



Pelayanan Prima Sebagai Strategi *Branding* Dalam Mempertahankan Loyalitas Orang Tua Di KB-TK Permata Hati *Islamic Preschool*

Alpina Damayanti^{1*}, Sarifudin¹, Nani Husnaini¹

¹ Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.29303/goescienceed.v7i4.3392>

Article Info

Received: August, 12th 2026

Revised : August, 31st 2026

Accepted: September, 11th 2026

Correspondence:

Phone: +6281935111862

Abstract: Penelitian Penelitian ini bertujuan menganalisis pelayanan prima sebagai strategi *branding* dalam mempertahankan loyalitas orang tua serta faktor pendukung dan penghambatnya di KB-TK Permata Hati *Islamic Preschool*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan meliputi kepala sekolah, guru dan tenaga kependidikan, serta orang tua peserta didik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima diwujudkan melalui kejelasan informasi, fasilitas dan layanan pendukung, kemudahan komunikasi, serta sikap yang ramah dan responsif. Pelayanan tersebut membentuk pengalaman positif yang mendukung kepercayaan dan hubungan jangka panjang orang tua dengan sekolah. Faktor pendukung meliputi sumber daya manusia, fasilitas, layanan pendukung, dan komunikasi efektif, sedangkan hambatan diatasi melalui evaluasi, keterbukaan, dan perbaikan berkelanjutan. Pelayanan prima dengan demikian menjadi bagian dari pengalaman merek yang mendukung upaya mempertahankan loyalitas orang tua.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Branding Sekolah, Loyalitas Orang Tua, Pendidikan Anak Usia Dini.

Citation: Damayanti, A., Sarifudin, S., & Husnaini, N. (2026). Pelayanan Prima Sebagai Strategi Branding Dalam Mempertahankan Loyalitas Orang Tua Di KB-TK Permata Hati *Islamic Preschool*. *Jurnal Pendidikan, Sains, Geologi, Dan Geofisika (GeoScienceEd Journal)*, 7(4), 5728–5733. <https://doi.org/10.29303/goescienceed.v7i4.3392>

Pendahuluan

Pendidikan merupakan proses yang dirancang secara sadar untuk mengembangkan potensi peserta didik, baik dalam aspek pengetahuan, keterampilan, maupun pembentukan karakter. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menjelaskan bahwa pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan proses pembelajaran yang memungkinkan peserta didik mengembangkan potensinya secara optimal. Sejalan dengan hal tersebut, pemerintah terus berupaya meningkatkan kualitas pendidikan nasional agar menghasilkan penyelenggaraan pelayanan pendidikan yang bermutu, sebab mutu sumber daya manusia suatu negara tercermin dalam penyelenggaraan pelayanan pendidikan mulai dari jenjang Pendidikan Anak Usia

Dini (PAUD) hingga jenjang perguruan tinggi (Wiyani, 2020).

Institusi pendidikan sebagai organisasi yang bertujuan membangun sumber daya manusia masa depan sepatutnya menerapkan standar pelayanan prima kepada seluruh pemangku kepentingannya (Jamil dkk., 2022.). Kualitas layanan dalam lembaga pendidikan, termasuk PAUD, merupakan tolok ukur utama keberhasilan lembaga dalam memenuhi harapan pengguna layanan, baik anak maupun orang tua. Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterima; dalam konteks pendidikan anak usia dini, kualitas layanan tidak hanya berfokus pada hasil belajar anak, tetapi juga pada sejauh

Email: 22010018.mhs@uinmataram.ac.id

mana lembaga memberikan pengalaman belajar yang aman, menyenangkan, dan sesuai dengan tahap perkembangan anak (Amanda, 2026). Kepuasan orang tua dalam konteks lembaga PAUD merupakan hasil dari interaksi kompleks antara kualitas layanan, komunikasi, dan kepercayaan. Kepuasan yang tinggi tidak hanya memperkuat loyalitas orang tua, tetapi juga menjadi indikator keberhasilan lembaga dalam menciptakan lingkungan belajar yang sehat, manusiawi, dan berdaya saing (Amanda, 2026). Kualitas pelayanan itu sendiri 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 (Utama dkk., 2024).

