



Zakat Effect: Evaluasi Dampak Pengelolaan Zakat Pada Bidang Pendidikan Menggunakan Servqual Model

Dendy Herdianto¹, Nurfala Safitri², Muhammad Abdul Rohman^{3*}, Khairun Nisa⁴, Muhammad Afif Rifqi⁵

^{1,3} Sekolah Stata, Depok, Jawa Barat

⁴Universitas Indonesia

²UIN Raden Fatah Palembang, Sumatera selatan

Abstract

Currently, the United Nations is actively campaigning for the Sustainable Development Goals. One of the goals of sustainable development is related to education and poverty. The purpose of this paper is to analyze the factors that most significantly affect the satisfaction of mustahiq zakat, namely the students of SMA Terbuka Depok (a school which is the result of the education program of the successful amil zakat institution in Depok). The method that will be used is quantitative research using Non-Probability Sampling technique with Stratified Sampling approach. Data analysis used the ordinary least square method using the servqual model method. The results showed that the empathy factor significantly affected mustahiq's satisfaction with educational services held by SMA Terbuka Depok

Keywords: zakat, servqual model, mustahiq's satisfaction

Abstrak

Dewasa ini PBB sedang gencar mengkampanyekan Sustainable Development Goals. Salah satu goals dari pembangunan berkelanjutan adalah terkait dengan pendidikan dan kemiskinan. Tujuan paper ini adalah untuk melihat faktor yang signifikan mempengaruhi kepuasan mustahik yaitu siswa SMA Terbuka Depok (sekolah yang merupakan hasil program pendidikan dari Lembaga Amil Zakat Sukses di Depok). Metode yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Stratified Sampling. Analisis data menggunakan metode ordinary least square menggunakan metode servqual model. Hasil penelitian menunjukkan faktor empathy signifikan mempengaruhi kepuasan mustahiq atas pelayanan jasa pendidikan yang diselenggarakan SMA Terbuka Depok.

Kata kunci: Produktivitas, Ekonomi Islam, Jasmani, Rohani, Dunia, Akhirat

*Corresponding author: Muhammad.abdul51@alumni.ui.ac.id

<https://doi.org/10.2896/asyafina.v1i3.3>

LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara dengan umat muslim terbanyak di dunia. Ada sekitar 200 juta umat muslim di negeri seribu pulau ini. Jumlah ini terhitung sangat banyak. Inilah yang membuat potensi

zakat di Indonesia sangatlah besar. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (Baznas), potensi zakat di Indonesia mencapai Rp 217 Triliun. Bahkan nilainya hampir 10% dari jumlah APBN negara ini. Berdasarkan data yang ada dapat dilihat bahwa jumlah tersebut sangatlah besar. Lalu kemanakah jumlah yang sangat besar tersebut?(Florentin, 2016)

Disisi lain PBB sedang gencar-gencarnya dalam menggerakkan sebuah program SDG (Sustainable Development Goals). Dalam program ini PBB memiliki 17 tujuan dalam melakukan pembangunan berkelanjutan. Salah satu diantaranya adalah pengentasan kemiskinan. Hal ini sangat relevan dengan Islam yang menggunakan instrumen Zakat sebagai upaya distribusi kekayaan dengan maksud tercapainya kesejahteraan masyarakat sehingga menyebabkan penurunan kemiskinan. Tidak hanya zakat. Instrumen lain seperti sedekah dan wakaf juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan upaya pengentasan kemiskinan.

Namun, tidak dapat dipungkiri, potensi yang ada tidak membawa dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat kemiskinan di Indonesia memiliki persentase sebesar 10,86% dari total penduduk Indonesia yang kurang lebih berjumlah 250.000.000 jiwa. Artinya ada sekitar 25.000.000 penduduk yang berada di garis kemiskinan. Melihat jumlah ini tentu muncul pertanyaan, kemanakah uang sebesar Rp 217 Triliun yang merupakan potensi zakat di Indonesia?(BPS,2015)

