

## **THE INFLUENCE OF PESANTREN MANAGEMENT TRUSTWORTHINESS AND ISLAMIC VALUE-BASED SERVICES ON PARENTS' LOYALTY**

**Tgk Harmen NuriQmar<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup>**Stie Bhakti Pembangunan**

**Email : [harmennuriqmar@gmail.com](mailto:harmennuriqmar@gmail.com)**

**Abstract:** *This study aims to examine the influence of pesantren management trustworthiness and Islamic value-based services on parents' loyalty within the context of Islamic boarding schools in Indonesia. Pesantren play a strategic role not only in providing religious education but also in fostering moral values and long-term relationships with parents as key stakeholders. Trustworthiness and Islamic service values are therefore essential elements in sustaining parents' commitment and loyalty toward pesantren institutions. This research employs a quantitative approach using a causal research design. Data were collected through a structured questionnaire distributed to parents or guardians of active students in a pesantren, with respondents selected based on purposive sampling criteria. The data were analyzed using Structural Equation Modeling with the Partial Least Squares (SEM-PLS) approach to evaluate both the measurement and structural models. The findings reveal that pesantren management trustworthiness has a positive and significant effect on parents' loyalty, indicating that ethical, transparent, and responsible management practices strengthen parents' trust and long-term commitment. In addition, Islamic value-based services also have a positive and significant influence on parents' loyalty, highlighting the importance of service practices that reflect Islamic principles such as fairness, honesty, and care. Overall, the results confirm that parents' loyalty is shaped by the integration of ethical management and Islamic service values. This study contributes to the literature on Islamic education management and relationship marketing by providing empirical evidence on the role of Islamic values in strengthening stakeholder loyalty.*

**Keywords:** *Pesantren Management, Trustworthiness, Islamic Value-Based Services, Parents' Loyalty, Islamic Education.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kepercayaan manajemen pesantren dan pelayanan berbasis nilai-nilai Islam terhadap loyalitas orang tua dalam konteks pesantren di Indonesia. Pesantren memainkan peran strategis tidak hanya dalam memberikan pendidikan agama tetapi juga dalam menumbuhkan nilai-nilai moral dan hubungan jangka panjang dengan orang tua sebagai pemangku kepentingan utama. Kepercayaan dan nilai-nilai pelayanan Islam merupakan elemen penting dalam mempertahankan komitmen dan loyalitas orang tua terhadap lembaga pesantren. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur

yang dibagikan kepada orang tua atau wali murid aktif di pesantren, dengan responden dipilih berdasarkan kriteria purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling dengan pendekatan Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk mengevaluasi model pengukuran dan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan manajemen pesantren memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas orang tua, yang mengindikasikan bahwa praktik manajemen yang etis, transparan, dan bertanggung jawab memperkuat kepercayaan dan komitmen jangka panjang orang tua. Selain itu, pelayanan berbasis nilai-nilai Islam juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas orang tua, menyoroti pentingnya praktik pelayanan yang mencerminkan prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, kejujuran, dan kepedulian. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa loyalitas orang tua dibentuk oleh integrasi manajemen etis dan nilai-nilai pelayanan Islam. Studi ini berkontribusi pada literatur tentang manajemen pendidikan Islam dan pemasaran hubungan dengan memberikan bukti empiris tentang peran nilai-nilai Islam dalam memperkuat loyalitas pemangku kepentingan..

**Kata Kunci:** Manajemen Sekolah Asrama Islam, Kepercayaan, Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Islam, Loyalitas Orang Tua, Pendidikan Islam.

---

## PENDAHULUAN

Pondok pesantren sebagai institusi pendidikan Islam merupakan bagian penting dalam sistem pendidikan nasional di negara berpenduduk mayoritas Muslim seperti Indonesia. Pendidikan pesantren tidak hanya membekali santri dengan ilmu agama, tetapi juga nilai-nilai kehidupan Islami yang diharapkan membentuk karakter dan moral generasi muslim. Nilai-nilai Islam seperti amanah (kepercayaan), kejujuran, dan pelayanan yang beretika menjadi tolok ukur kualitas sebuah lembaga pendidikan berbasis Islam dalam menghadapi tantangan era modern. Penelitian dalam konteks layanan Islami menunjukkan bahwa pengintegrasian nilai-nilai Islam dalam praktik pelayanan berpotensi memengaruhi persepsi dan loyalitas pihak yang dilayani, termasuk wali santri (Septiarini, 2017). Dalam konteks organisasi dan layanan, konsep *amanah* merupakan prinsip etika utama dalam Islam yang menuntut pemimpin dan pengelola pendidikan untuk mengelola sumber daya dan tanggung jawab secara jujur, adil, dan bertanggung jawab. Nilai ini secara teoritis menjadi dasar dalam membangun hubungan kepercayaan dengan stakeholder lembaga pendidikan (Panakaje et al., 2025).

