas Layanan Pendidikan tidak memiliki pengaruh secara signifikan namun memiliki hubungan yang positif, yang berarti peningkatan kualitas layanan juga sejalan dengan peningkatan kepuasan orang tua siswa (Sari, Prasetya 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui bagaimana perencanaan beserta penerapan yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan SD Insan Terpadu Paiton dan MIN 1 Probolinggo melalui Costumer Intimacy. Yang mana Customer Intimacy merupakan strategi popular yang digunakan oleh perbankan karena strategi ini merupakan strategi yang mampu menarik dan menjaga hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, Strategi Costumer Intimacy juga yang dapat membedakan proses suatu pelayanan suatu perbankan. Bukan hanya sebuah perusahaan perbankan yang menggunakan Costumer Intimacy, melainkan sebuah lembaga pendidikan juga menggunakan Costumer Intimacy (keintiman konsumen) yang bertujuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan dan hal tersebut akan berdampak dalam peningkatan kepuasan pelanggan.

2. METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif Di mana penelitian kualitatif adalah penelitian fokus/masalah yang dihara Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif berkembang sesuai dengan kenyataan di lapangan, mementingkan perspektif emic, dan bergerak dari fakta/informasi/peristiwa menuju ke tingkat abstraksi yang lebih tinggi (apakah konsep ataukah teori) serta bukan sebaliknya, dari teori atau konsep ke data/informasi. (Hardani 2020) Pendekatan kualitatif menekankan pada makna dan pemahaman dari dalam (verstehen), penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari (Mulyasa, 2013, n.d.). Peneliti menggunakan jenis pendekatan studi kasus. Studi kasus (case study) adalah sebuah model yang memfokuskan eksplorasi “system terbatas” (bounded system) atau satu kasus khusus ataupun pada sebagian kasus secara terperinci dengan penggalian data secara mendalam. Beragam sumber informasi yang kaya akan konteks dilakukan untuk penggalian data.(John. W. Creswell, n.d.). Tehnik pengumpulan data yang peneliti gunakan observasi, Interview kepala sekolah SD Insan Terpadu Paiton dan MIN 1 Probolinggo terkait dokumentasi di sekolah SD Insan Terpadu

Paiton dan MIN 1 Probolinggo. Sumber data yang peneliti dapatkan melalui instrumen wawancara dan observasi menggunakan hp, dokumentasi, rekorder terhadap kepala sekolah SD Insan Terpadu Paiton dan MIN 1 Probolinggo. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji credibility (validitas internal), transferability (validitas eksternal), dependability (reliabilitas), dan confirmability(obyektivitas) (Sugiono 2014).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam dunia pendidikan wali murid dan peserta didik merupakan pelanggan utama yang harus dilayani dengan baik dan sepenuh hati. Dengan adanya pelayanan yang dilakukan oleh kepala sekolah melalui Customer intimacy dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. pada dasarnya kepuasan pelanggan dipengaruhi banyak hal namun dalam penelitian ini difokuskan pada upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah melalui Customer intimacy. Oleh karena itu upaya kepala sekolah melaui Customer intimacy sangat dibutuhkan oleh semua lembaga dengan harapan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Ada beberapa upaya yang dilakukan SD Insan Terpadu Paiton Dan MIN 1 Probolinggo. Diantaranya sebagai berikut :

Perencanaan yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dilakukan pada tahap pertama sebelum diimplementasikan kepada pelanggan. Perencanaan merupakan upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah untuk menentukan program yang akan dilaksanakan sehingga memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Dengan adanya kemampuan yang dimiliki oleh kepala sekolah untuk mewujudkan pengetahuan dan kepribadian seluruh tenaga kependidikan, mewujudkan penetapan visi misi dan perencanaan sekolah dan memiliki kemampuan berkomunikasi serta mangambil keputusan menjadi penunjang terhadap keberhasilan lembaga yang perlu direncanakan terlebih dahulu. Hal ini senada dengan teori yang disampaikan oleh Mulyasa yang mengatakan bahwa ada beberapa fungsi yang harus dimiliki oleh kepala sekolah dengan sebutan EMASLIM yang salah satunya adalah kepala sekolah sebagai leader (Mulyasa 2013).

Adanya perencanaan yang dilakukan oleh kepala sekolah merupakan bentuk usaha sebagai proses untuk mempersiapkan beberapa hal yang akan dikerjakan agar tereliasasi secara optimal dan memuaskan kepada pelanggan sebagai tujuan utama yang telah diupayakan oleh kepala sekolah. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana suatu harapan, kebutuhan dan keinginan sesuai dengan harapan mereka (dewi, 2022).