Ada beberapa faktor yang menyebabkan potensi tersebut tidak tersalurkan dengan baik. Salah satunya adalah dikarenakan pihak yang menjadi amil atau biasa disebut lembaga amil zakat tidak menjalankan tugasnya dengan baik. Ada beberapa mustahik (penerima zakat) yang tidak mendapatkan hak zakatnya. Hal ini terjadi di salah satu masjid di Kota Depok. Masjid tersebut mengumpulkan dana dari masyarakat disekitar daerah tersebut dan terkumpul dengan jumlah sebanyak Rp32.000.000. Kemudian, sebagaimana tugas amil, zakat tersebut akan dikelola yang kemudian disalurkan kepada yang berhak. Namun, kenyataan yang terjadi di lapangan adalah banyak mustahik yang tidak mendapatkan haknya, bahkan hak mereka diambil oleh beberapa orang yang sebenarnya tidak pantas untuk menerima zakat tersebut. Contoh : seorang anak yang tidak termasuk kategori miskin, ia memiliki motor yang cukup bagus namun ia mendapatkan uang zakat. Tujuan dia mendapatkannya adalah untuk bersenang-senang bersama temannya yang lain. Sedangkan mustahik yang benar-benar berhak tidak mendapatkan bagian karena jatah pembagiannya sudah habis. Melihat fenomena ini, tentu dapat disimpulkan bahwa ada yang salah dalam pengelolaan zakat yang dilakukan oleh lembaga amil zakat.

Lembaga Zakat Sukses merupakan salah satu lembaga amil zakat yang ada di kota Depok. Lembaga zakat ini berdiri tahun 2011 dan memiliki kantor pusat yang berlokasi di daerah Depok 2 tepatnya di Jalan M. Yusuf Raya. Ada banyak program yang dimiliki dari lembaga zakat ini. Salah

satu programnya yang kemudian akan diteliti adalah di bagian pendidikan.(Mujiran, 2016). Lembaga Zakat Sukses mempunyai program SMA Terbuka Depok, yang mana ini merupakan SMA gratis yang para siswanya dapat belajar tanpa harus dipungut biaya apapun. Dalam hal ini, para siswa/i mendapat beasiswa pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Faktor apa saja yang paling signifikan mempengaruhi kepuasan mustahik zakat di SMA Terbuka Depok. Kemudian Aspek kualitas pelayanan apa saja yang memerlukan perhatian khusus pada Sekolah Terbuka Depok terhadap siswa SMA Terbuka Depok.

SERVQUAL MODEL

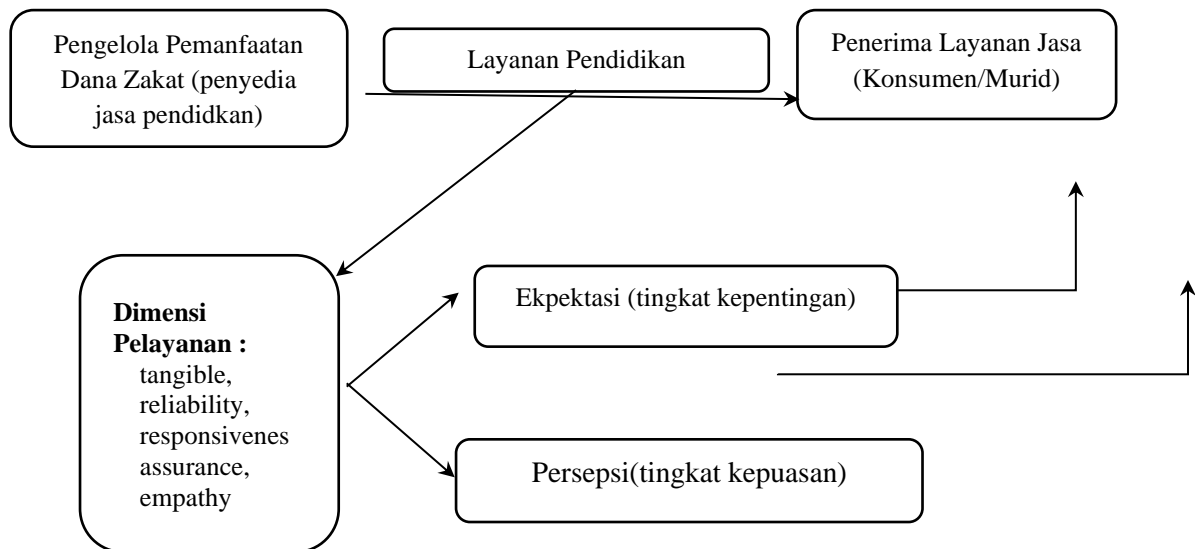
Servqual model (Service Quality model) atau kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Service Quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan (Hardiyati, 2010). Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang seharusnya diperhatikan serius oleh baik perusahaan penyedia jasa ataupun lembaga pendidikan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki.