Di pesantren khususnya di Indonesia, hubungan antara lembaga dengan wali santri (orang tua) menjadi aspek penting dalam memastikan kontinuitas pendidikan dan dukungan terhadap pesantren. Studi empiris di beberapa pesantren menemukan bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas wali santri terhadap institusi pesantren. Misalnya, pada Pondok

Pesantren Riyadlul Jannah Pacet, kepercayaan dan kepuasan wali santri berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas mereka, meskipun sebagian variabel memiliki pengaruh yang lebih dominan daripada yang lain (Indrawati, 2021). Selain itu, pelayanan berbasis nilai Islam yang baik juga ditemukan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada lembaga yang beroperasi dengan prinsip Islam, meskipun dalam konteks yang berbeda seperti bank syariah di lingkungan pesantren.

Meskipun pesantren diharapkan menjalankan amanah dan pelayanan Islami, banyak pesantren yang belum menerapkan prinsip amanah secara konsisten dalam manajemen dan pelayanan mereka. Akibatnya, terdapat kesenjangan antara harapan wali santri terhadap pengelolaan pesantren yang ideal dan realita pelayanan yang diberikan. Ketidakseimbangan ini dapat menyebabkan loyalitas wali santri menjadi tidak optimal, bahkan dalam kondisi tertentu menurunkan dukungan wali santri terhadap pesantren (Indrawati, 2021).

Selain itu, dalam konteks lain layanan berbasis nilai Islam dibuktikan dapat memengaruhi loyalitas stakeholder, sehingga menunjukkan bahwa jika nilai Islam seperti amanah dan pelayanan Islami diimplementasikan efektif, maka loyalitas pihak yang dilayani justru cenderung meningkat. Hal ini menunjukkan kebutuhan peningkatan kualitas manajemen Islami dalam pesantren (Jauhariyah et al., 2023). Penelitian kuantitatif di pesantren menunjukkan bahwa variabel seperti kepercayaan dan kepuasan memiliki hubungan signifikan dengan loyalitas wali santri, walaupun sebagian efeknya berbeda besaran. Studi di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki efek parsial yang signifikan terhadap loyalitas, namun kepuasan wali santri terbukti memengaruhi loyalitas secara parsial dan dominan (Jauhariyah et al., 2023). Selain itu, dalam penelitian lain terhadap pelayanan Islami dan kualitas produk pada layanan berbasis pesantren di Banyuwangi, pelayanan Islami terbukti menjadi variabel penting yang diuji terhadap loyalitas pelanggan/nasabah.

Fenomena hubungan manajemen atau pelayanan organisasi terhadap loyalitas stakeholder dapat dijelaskan dengan *Relationship Marketing Theory* (teori pemasaran hubungan) yang menekankan pentingnya kepercayaan, komitmen, dan nilai bersama untuk menciptakan loyalitas dalam jangka panjang. Teori ini cocok diterapkan dalam konteks pendidikan religius, di mana kepercayaan dan nilai Islam menjadi landasan hubungan antara pesantren dengan wali santri (Widana et al., 2025).

Beberapa penelitian telah meneliti hubungan antara variabel seperti kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas wali santri di konteks pesantren tertentu. Namun, penelitian yang secara spesifik menggabungkan variabel amanah pengelolaan pesantren dan pelayanan berbasis nilai Islam secara bersamaan dengan loyalitas wali santri masih jarang ditemukan dalam literatur empiris. Ketiadaan penelitian yang simultan menggabungkan kedua variabel independen ini menunjukkan gap ilmiah yang relevan (Ahmad M. Latief et al., 2025).