Dalam perkembangannya, lembaga pendidikan tidak hanya dituntut memberikan layanan pembelajaran, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat agar mampu mempertahankan keberlangsungan lembaga. Persaingan antarlembaga pendidikan menyebabkan sekolah perlu memiliki identitas dan karakteristik yang mampu membedakannya dari lembaga lain. *Branding* sekolah tidak hanya berkaitan dengan nama, logo, maupun kegiatan promosi, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana masyarakat memperoleh pengalaman ketika berinteraksi dengan lembaga pendidikan. Strategi *branding* yang dilakukan secara konsisten dapat membantu membangun *awareness* dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan (Karsono dkk., 2021; Susilo, 2022). Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting dalam membentuk pengalaman positif masyarakat terhadap sekolah.

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan pengguna layanan. Barata (2018) menjelaskan bahwa pelayanan prima berkaitan dengan pemberian pelayanan terbaik untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dalam konteks pendidikan, orang tua merupakan salah satu pihak yang secara langsung berinteraksi dengan sekolah dalam memperoleh informasi, berkomunikasi mengenai perkembangan anak, serta mengikuti berbagai kegiatan dan program lembaga. Pelayanan yang baik dapat membangun kepuasan dan kepercayaan yang pada akhirnya berpotensi memperkuat hubungan antara orang tua dan sekolah (Gofur, 2021; Kasmir, 2018). Hubungan tersebut menjadi penting karena loyalitas orang tua tidak hanya ditunjukkan melalui keberlanjutan penggunaan layanan pendidikan, tetapi juga dapat terlihat dari kepercayaan, keterlibatan, serta kesediaan orang tua mempertahankan hubungan dengan lembaga. Kualitas pelayanan sekolah memiliki keterkaitan dengan

loyalitas orang tua, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Sabila (2024) mengenai hubungan kualitas pelayanan sekolah terhadap loyalitas orang tua murid di taman kanak-kanak.

Berdasarkan observasi awal di KB-TK Permata Hati *Islamic Preschool*, terlihat bahwa guru dan tenaga kependidikan memberikan pelayanan yang ramah dan responsif ketika menyambut peserta didik maupun orang tua pada saat kedatangan dan kepulangan. Lingkungan sekolah juga terlihat tertata, nyaman, aman, dan kondusif, sementara guru dan tenaga kependidikan turut memperhatikan kondisi serta aktivitas peserta didik selama berada di lingkungan sekolah. Orang tua yang membutuhkan informasi mengenai program, fasilitas, maupun kegiatan sekolah juga memperoleh pelayanan yang informatif dan responsif. Selain layanan pembelajaran, sekolah menyediakan beberapa layanan pendukung, seperti *daycare*, *catering*, dan bimbingan belajar.

Data peserta didik dalam Data Pokok Pendidikan (Dapodik) menunjukkan bahwa sekitar 43% peserta didik berasal dari Kecamatan Sekarbela dan sekitar 10% berasal dari Kompleks Kodya Asri, sedangkan peserta didik lainnya berasal dari kecamatan lain di Kota Mataram, bahkan dari wilayah Lombok Barat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa jangkauan sekolah tidak hanya berasal dari lingkungan sekitar. Meskipun demikian, data tersebut tidak secara langsung membuktikan loyalitas orang tua, melainkan menjadi konteks yang menunjukkan adanya jangkauan layanan sekolah yang cukup luas.

Temuan awal tersebut diperkuat melalui wawancara dengan salah satu orang tua peserta didik yang menyampaikan bahwa informasi mengenai sekolah pada awalnya diperoleh melalui rekomendasi rekan kerja. Setelah anak bersekolah, keramahan guru, komunikasi yang baik antara sekolah dan orang tua, perhatian terhadap perkembangan anak, serta perkembangan anak dalam aspek akademik dan nonakademik menjadi bagian dari alasan orang tua tetap memberikan kepercayaan kepada sekolah.