Pendapat Parasuraman (1998) dalam Indrawati (2011) mengemukakan lima dimensi pokok kualitas jasa, yaitu:

- 1) Kendalan (*reliability*), keandalan adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Banyak hasil riset membuktikan bahwa keandalan biasanya merupakan dimensi yang paling penting bagi kebanyakan jasa;
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), daya tanggap adalah kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera. Dalam hal ini, mereka memberikan tanggapan terhadap keinginan konsumen dengan kemauan untuk membantu/ melayani sesegera mungkin. Dan standar yang digunakan harus disesuaikan dengan permintaan kecepatan tanggapan yang diinginkan konsumen;
- 3) Jaminan (*Assurance*), jaminan kepastian, yaitu adanya pengetahuan dan kemampuan serta kesopanan yang dimiliki para karyawan dalam memberikan pelayanan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan tidak menimbulkan keraguan pelanggan atas pelayanan;
- 4) Kemudahan Akses (*Empathy*), empati adalah adanya perhatian yang bersifat pribadi kepada pelanggan, melakukan kontak, hubungan dan komunikasi dengan pelanggan serta adanya upaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggan;

5) Penampilan Fisik (Tangible), penampilan fisik dimaksudkan bahwa penampilan sarana fisik, perlengkapan/peralatan, penampilan personil dan media komunikasi yang dapat diandalkan merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan.

Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : Hasil Analisis

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kepuasan mustahiq. sehingga variabel dependen yang kami gunakan adalah kepuasan mustahik. Sedangkan variabel independen adalah *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, product*. Populasi yang digunakan Dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA terbuka Depok. Kemudian untuk menentukan jumlah sampel yang dapat memproyeksikan populasi SMA Terbuka Depok, digunakan Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana:

N = Jumlah populasi

N = Populasi

e = error

Sehingga di dapat :

$$n \text{ QUOTE} = 60 \approx 68 \text{ siswa}$$

Jenis Data dan Metode Sampling

Jenis data pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui tiga cara yaitu pengisian kuesioner oleh siswa , dan *in depth interview* dengan dewan guru SMA Terbuka

Depok. Kemudian untuk data sekunder penelitian ini membutuhkan data tentang jumlah siswa SMA Terbuka Depok dan data program Lembaga Amil Zakat Sukses.

Sementara itu, metode sampling yang akan dilakukan adalah *Stratified Sampling*, yakni metode pengumpulan sampel yang dilakukan berdasarkan grup-grup yang **homogen**. Dalam hal ini sekolah memiliki kelas-kelas yang polanya bertingkat.

Untuk mengetahui analisis kepuasan analisis regresi linier berganda dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS), dengan model persamaan sebagai berikut

$$U = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Dimana: U =Utility Kepuasan; α = *intercept* ; X_1 = tangible ; X_2 = reliability ; X_3 = responsiveness; X_4 = assurance; X_5 = empathy; ε = error.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah pertanyaan dalam kuesioner telah mengukur sesuai dengan indikator yang ditentukan. Adapun uji validitas ini melihat apakah jawaban kuesioner ini valid atau tidak. Sedangkan uji reliabilitas untuk melihat apakah jawaban kuesioner ini dapat dipercaya keandalannya atau tidak.