Penelitian ini penting dilakukan karena akan memberikan pemahaman empiris mengenai bagaimana nilai amanah dan pelayanan Islami dapat memengaruhi loyalitas wali santri di lingkungan pesantren. Secara teoritis, penelitian ini akan memperkaya kajian ilmiah terkait manajemen pendidikan Islam dan hubungan organisasi dengan stakeholder berbasis nilai Islam. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengurus pesantren dalam mengembangkan manajemen berbasis amanah dan pelayanan Islami yang efektif, sehingga dapat meningkatkan dukungan dan loyalitas wali santri terhadap pesantren.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh amanah pengelolaan pesantren serta pelayanan berbasis nilai Islam terhadap loyalitas wali santri, sehingga dapat memberikan bukti kuantitatif yang kuat mengenai kedudukan kedua variabel independen tersebut dalam memprediksi loyalitas wali santri di pesantren di Indonesia.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Konsep Amanah dalam Tinjauan Literatur**

Amanah merupakan konsep fundamental dalam nilai Islam yang memiliki implikasi pada kepercayaan dan tanggung jawab dalam konteks organisasi dan kepemimpinan. Dalam kajian etika Islam, *al-amanah* berarti *kepercayaan dan tanggung jawab yang harus diemban* oleh setiap Muslim dalam menjalankan tugas dan amanahnya, baik terhadap Tuhan, manusia, maupun institusi. Konsep ini berasal dari Al-Qur'an dan tradisi Islam yang menekankan integritas sebagai ciri utama dari perilaku moral Islam (Yuli & Sari, 2021). Penelitian lain juga menegaskan bahwa nilai amanah jika diintegrasikan dalam budaya organisasi dapat meningkatkan perilaku kerja yang jujur, adil, dan kredibel, menunjukkan bahwa nilai ini bukan hanya bersifat normatif tetapi juga dapat dijadikan landasan dalam praktik manajerial lembaga Islam (Yuli & Sari, 2021).

## **2. Pelayanan Berbasis Nilai Islam dalam Lembaga Pendidikan**

Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, khususnya pesantren, nilai amanah sering dikaitkan dengan kepercayaan wali santri terhadap kemampuan pesantren dalam mengelola pendidikan dan moral santri. Meskipun tidak banyak penelitian yang secara eksplisit memformalkan hubungan antara amanah pesantren dan loyalitas wali santri, literatur tentang hubungan kepercayaan organisasi terhadap loyalitas stakeholder menunjukkan bahwa nilai kepercayaan sangat penting untuk loyalitas jangka panjang (Indrawati, 2021). Pelayanan berbasis nilai Islam adalah praktik pelayanan yang mencerminkan prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran (*siddiq*), tanggung jawab (*amanah*), keadilan (*'adl*), dan kesabaran (*sabr*) dalam setiap aspek layanan kepada stakeholder. Studi manajemen pemasaran pendidikan Islam memaparkan bahwa nilai-nilai etika Islam seperti amanah termasuk dalam prasyarat pelayanan efektif yang dapat meningkatkan persepsi positif terhadap layanan pendidikan Islam (Abdullah et al., 2023).

Bahkan penelitian empiris dalam konteks pesantren juga menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi faktor penting dalam kepuasan santri atau wali santri, yang, dalam literatur loyalitas, merupakan *prediktor kuat loyalitas*. Hal ini sejalan dengan studi yang menunjukkan bahwa *service quality* memiliki peran utama dalam membangun loyalitas pelanggan, termasuk dalam konteks pesantren dan institusi pendidikan Islam lainnya (Abdullah et al., 2023). Loyalitas wali santri adalah indikator penting keberhasilan hubungan antara pesantren dengan para orang tua santri. Literatur pendidikan pada umumnya menyatakan bahwa kepuasan stakeholder berpengaruh langsung terhadap loyalitas, dimana pelayanan berkualitas dan pengalaman positif cenderung meningkatkan loyalitas orang tua terhadap institusi pendidikan anaknya (Sabathelia et al., 2022).