Kondisi-kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diterima orang tua secara langsung dapat menjadi bagian dari pengalaman mereka terhadap merek sekolah. Dengan demikian, pelayanan prima memiliki posisi strategis dalam membangun persepsi positif, kepercayaan, dan hubungan jangka panjang antara sekolah dengan orang tua. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pelayanan prima sebagai strategi *branding* dalam mempertahankan loyalitas orang tua di KB-TK Permata Hati *Islamic Preschool* serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaannya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai pelayanan prima sebagai strategi *branding* dalam mempertahankan loyalitas orang tua di KB-TK Permata Hati *Islamic Preschool*. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan secara langsung kondisi pelayanan yang diberikan sekolah, pengalaman dan pandangan informan, serta faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pelayanan prima.

Penelitian dilaksanakan di KB-TK Permata Hati *Islamic Preschool*, Jalan Wali Songo Blok F 3-4, Perumahan Bumi Kodya Asri Jempong Baru, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai *human instrument* yang terlibat secara langsung dalam proses pengumpulan dan analisis data. Informan penelitian meliputi kepala sekolah, guru dan tenaga kependidikan, serta orang tua peserta didik yang dipilih berdasarkan keterkaitannya dengan fokus penelitian.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan informan mengenai pelaksanaan pelayanan prima, perannya dalam membangun *branding* sekolah, loyalitas orang tua, serta faktor pendukung dan penghambatnya. Data sekunder diperoleh melalui dokumen sekolah, seperti profil dan visi misi lembaga, data peserta didik, dokumentasi kegiatan, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

1) Pelayanan Prima Sebagai Strategi Branding dalam Mempertahankan Loyalitas Orang Tua

Pelayanan prima pada lembaga pendidikan tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan administratif orang tua, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman yang membentuk persepsi terhadap sekolah. Pelayanan yang diberikan secara langsung melalui interaksi guru, tenaga kependidikan, fasilitas, komunikasi, dan berbagai layanan pendukung dapat menjadi representasi dari identitas sekolah. Barata (2018) menjelaskan bahwa pelayanan prima berorientasi pada pemberian pelayanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna layanan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa guru dan tenaga kependidikan di KB-TK Permata Hati *Islamic Preschool* memberikan pelayanan yang ramah dan responsif kepada orang tua dan peserta didik, khususnya ketika kedatangan dan kepulangan. Selain itu, kondisi lingkungan sekolah terlihat tertata, nyaman, aman, dan kondusif.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan sekolah tidak hanya berlangsung dalam bentuk komunikasi, tetapi juga melalui kondisi lingkungan dan interaksi sehari-hari yang dirasakan secara langsung oleh orang tua dan peserta didik.

Penerapan pelayanan prima dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan empat indikator pelayanan prima menurut Rahmayanty (2020), sebagai berikut:

a. Regulasi layanan

Sekolah memberikan informasi kepada orang tua mengenai program, kegiatan, fasilitas, dan layanan yang tersedia. Informasi tersebut disampaikan melalui komunikasi antara pihak sekolah dengan orang tua sehingga orang tua dapat memperoleh informasi yang berkaitan dengan kebutuhan pendidikan anak. Kejelasan informasi menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan karena orang tua membutuhkan kepastian mengenai layanan yang diberikan sekolah.

b. Fasilitas layanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan sekolah berada dalam kondisi tertata, nyaman, aman, dan kondusif untuk mendukung aktivitas peserta didik. Selain fasilitas pembelajaran, sekolah juga menyediakan layanan pendukung berupa *daycare*, *catering*, dan bimbingan belajar. Keberadaan fasilitas dan layanan tersebut memberikan kemudahan bagi orang tua sekaligus mendukung kebutuhan peserta didik. Fasilitas yang memadai merupakan salah satu unsur penting dalam mendukung kualitas pelayanan (Rahmayanty, 2020).