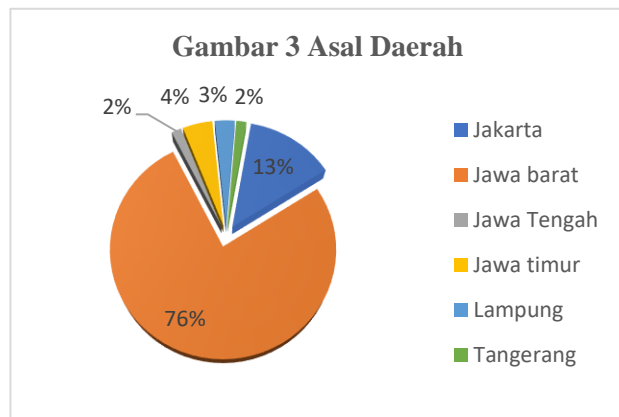
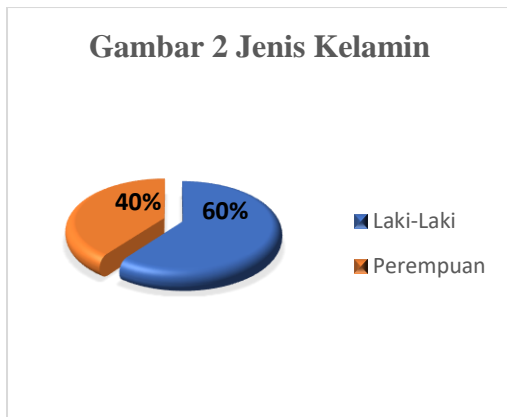
Tabel 1 Hipotesis

No	Variabel	Parameter Model
1	Tangible	$\beta_1 > 0$
2	Reliability ;	$\beta_2 > 0$
3	Responsiveness	$\beta_3 > 0$
4	Assurance	$\beta_4 > 0$
5	Empathy	$\beta_5 > 0$

Sumber : Analisis Penyusun

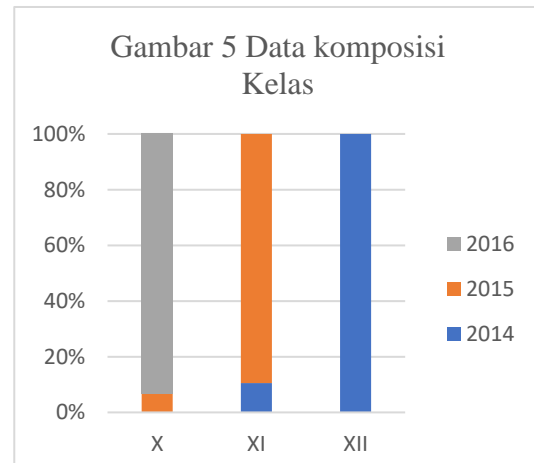
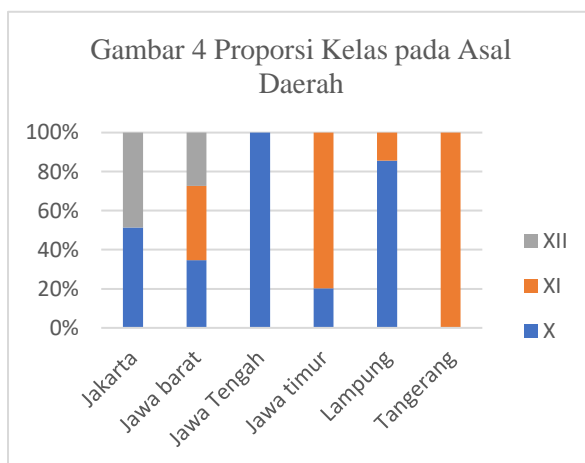
HASIL DAN PEMBAHASAN

Mustahiq zakat adalah orang menerima zakat. Disini mustahiq yang kami maksud adalah siswa SMA Terbuka Depok. Karena mereka adalah salah satu asnaf yang telah ditetapkan oleh Al-Quran. Adapun karakter responden yang telah kami pilih adalah sebagai berikut:



Sumber : Hasil Analisis Data Primer

Kemudian proporsi kelas pada setiap asal daerah mereka adalah sebagai berikut



Sumber : Hasil Analisis Data Primer

Pada grafik komposisi kelas ternyata terdapat siswa yang tinggal kelas sejumlah 6% yang tinggal kelas. Angka ini cukup kecil jika melihat kondisi sekolah yang gratis mereka biasanya cenderung kurang rajin. Berikut adalah hasil analisis Faktor yang Signifikan Mempengaruhi Kepuasan Mustahik menggunakan OLS(ordinary least square) adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Ordinary Least Square Pada Kepuasan Mustahiq Zakat

Variabel servqual	koeffisient	Standard error	P-value
Empathy	0.262**	0.102	0.013
Reliability	0.037	0.093	0.692
Tangible	0.824	0.059	0.162
Constan	12.59**	3.127	0.000

Variabel servqual	koeffisient	Standard error	P-value
Observation	68		
r-square	0.363		

Tingkat signifikansi *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Sumber : Hasil Analisis Data Primer

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa p value $> 0,05$. Hal ini memiliki arti bahwa Tangibel memiliki pengaruh namun tidak signifikan dengan kepuasan mustahiq. Karena tanda koefisien positif, hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel tangible untuk memaksimalkan kepuasan mustahiq itu baik maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen (mustahiq) akan zakat yang telah ia terima. Tangible juga akan mempengaruhi persepsi mustahik.