## **3. Loyalitas dalam Konteks Pendidikan dan Agama**

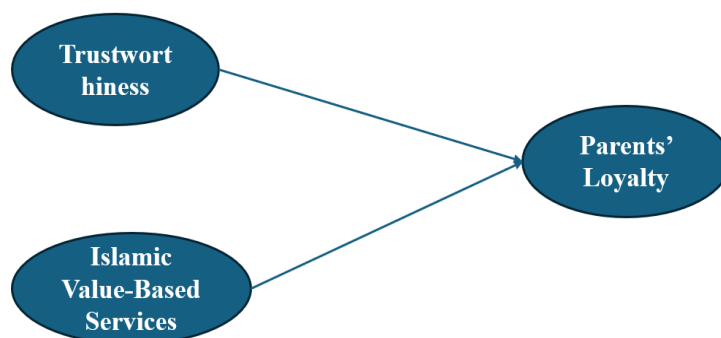
Selain itu, studi di konteks lembaga keuangan Islam menunjukkan bahwa *service quality* berdampak signifikan terhadap loyalitas melalui jalur kepuasan, yang menegaskan pentingnya pelayanan berkualitas dan nilai kepercayaan dalam meraih loyalitas stakeholder yang kuat (Farizal, 2024). Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti sebagian aspek dari hubungan antara *value Islamic service* atau *trust* dengan loyalitas dalam konteks lain, seperti lembaga keuangan Islam dan pendidikan swasta Islam. Hasilnya consistently menunjukkan bahwa nilai Islam dalam pelayanan dan kepercayaan memiliki peran penting dalam memperkuat loyalitas stakeholder bila dilaksanakan dengan konsisten (Farizal, 2024). Namun, penelitian yang

menggabungkan variabel amanah pengelolaan pesantren secara langsung dengan loyalitas wali santri dan pelayanan berbasis nilai Islam secara simultan masih sangat terbatas atau bahkan jarang ditemukan. Di sinilah gap penelitian muncul: banyak studi fokus pada satu variabel saja (mis. service quality atau trust), tetapi belum banyak yang menggabungkan amanah sebagai karakter inti manajemen pesantren + pelayanan Islami + loyalitas wali santri. Gap ini menjadikan penelitian ini penting untuk memberikan kontribusi baru di kajian pendidikan Islam dan manajemen organisasi berbasis nilai Islam.

#### 4. Kerangka Teoretis yang Mendukung

Model hubungan antara amanah, pelayanan Islam, dan loyalitas dapat dijelaskan melalui beberapa pendekatan teoretis Teori *Relationship Marketing*, yang menekankan pentingnya nilai kepercayaan dan komitmen dalam membangun hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dan stakeholder (Ahmad M. Latief et al., 2025). Teori Kualitas Pelayanan (*Service Quality Theory*), yang menjelaskan bagaimana kualitas layanan berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan berefek pada loyalitas, yang dalam konteks pesantren dapat diadaptasi sebagai kualitas pelayanan berbasis nilai Islam (Abdullah et al., 2023). Teori *Islamic Work Ethic*, yang menegaskan bahwa nilai Islam seperti amanah, kejujuran, dan tanggung jawab tidak hanya memberi landasan moral, tetapi juga berkontribusi terhadap hubungan yang kuat antara organisasi berbasis Islam dengan para stakeholdernya (Ahmad M. Latief et al., 2025).

#### Kerangka Pemikiran



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

#### 5. Hipotesis

- 1) H1: Amanah pengelolaan pesantren berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wali santri.

- 2) H2: Pelayanan berbasis nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wali santri.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal (penjelasan) yang bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti yaitu (Sugiyono, 2022):

1. Amanah Pengelolaan Pesantren (X1)
2. Pelayanan Berbasis Nilai Islam (X2)
3. Loyalitas Wali Santri (Y)

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini membutuhkan data numerik dan analisis statistik untuk menguji hipotesis secara objektif.

### **B. Populasi dan Sampel**

1. Populasi penelitian adalah seluruh wali santri yang memiliki anak/wali di pesantren tertentu yang menjadi lokasi penelitian pada periode penelitian berjalan.
2. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel antara lain:
  - o Wali santri aktif,
  - o Bersedia menjadi responden,
  - o Anak/walinya sudah menempuh pendidikan minimal 1 tahun di pesantren.

Untuk menentukan besar sampel, digunakan rumus Slovin jika populasi diketahui, atau minimum 100 responden untuk teknik analisis SEM (Structural Equation Modeling).