c. Prinsip Mudah, Cepat, Dan Bermanfaat

Kemudahan pelayanan terlihat dari komunikasi yang dapat dilakukan antara orang tua dengan guru dan tenaga kependidikan mengenai kegiatan sekolah maupun perkembangan anak. Informasi yang diberikan menjadi bermanfaat karena membantu orang tua memahami kondisi dan aktivitas anak selama berada di sekolah. Pelayanan yang mudah diakses dan memberikan manfaat dapat menciptakan pengalaman positif bagi pengguna layanan.

d. Budaya Pelayanan

Budaya pelayanan terlihat melalui sikap guru dan tenaga kependidikan yang ramah, responsif, dan peduli terhadap peserta didik maupun orang tua. Sikap tersebut tidak hanya muncul dalam kegiatan formal, tetapi juga dalam interaksi sehari-hari ketika orang tua

mengantar dan menjemput anak. Kasmir (2018) menempatkan sikap dan kemampuan memberikan pelayanan sebagai bagian penting dalam membangun pengalaman positif pelanggan.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan orang tua peserta didik. Orang tua menyampaikan bahwa informasi awal mengenai sekolah diperoleh melalui rekomendasi rekan kerja. Setelah anak mengikuti pendidikan di sekolah, keramahan guru, komunikasi yang baik dengan orang tua, perhatian terhadap perkembangan anak, pemberian layanan pendukung yang sangat membantu anak dan orang tua serta perkembangan anak dalam aspek akademik dan nonakademik menjadi bagian dari alasan tetap memberikan kepercayaan kepada sekolah.

Temuan ini menunjukkan bahwa *branding* sekolah tidak hanya dibangun melalui kegiatan promosi, tetapi juga melalui pengalaman nyata yang diterima masyarakat. Susilo (2022) menjelaskan bahwa *branding* sekolah berkaitan dengan upaya membangun *awareness* dan citra sekolah melalui berbagai strategi yang dilakukan secara konsisten. Karsono dkk. (2021) juga menunjukkan pentingnya strategi branding dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

Dalam konteks penelitian ini, pelayanan prima dapat dipahami sebagai bentuk *brand experience*. Orang tua tidak hanya mengenal sekolah berdasarkan informasi atau rekomendasi, tetapi juga membentuk persepsi berdasarkan pengalaman ketika berinteraksi dengan sekolah. Pengalaman pelayanan yang positif dapat memperkuat kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara orang tua dengan sekolah.

Temuan mengenai persebaran peserta didik juga memberikan konteks bahwa sekolah memiliki peserta didik yang berasal dari berbagai wilayah. Sekitar 43% peserta didik berasal dari Kecamatan Sekarbela, sekitar 10% berasal dari Kompleks Kodya Asri, sementara lainnya berasal dari wilayah lain di Kota Mataram dan Lombok Barat. Data tersebut belum dapat digunakan sebagai bukti langsung loyalitas, tetapi menunjukkan bahwa layanan sekolah menjangkau masyarakat di luar lingkungan terdekat sekolah.

Dengan demikian, pelayanan prima di KB-TK Permata Hati Islamic Preschool berperan sebagai bagian dari strategi branding melalui pengalaman pelayanan yang diterima secara langsung oleh orang tua. Kejelasan informasi, fasilitas, kemudahan komunikasi, serta budaya pelayanan yang ramah dan responsif menjadi unsur yang mendukung

terbentuknya pengalaman positif. Pengalaman tersebut selanjutnya dapat memperkuat kepercayaan dan mempertahankan hubungan orang tua dengan sekolah.

2) Faktor Pendukung dan Penghambat Pelayanan Prima

Pelaksanaan pelayanan prima tidak terlepas dari berbagai faktor yang mendukung maupun menghambat. Berdasarkan hasil penelitian, faktor pendukung pelayanan prima di KB-TK Permata Hati Islamic Preschool meliputi sumber daya manusia, fasilitas dan layanan pendukung, serta komunikasi antara sekolah dengan orang tua.