Menurut hasil penelitian Aniek Indrawati bahwa variabel *tangible* pada Lembaga Pendidikan menunjukkan berpengaruh secara positif dan signifikan. Sementara menurut Mira pada penelitian tentang pelayanan terhadap kepuasan siswa dalam mengikuti kursus di lembaga bimbingan belajar, variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan. Pada kali ini analisis variabel *tangible* pada kepuasan mustahiq berpengaruh namun tidak signifikan.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa p . value $> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *reliability* memiliki pengaruh namun tidak signifikan dengan kepuasan mustahiq. Melihat hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel *reliability* ditingkatkan maka itu juga akan meningkatkan kepuasan konsumen, namun peningkatan kepuasan konsumen tidak akan signifikan bahkan akan melambat. Melihat dari hasil yang ada, maka variabel *reliability* dapat dikategorikan sangat kurang dibandingkan variabel *tangible*.

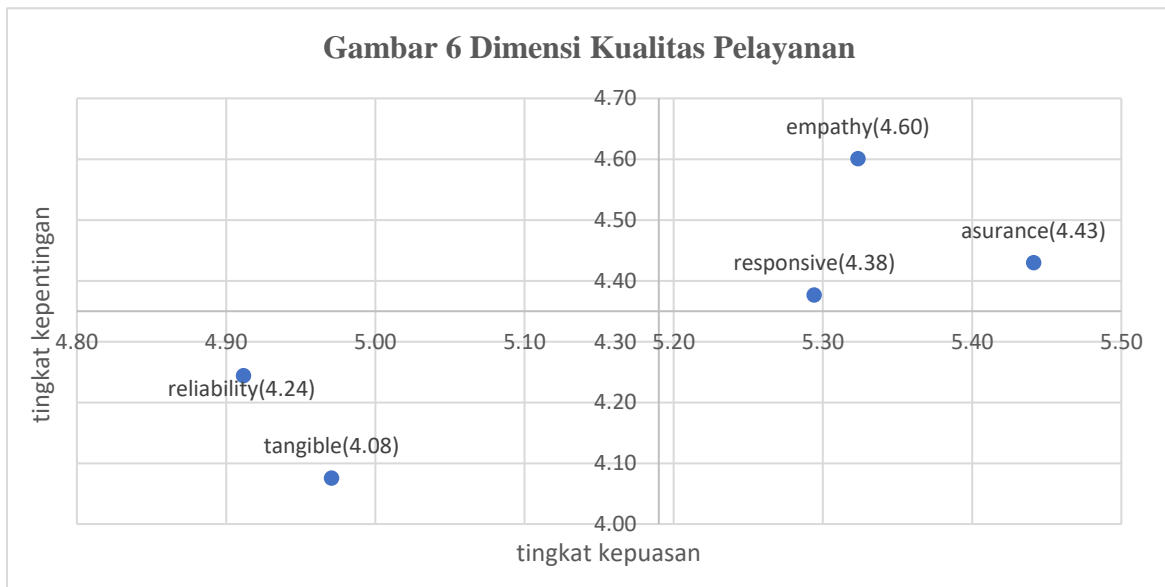
Menurut hasil penelitian Aniek Indrawati bahwa variabel *reliability* pada Lembaga Pendidikan menunjukkan juga berpengaruh secara positif dan signifikan. Sementara menurut Mira pada penelitian tentang pelayanan terhadap kepuasan siswa dalam mengikuti kursus di lembaga bimbingan belajar, variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan. Pada kali ini analisis variabel *reliability* pada kepuasan mustahiq juga berpengaruh namun tidak signifikan.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa p value $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan dengan kepuasan mustahiq. Dari setiap variabel yang ada, hanya *empathy* yang mampu mempengaruhi secara signifikan. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa jika *empathy* baik maka peningkatan kepuasan mustahiq juga akan semakin baik dan begitupun sebaliknya. Dan tentunya pengaruh kenaikan dan penurunan akan terjadi dalam jumlah yang signifikan. Disisi lain, hal ini mengindikasikan bahwa mustahiq yang merupakan penerima manfaat zakat sukses lebih terpengaruh kepuasannya melalui *empathy*.