### **C. Variabel dan Definisi Operasional**

**Tabel 1 Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator (Contoh)</b>
Amanah Pengelolaan Pesantren (X1)	Persepsi wali santri atas tingkat kepercayaan, tanggung jawab, dan integritas pengelola pesantren dalam menjalankan tugas pendidikan	Kejujuran, Transparansi, Tanggung Jawab

Variabel	Definisi Operasional	Indikator (Contoh)
	dan administrasi.	
Pelayanan Berbasis Nilai Islam (X2)	Persepsi wali santri terhadap kualitas layanan pesantren yang mencerminkan nilai kejujuran, adil, amanah, dan kesabaran sesuai nilai Islam.	Etika Pelayanan, Kecepatan Tanggap, Kepedulian Islami
Loyalitas Wali Santri (Y)	Kecenderungan wali santri untuk tetap mempercayakan pendidikan anaknya di pesantren dan merekomendasikannya ke pihak lain.	Rekomendasi, Niat Ulang, Komitmen

#### D. Instrumen Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang dibuat berdasarkan indikator variabel.

Skala yang digunakan adalah Skala Likert 1-5, dengan kategori:

- 1=SangatTidakSetuju
- 2=TidakSetuju
- 3=Netral
- 4=Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Contoh item kuesioner:

1. “Pengelola pesantren bertindak jujur dan bertanggung jawab dalam mengelola administrasi santri.” (X1)
2. “Pelayanan pesantren kepada wali santri dilakukan dengan adil dan sesuai prinsip Islam.” (X2)
3. “Saya merekomendasikan pesantren ini kepada orang lain.” (Y)

#### E. Uji Validitas dan Reliabilitas

**Sebelum pengolahan data utama, instrumen diuji terlebih dahulu:**

1. Uji Validitas dilakukan menggunakan item-total correlation (korelasi item terhadap skor total). Item dengan nilai korelasi  $< 0,30$  dianggap tidak valid.
2. Uji Reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach’s Alpha. Variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach’s Alpha  $\geq 0,70$ .

(Uji dilakukan melalui perangkat statistik seperti SPSS atau SmartPLS).

## F. Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan pendekatan Statistik Inferensial menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) (Hair et al., 2017). Analisis dengan SEM-PLS dipilih karena:

1. Mampu menganalisis hubungan simultan antar variabel,
2. Sesuai untuk model reflektif dan pengukuran konstruk teoretis,
3. Efektif untuk ukuran sampel menengah.

Tahapan analisis meliputi:

1. Analisis Measurement Model (outer model)
  - Validitas konvergen (loading factor > 0,70)
  - Validitas diskriminan
  - Reliabilitas komposit (Composite Reliability > 0,70)
  - AVE > 0,50
2. Analisis Structural Model (inner model)
  - Koefisien jalur
  - Nilai t-statistik (uji signifikansi)
  - R-square ( $R^2$ ) untuk variabel dependen
  - Uji *Goodness of Fit* model

(Referensi metode: Hair et al., A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Data Demografi responden

**Tabel 2. Demografi Responden (N = 100)**

No	Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	48	48,0
		Perempuan	52	52,0

No	Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
		<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
2	Usia (Tahun)	25–34	18	18,0
		35–44	42	42,0
		45–54	28	28,0
		≥ 55	12	12,0
		<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
3	Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	34	34,0
		Diploma	16	16,0
		Sarjana (S1)	40	40,0
		Pascasarjana (S2/S3)	10	10,0
		<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
4	Pekerjaan	PNS/TNI/Polri	14	14,0
		Pegawai Swasta	26	26,0
		Wirausaha	28	28,0
		Petani/Nelayan	12	12,0
		Ibu Rumah Tangga/Lainnya	20	20,0
		<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
5	Lama Anak Bersekolah di Pesantren	< 1 Tahun	15	15,0
		1–3 Tahun	38	38,0
		4–6 Tahun	34	34,0
		> 6 Tahun	13	13,0
		<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
6	Status Anak di Pesantren	Santri Aktif	88	88,0
		Alumni	12	12,0

No	Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
<b>Total</b>			<b>100</b>	<b>100,0</b>