Perencanaan merupakan proses yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan bagaimana cara untuk mencapainya. Perencanaan harus berdasarkan sasaran, keseimbangan, standar serta sumber-sumber yang tersedia. kepala sekolah SD Insan Terpadu Paiton dalam melakukan perencanaan berpikir secara logis untuk dapat mengambil keputusan secara rasional sebelum mengambil tindakan melalui adanya musyawaroh dan komunikasi terlebih dahulu serta dilakukan dengan sepenuh hati untuk mencapai tujuan yang maksimal dengan menyediakan kotak keluhan dan saran pelanggan, melakukan evaluasi terkait reputasi yang dimiliki lembaga melalui humas dan kesiswaan mengunjungi dan menilai kualitas yang diberikan kepada pelanggan apakah sudah memuaskan ataupun masih perlu adanya perbaikan dengan adanya penyelidikan yang dilakukan pihak lembaga untuk memberikan pelayanan yang memuaskan.

Hal ini sesuai dengan teori Philip Kolter yang mengatakan seorang pelanggan dapat dikatakan puas terhadap suatu perusahaan melalui penanganan keluhan dan saran, survey reputasi, analisis konsumen dan ghost sopping (Kolter 2006). Sebagai kepala sekolah yang memiliki wewenang dan tanggung jawab terhadap lembaga, dalam mempertahankan kepuasan pelanggan kepala sekolah SD Insan Terpadu Paiton tidak hanya melaksanakan fungsi peranannya yaitu EMASLIM untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, namun dalam hal ini kepala sekolah SD Insan Terpadu Paiton juga mempertahankan loyalitas lembaga dengan menjaga komunikasi, peduli terhadap seluruh pelanggan, memberikan kenyamanan dan menetapkan komitmen. Adapun dari perencanaan dan penerapan yang dilakukan oleh kepala sekolah SD Insan Terpadu Paiton ialah:

- 1 Memiliki peserta didik berakhlaqul karimah dan beribadah dengan benar, dengan cara mendidik peserta didik agar mampu berwudu' dengan benar, mampu adzan dan iqomah, terbiasa sholat lima waktu berjamaah dengan kesadaran, sholat dengan gerakan dan bacaan yang benar, memahami bacaan sholat, terbiasa melakukan sholat duha dan membaca Al-Qur'an.
- 2 Memiliki peserta didik yang berprestasi optimal, dengan cara Mastery Learnin /Tuntas belajar Mapel utama dan mulok, tartil ketika membaca Al-Qu'ran, hafal Al-Qu'ran minimal satu juz yaitu juz ke 30, hafal do'a harian dan hadits pilihan serta unggul dalam bidang akademik dan non akademik.
- 3 Sekolah memberikan inovasi agar tidak stagnan dan membosankan, dengan cara tampilan fisik yaitu perubahan warna chat sekolah tiap semester, disediakannya AC di tiap ruang, baik ruang guru maupun ruang kelas, serta diterapkannya

beberapa metode belajar yang sesuai dengan kebutuhan serta disukai oleh peserta didik

- 4 Adanya pelayanan yang dilakukan dengan sepenuh hati dengan cara dengan tutur kata yang lembut, berperilaku sopan dan murah senyum dan memberi kemudahan dalam layanan seperti disediakannya Virtual Accoun.
- 5 Sosialisasi terkait adanya perencanaan yang dilakukan oleh kepala sekolah dilakukan di awal semester dengan mencapai beberapa rencana dan pelaksanaannya kepada wali murid..

Hal ini senada dengan teori Micheal Treacy Dan Fred Wiersema terkait strategi yang sering kali digunakan di perbankan dengan sebutan Costumer Intimacy yaitu menjaga hubungan komunikasi, perhatian, dan hubungan relasi yang baik melalui komunikasi, peduli, kenyamanan dan komitmen (Tracy and Wiersema 1993).