Menurut hasil penelitian Aniek Indrawati bahwa variabel *empathy* pada Lembaga Pendidikan menunjukkan juga berpengaruh secara positif dan signifikan. Sementara menurut Mira pada penelitian tentang pelayanan terhadap kepuasan siswa dalam mengikuti kursus di lembaga bimbingan belajar, variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan. Pada kali ini analisis variabel *empathy* pada kepuasan mustahiq juga berpengaruh secara signifikan, sehingga analisis variabel ini sesuai dengan teori yang ada.

Dimensi Kualitas Pelayanan yang Memerlukan Perhatian Khusus

Hasil analisis regresi diatas jika melibatkan variabel *empathy*, *assurance*, *responsive*, *tangible*, *reliability* maka model mengandung *multikolinearitas* dan *heteroskedastis*. Namun jika memakai model yang melibatkan variabel *empathy*, *tangible*, *reliability* model tersebut dari kedua hal tersebut. Kemudian melihat kondisi yang ada di SMA Terbuka Depok, ada hal yang menarik yang perlu dikaji secara deskriptif dan memerlukan perhatian khusus dalam kualitas pelayanan di SMA Terbuka Depok. oleh karena itu penulis melihat dengan menggunakan metode lain sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut:



Sumber : Hasil Analisis Penyusun

Pada grafik scatter plot diatas menunjukkan bahwa: Nilai *empathy* sekolah berada di titik koordinat (5,32;4,6), lalu nilai *assurance* sekolah berada di titik koordinat (5,44;4,43) kemudian nilai *responsive* sekolah berada di titik koordinat (5,29;4,38) Hal ini berarti secara relatif berada diatas rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan mustahiq. Hal ini menunjukkan nilai *empathy* *assurance*, dan *responsive* secara relatif lebih penting dibanding nilai lainnya. Dan

tanggapan siswa terhadap nilai *empathy*, *assurance*, dan *responsive* secara relatif lebih puas dibandingkan nilai lainnya. Dengan demikian nilai *empathy*, *assurance*, dan *responsive* perlu diprioritaskan dan tetap dipertahankan kualitasnya.

Sementara itu nilai *reliability* dan *tangible* sekolah masing masing berada di titik koordinat (4,97;4,24) dan (4,97;4,08) secara relatif nilai ini berada dibawah rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata tingkat kepuasan. Hal ini menunjukkan nilai reability dan tangible sekolah secara relatif lebih penting dibanding nilai lainnya. Dan tanggapan siswa terhadap nilai *empathy*, *assurance*, dan *responsive* secara relatif lebih puas dibandingkan nilai lainnya. Dengan demikian nilai reliabilitas dan nilai tangible ini sangat memerlukan perhatian khusus dalam kualitas pelayanan di SMA Terbuka Depok.

Mean Satisfaction Index

Berikut adalah nilai mean satisfaction index kualitas layanan SMA Terbuka Depok. Nilai MSI di atas 100 maka hal ini menandakan tingkat kepuasan yang melebihi tingkat kepentingan. sebaliknya jika kurang dari 100 maka tingkat kepuasan lebih rendah dari tingkat kepentingan.

Tabel 3 Mean satisfaction index

Variabel	Mean satisfaction index
Tangibel	82,0
Reliability	86,4
Responsive	82,7
Asurance	81,4
Empathy	86,4