Sumber daya manusia menjadi faktor penting karena guru dan tenaga kependidikan merupakan pihak yang berinteraksi langsung dengan peserta didik dan orang tua. Hasil observasi menunjukkan bahwa guru dan tenaga kependidikan memberikan pelayanan yang ramah dan responsif. Sikap tersebut menjadi bagian dari pengalaman pelayanan yang dirasakan oleh orang tua. Pelayanan yang baik membutuhkan kemampuan, sikap, dan etika petugas dalam berinteraksi dengan pengguna layanan (Kasmir, 2018).

Fasilitas dan layanan pendukung juga menjadi bagian yang mendukung pelayanan prima. Kondisi lingkungan sekolah yang tertata, nyaman, aman, dan kondusif memberikan dukungan terhadap proses pendidikan. Selain itu, tersedianya *daycare*, *catering*, dan bimbingan belajar memberikan pilihan layanan yang dapat membantu memenuhi kebutuhan peserta didik dan orang tua.

Komunikasi yang efektif menjadi faktor pendukung lainnya. Komunikasi antara sekolah dan orang tua memungkinkan penyampaian informasi mengenai kegiatan, program, dan perkembangan peserta didik. Komunikasi yang terbuka juga memberikan ruang bagi orang tua untuk menyampaikan kebutuhan maupun persoalan yang berkaitan dengan layanan sekolah. Hubungan komunikasi yang baik dapat menjadi bagian dari upaya membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan (Karsono dkk., 2021).

Di sisi lain, pelaksanaan pelayanan dan program sekolah tidak selalu berlangsung tanpa kendala. Kepala sekolah menjelaskan bahwa terdapat kondisi tertentu yang menyebabkan layanan atau program yang direncanakan belum dapat terlaksana secara optimal. Ibu Hj. Uswahatun Khasanah S. Psi, selaku Kepala sekolah menyampaikan:

"Tentunya setiap memberikan pelayanan dan melaksanakan program sekolah itu tidak langsung bisa terlaksana dengan mulus, ada kalanya layanan atau program yang kami berikan itu terdapat

kendala, tapi sekolah selalu berusaha untuk terus melakukan evaluasi dari apa yang kurang sebelumnya, kami juga terbuka kepada orang tua terkait kendala-kendala yang ada dan itu kami sampaikan pada saat rapat wali murid, di sanalah kami sama-sama mengevaluasi sekiranya apa saja yang perlu diperbaiki ke depannya."



Gambar 1. Rapat Wali Murid

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kendala dalam pelayanan merupakan bagian yang dapat muncul dalam pelaksanaan program sekolah. Namun, sekolah berupaya mengelola kendala tersebut melalui evaluasi, keterbukaan informasi, dan pelibatan orang tua dalam pembahasan perbaikan layanan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya upaya perbaikan pelayanan secara berkelanjutan.

Evaluasi menjadi penting karena pelayanan prima tidak hanya diukur berdasarkan kemampuan sekolah memberikan layanan pada satu waktu, tetapi juga berdasarkan konsistensi sekolah dalam memperbaiki kekurangan yang ditemukan. Rahmayanty (2020) menempatkan budaya pelayanan sebagai bagian dari kesiapan organisasi dalam memberikan pelayanan secara berkelanjutan. Dengan demikian, keterbukaan sekolah terhadap kendala dan pelaksanaan evaluasi bersama orang tua dapat menjadi bagian dari budaya pelayanan.

Berdasarkan temuan tersebut, faktor pendukung dan penghambat pelayanan prima saling berkaitan dengan kemampuan sekolah dalam mengelola sumber daya dan melakukan perbaikan. Sumber daya manusia, fasilitas, layanan pendukung, dan komunikasi menjadi kekuatan dalam memberikan pengalaman positif kepada orang tua. Sementara itu, kendala dalam pelaksanaan program dan pelayanan perlu direspons melalui evaluasi dan komunikasi terbuka agar tidak mengganggu hubungan antara sekolah dengan orang tua.