Perencanaan merupakan kegiatan mempersiapkan sejumlah alternatif. Rencana yang tersusun sebagai hasil peroses perencanaan merupakan alternatif-alternatif yang akan diberikan kepada para pengambil keputusan yaitu upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah MIN 1 Probolinggo untuk mencapai tujuan yaitu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Perencanaan yang dilakukan oleh kepala sekolah melalui customer intimacy adalah suatu upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah MIN 1 Probolinggo untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Perencanaan yang dilakukan oleh kepala sekolah MIN 1 Probolinggo dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut

- 1 pelaksanaan kegiatan belajar mengajar atau pelayanan KBM, dengan cara memberikan beberapa metode dan model pembelajaran terhadap peserta didik melalui beberapa guru yang sudah kompeten di bidangnya.
- 2 pelayanan sarana prasarana dengan cara menyediakan sarana disekolah baik untuk kepentingan akademik maupun non akademik serta pelayanan transportasi bagi seluruh peserta didik yang kedua orang tuanya memiliki kendala untuk mengantar dan menjemputnya serta dalam pengembangan karakter di contohkan langsung oleh pendidik.
- 3 serta pengembangan karakter peserta didik dengan memberi contoh dan mewajibkan 3 S senyum, sapa, santun.

Tiga hal tersebut diupayakan kepala sekolah direncanakan dengan baik untuk dimplementasikan. Karena jika tiga hal tersebut sudah terpenuhi tentu pelanggan akan merasa puas. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menemukan beberapa upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam rangka peningkatan kepuasan pelanggan yaitu dengan mengadakan program unggulan seperti

peningkatan nilai-nilai religius peserta didik melalui program tahsin, tahfid, sholat duha jamaah, pembiasaan sholat fardu jama'ah dan adanya beberapa lomba setingkat provensi.

Adapun program unggulan tahsin dan tahfid dilaksanakan pada kegiatan extrakurikuler. Dengan adanya program tahsin dan tahfid ini diharapkan peserta didik dapat mencintai ayat-ayat suci Al-Qur'an untuk kemudian menghafal ayat-ayat suci Al-Qur'an minimal juz 30. Sehingga menjadi motivasi mereka untuk menghafalkan lebih lanjut sampai hafid 30 juz.

Program tahsin merupakan program pembelajaran Al-Qur'an dengan metode tartila 1-6 yang dilengkapi dengan buku tartila untuk membentuk bacaan Al-Qur'an secara tartil dan dilengkapi dengan ilmu tajwid serta ghorib. Ketika sudah memiliki bekal untuk membaca Al-Qur'an dengan baik, maka peserta didik diberikan penugasan membaca Al-Qur'an baik di sekolah maupun dirumah dengan dibekali buku control dan buku penghubung peserta didik untuk memberi ceklis pada penugasan membaca Al-Qur'an yang telah dilakukan baik di sekolah maupun di rumah.

Tujuan dari adanya extrakurikuler program unggulan tahsin dan tahfid sebagai sarana dan wadah untuk menggali ekspresi, potensi, bakat, dan minat peserta didik dalam menghafal ayat-ayat Al-Qur'an. Program unggulan tersebut juga menumbuhkan semangat peserta didik untuk menghafal Al-Qur'an hingga sampai hafid 30 juz serta dapat menumbuhkan kecintaan peserta didik kepada ayat suci Al-Qur'an yang menjadi pedoman bagi kita khususnya ummat Islam.

Selain dari program unggulan tersebut, dalam meningkatkan kepuasan pelanggan kepala sekolah juga melakukan beberapa upaya seperti upaya dalam penanaman nilai religius peserta didik yaitu membiasakan sholat berjamaah duhur dan ashar, melaksanakan sholat sunnah duha, memperbaiki akhlaq, tartila, dan istighosa setiap hari jum'at pagi.

4. KESIMPULAN

Upaya-upaya kepala sekolah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan SD Insan Terpadu Paiton dan Min 1 Probolinggo melalui Customer Intimacy yang telah di rencanakan dan di terapkan adalah sebagai berikut: pertama memiliki peserta didik berakhlaqul karimah dan beribadah dengan benar, kedua memiliki peserta didik yang berprestasi optimal, ketiga sekolah memberikan inovasi agar tidak stagnan dan membosankan, keempat adanya pelayanan yang dilakukan dengan sepenuh hati kelima sosialisasi terkait adanya perencanaan yang dilakukan oleh kepala sekolah. Dan Perencanaan yang dilakukan oleh kepala sekolah MIN 1

Probolinggo dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan pelaksanaan kegiatan belajar mengajar atau pelayanan KBM, pelayanan sarana prasarana serta pengembangan karakter peserta didik