Sumber : Hasil Analisis

Seluruh nilai MSI dari aspek kualitas pelayanan kurang dari 100. Hal ini berarti perbandingan kepuasan terhadap kepentingan terhadap kepentingan nilai kualitas pelayanan masih dibawah ekspektasi mustahiq. Kedepannya diharapkan kualitas layanan untuk mustahiq di SMA Terbuka Depok dapat dilakukan dengan lebih baik lagi.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan pada penelitian adalah Faktor *emphaty* adalah faktor yang paling signifikan mempengaruhi kepuasan mustahiq atas pelayanan jasa pendidikan yang diselenggarakan SMA Terbuka Depok. Selain itu, faktor *tangible* dan *reliability* juga mempengaruhi tingkat kepuasan mustahiq namun tidak signifikan. Ketiga faktor tersebut mempunyai hubungan positif dengan tingkat kepuasan mustahiq, artinya semakin baik keberadaan ketiga aspek tersebut, semakin baik pula tingkat kepuasan mustahiq. Kemudian Faktor *reliability* dan *tangible* adalah aspek yang paling memerlukan perhatian khusus untuk diperbaiki kualitas pelayanannya pada SMA Terbuka Depok. Kedua faktor

atau aspek tersebut secara relatif dianggap lebih penting dibanding tiga faktor yang menjadi dimensi kualitas pelayanan jasa yang ada di SMA Terbuka Depok.

Adapun implikasi kebijakan Sebagai lembaga penyalur dana zakat yang memberikan pelayanan jasa berupa pendidikan gratis bagi anak-anak miskin penerima zakat di daerah Depok, SMA Terbuka Depok perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya terutama pada aspek empathy atau kemudahan akses siswa dalam berkomunikasi dan mendapatkan perhatian akan pemenuhan kebutuhannya.

Aspek lain yang juga penting untuk ditingkatkan kualitasnya adalah aspek tangible (penampilan fisik sekolah) dan reliability (keandalan). Kedua aspek yang menjadi dimensi tak terpisahkan dalam pelayanan jasa ini adalah dua aspek yang paling memerlukan perhatian khusus dari pengelola SMA Terbuka Depok untuk segera ditingkatkan kualitasnya.

REFERENSI

- Florentin, V. (2016). Baznas: Potensi Zakat di Indonesia Mencapai Rp 217 Triliun | kabar_puasa | tempo.co. Retrieved June 7, 2016, from <https://m.tempo.co/read/news/2016/06/07/151777667/baznas-potensi-zakat-di-indonesia-mencapai-rp-217-triliun>
- Hardiyati, Ratih. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Skripsi Sarjana pada FE Universitas Diponegoro : tidak diterbitkan.
- Indrawati, A. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1(16), 25–35.
- Marethasari, W.D. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Lembaga Pendidikan Neutron Yogyakarta di Surakarta. Skripsi Sarjana pada FE Universitas Muhammadiyah Surakarta : tidak diterbitkan
- Mujiran. (2016). Tingkatkan Layanan, LAZ Zakat Sukses Resmikan Gedung Baru | Depok News. Retrieved June 13, 2016, from <http://www.depoknews.id/tingkatkan-layanan-laz-zakat-sukses-resmikan-gedung-baru/>
- Nawangsari, S., Mayang, R., & Prasetyo, E. (2008). ANALISIS DISKRITIF KEPUASAN MASYARAKAT PENGGUNA, (Kommit), 20–21.
- No. (2015). *Berita Resmi StatistikTh. XVIII*, 9(86).
- Syamsi. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan dan Konseling Belajar Al Qalam Bandarlampung. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 5(1), 18–36.
- Florentin, V. (2016). Baznas: Potensi Zakat di Indonesia Mencapai Rp 217 Triliun | kabar_puasa | tempo.co. Retrieved June 7, 2016, from <https://m.tempo.co/read/news/2016/06/07/151777667/baznas-potensi-zakat-di-indonesia->

mencapai-rp-217-triliun

- Indrawati, A. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1(16), 25–35.
- Mujiran. (2016). Tingkatkan Layanan, LAZ Zakat Sukses Resmikan Gedung Baru | Depok News. Retrieved June 13, 2016, from <http://www.depoknews.id/tingkatkan-layanan-laz-zakat-sukses-resmikan-gedung-baru/>
- Nawangsari, S., Mayang, R., & Prasetyo, E. (2008). ANALISIS DISKRITIF KEPUASAN MASYARAKAT PENGGUNA, (Kommit), 20–21.
- No. (2015). *Berita Resmi StatistikTh. XVIII*, 9(86).
- Rangkuti, Freddy, 2003, *Measuring Customer Satisfaction*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Syamsi. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan dan Konseling Belajar Al Qalam Bandarlampung. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 5(1), 18–36.