Dalam perspektif *branding*, kemampuan sekolah mempertahankan kualitas pelayanan sekaligus merespons kendala menjadi bagian penting dalam membangun citra yang konsisten. Branding tidak hanya

dibentuk ketika sekolah menyampaikan keunggulannya kepada masyarakat, tetapi juga melalui bagaimana sekolah memberikan respons ketika menghadapi persoalan. Oleh sebab itu, evaluasi dan perbaikan berkelanjutan menjadi bagian dari upaya mempertahankan kepercayaan orang tua.

Kesimpulan

Pelayanan prima di KB-TK Permata Hati Islamic Preschool menjadi bagian dari strategi *branding* sekolah dalam mempertahankan loyalitas orang tua. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang diterima orang tua melalui kejelasan informasi, kemudahan komunikasi, fasilitas dan layanan pendukung, serta budaya pelayanan yang ramah dan responsif berkontribusi dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara orang tua dengan sekolah. Dengan demikian, *branding* sekolah tidak hanya dibentuk melalui kegiatan promosi, tetapi juga melalui pengalaman nyata yang dirasakan orang tua dalam setiap interaksi dengan sekolah.

Pelaksanaan pelayanan prima didukung oleh kualitas sumber daya manusia, ketersediaan fasilitas dan layanan pendukung, serta komunikasi yang efektif antara sekolah dan orang tua. Adapun kendala dalam pelaksanaan layanan dan program sekolah dihadapi melalui evaluasi, keterbukaan kepada orang tua, dan perbaikan secara berkelanjutan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa konsistensi dalam memberikan pelayanan sekaligus kemampuan sekolah merespons kendala menjadi bagian penting dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas orang tua.

Saran

Sekolah disarankan untuk mempertahankan konsistensi pelayanan prima sekaligus meningkatkan evaluasi terhadap setiap layanan dan program yang diberikan. Komunikasi dengan orang tua juga perlu terus dikembangkan secara terbuka dan responsif agar kebutuhan serta masukan orang tua dapat menjadi dasar perbaikan pelayanan. Selain itu, sekolah dapat mengembangkan pelayanan dan pengalaman positif tersebut sebagai bagian dari strategi *branding* yang lebih konsisten, sehingga identitas dan keunggulan sekolah semakin dikenal oleh masyarakat. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji pelayanan prima dan *branding* sekolah dengan melibatkan lebih banyak informan atau menggunakan pendekatan yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai hubungan pelayanan sekolah dengan loyalitas orang tua.

Daftar Pustaka

Amanda, Asti. 2026. "Kualitas Pelayanan Lembaga PAUD dan Dampaknya pada

- Kepuasan Orang Tua." *Edukasi Elita: Jurnal Inovasi Pendidikan*, Vol. 3, No. 1, hlm. 242.
- Barata, Atep Adya. 2018. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Gofur, Abdul. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol. 4, No. 1, hlm. 37.
- Jamil, Poppy Camenia. 2022. "*Service Excellent to Service Improvement at TK YLPI*." *Jurnal Pengabdian Masyarakat AIC*, Vol. 1, No. 1, hlm. 20–23.
- Karsono, dkk. 2021. "Strategi Branding dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7, No. 2, hlm. 869–875.
- Kasmir. 2018. *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Rahmayanty, Nina. 2020. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sabila, Na'ila Rofa. 2024. *Hubungan Kualitas Pelayanan Sekolah Terhadap Loyalitas Orang Tua Murid di TK Negeri Citarip Kota Bandung*. Skripsi. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.
- Susilo, Mohamad Joko. 2022. "Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa dan Awareness Masyarakat." *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, Vol. 12, No. 1, hlm. 1–6.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Utama, Imelda, dkk. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Orang Tua Sebagai Variabel Intervening Pada Kidsstar Preschool di Kota Makassar." *Jurnal Pendidikan Indonesia*, Vol. 5, No. 9, hlm. 689.
- Wiyani, Novan Ardy. 2020. "Menciptakan Layanan PAUD yang Prima Melalui Penerapan Praktik *Activity Based Costing*." *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, Vol. 13, hlm. 1.