Dengan adanya program-program keagamaan atau peningkatan nilai-nilai religius yang menjadikan lembaga tersebut memiliki daya tarik dan meningkatkan kepuasan terhadap seluruh pelanggan seperti adanya program tahfid yang diawali tahlis dan tahlila terlebih dahulu untuk mempermudah peserta didik menghafalkan Al-Qur'annya, mewajibkan sholat berjamaah duhur dan ashar, melaksanakan sholat duha, istighosa setiap hari jum'at pagi dan memberikan contoh akhlaqul karimah. Dan kepala mengimplementasikan dari upaya yang direncanakan tersebut dalam peningkatan kepuasan pelanggan adalah dengan cara penyetoran al-qur'an pada program tahfid, pelaksanaan sholat berjamaah duhur dan ashar serempak, melaksanakan sholat jamaah bersama dan dipimpin langsung oleh guru, istighosa dilakukan ketika jum'at pagi langsung dikoordinir guru dan seluruh guru menerapkan akhlaqul karimah yang baik.

REFERENSI

- Ahmad, Dedi Sihabudin. 2022. "Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Upaya- Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan." *Journal Of Education* 02.
- Bahri, Syamsul. 2022. "Meningkatkan Kualitas Manajemen Lembaga Pendidikan Islam Melalui Sumber Daya Manusia Di Era Pandemi." *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3 (1): 43–56. <Https://Doi.Org/10.31538/Munaddhomah.V3i1.158>.
- Dewi, Karolina Citra. N.D. "Analisis Prinsip Belajar Dalam Proses Pembelajaran Matematika Kelas Vii-D Smpn 2 Gudo."
- Hardani. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Hasim, Djamal, Diana Diana, And Samar Samar. 2023. "Kinerja Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Proses Belajar Mengajar Pada Smp Negeri 1 Biak Timur Kabupaten Biak Numfor." *Gema Kampus Iisip Yapis Biak* 18 (1): 41–50. <Https://Doi.Org/10.52049/Gemakampus.V18i1.298>.
- Huda, Miftahul. 2020. "The Effect Of Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction And Customer Bonding On Customer Loyalty At Bank Bri Syariah Kcp Panda'an Pasuruan." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4 (02): 244. <Https://Doi.Org/10.30868/Ad.V4i02.903>.
- John. W. Creswell. N.D. Reseach Design : *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif Dan Campuran* ,. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kolter, Philip. 2006. *Menajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesebelas*,. Jakarta: Pt Indek

Gramedia.

Koowuttayakorn, Sichon. 2018. "An Investigation Of Instagram's Metonymy: A Multimodal Social Semiotic Approach" 11 (1): 10.

Kurniaaji, Bayu, Tri Sutrisno, Benedictus Sudiyana, And Singgih Subiyantoro. 2022. "Kepuasan Pengguna Terhadap Pelayanan Administrasi Di Fkip Universitas Veteran Bangun Nusantara."

Machiavelli, Niccolo, And Aprianto Hendri. 2013. *Il Principe (Sang Pangeran)*. Jogjakarta: Palapa.

Mulyasa. 2013. *Menjadi Kepala Madrasah Professional*,. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyasa, 2013. N.D. *Menjadi Kepala Madrasah Professional*,. 39. Remaja Rosdakarya.

My, Mahmud, Najmul Hayat, Fransisko Chaniago, And Mentari Erlianto. 2022. "Strategi

Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah." *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 5 (1): 20–34.
<Https://Doi.Org/10.32699/Paramurobi.V5i1.2717>.

Nafisah Nor Saumi, Murtono Murtono, And Erik Aditia Ismaya. 2021. "Peran Guru Dala Memberikan Motivasi Belajar Siswa Sekolah Dasar Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Educatio Fkip Unma* 7 (1): 149–55.
<Https://Doi.Org/10.31949/Educatio.V7i1.892>.

Rohfitta, Nur. 2022. "Pengaruh Mutu Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Didik Kelas Xi Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Pringsewu." Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Sari, Tika Nirmala, Muhammad Novan Prasetya, And Program Studi Manajemen Potensi Utama, Medan, Indonesia. 2020. "Dapatkan Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Guru Dan Kualitas Pelayanan Pendidikan Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Siswa." *Edutech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 6 (1): 87–97. <Https://Doi.Org/10.30596/Edutech.V6i1.4399>.

Tracy, Micheal, And Fred Wiersema. 1993. *Costumer Intimacy And Other Value Disciplines*. Usa: Harvard Business Review.

Zenny Oktamia Rachman, Sonny Subroto Maher, And Beny Mahyudi Saputra. 2022. "Strategi Promosi Pemasaran Di Kind English Course Kampung Inggris Pare Kediri." *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* 1 (3): 18–33.
<Https://Doi.Org/10.55606/Jupiman.V1i3.427>.