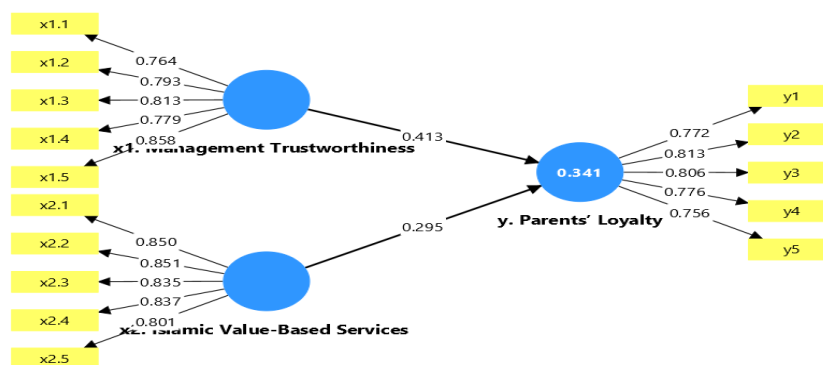
**Sumber: Google form**

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas orang tua/wali santri berjenis kelamin perempuan (52%) dan berada pada rentang usia 35–44 tahun (42%), yang merupakan usia produktif dan umumnya memiliki peran aktif dalam pengambilan keputusan pendidikan anak. Dari sisi pendidikan, sebagian besar responden berpendidikan Sarjana (40%) dan SMA/ sederajat (34%), menunjukkan tingkat pemahaman yang cukup baik dalam menilai amanah pengelolaan pesantren dan pelayanan berbasis nilai Islam.

Ditinjau dari latar belakang pekerjaan, responden didominasi oleh wirausaha (28%) dan pegawai swasta (26%), yang mengindikasikan keberagaman kondisi sosial ekonomi. Sebagian besar anak responden telah menempuh pendidikan di pesantren selama 1–3 tahun (38%) dan 4–6 tahun (34%), serta mayoritas masih berstatus santri aktif (88%). Kondisi ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai dalam berinteraksi dengan pengelolaan dan pelayanan pesantren, sehingga relevan untuk mengukur tingkat kepercayaan (trustworthiness) dan loyalitas orang tua secara objektif.

## 2. Pengujian Outer Model

### a. Outer Loading



**Gambar 2. Diagram Outer Loading**

**Sumber: Olah Data**

**Tabel 3. Outer Loading**

	<b>x1. Management Trustworthiness</b>	<b>x2. Islamic Value-Based Services</b>	<b>y. Parents' Loyalty</b>
<b>x1.1</b>	<b>0.764</b>		
<b>x1.2</b>	<b>0.793</b>		
<b>x1.3</b>	<b>0.813</b>		
<b>x1.4</b>	<b>0.779</b>		
<b>x1.5</b>	<b>0.858</b>		
<b>x2.1</b>		<b>0.850</b>	
<b>x2.2</b>		<b>0.851</b>	
<b>x2.3</b>		<b>0.835</b>	
<b>x2.4</b>		<b>0.837</b>	
<b>x2.5</b>		<b>0.801</b>	
<b>y1</b>			<b>0.772</b>
<b>y2</b>			<b>0.813</b>
<b>y3</b>			<b>0.806</b>
<b>y4</b>			<b>0.776</b>
<b>y5</b>			<b>0.756</b>

**Sumber: Olah Data**

Hasil pengujian outer loading menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Management Trustworthiness (X1), Islamic Value-Based Services (X2), dan Parents' Loyalty (Y) memiliki nilai loading di atas 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk laten yang diukurnya secara kuat dan signifikan. Indikator dengan kontribusi tertinggi terdapat pada X1.5 (0,858) untuk Management Trustworthiness dan X2.2 (0,851) untuk Islamic Value-Based Services, yang menunjukkan peran dominan indikator tersebut dalam membentuk konstruk. Sementara itu, seluruh indikator Parents' Loyalty memiliki nilai outer loading berkisar antara 0,756–0,813, yang menegaskan bahwa loyalitas orang tua terukur secara konsisten dan reliabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan seluruh indikator layak digunakan untuk analisis struktural selanjutnya.

**b. Construct Validity and Reliability**

**Tabel 4. Construct Validity and Reliability**

	<b>Cronbach's alpha</b>	<b>Composite reliability (rho_a)</b>	<b>Composite reliability (rho_c)</b>	<b>Average variance extracted (AVE)</b>
<b>x1. Management Trustworthiness</b>	0.864	0.894	0.900	0.643
<b>x2. Islamic Value-Based Services</b>	0.892	0.897	0.920	0.697
<b>y. Parents' Loyalty</b>	0.845	0.852	0.889	0.616

**Sumber: Olah Data**

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh konstruk penelitian, yaitu Management Trustworthiness (X1), Islamic Value-Based Services (X2), dan Parents' Loyalty (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (rho\_a dan rho\_c) yang lebih besar dari 0,70. Temuan ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator pada masing-masing konstruk memiliki konsistensi internal yang baik dan reliabel. Selanjutnya, nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap konstruk berada di atas batas minimum 0,50, yaitu sebesar 0,643 untuk X1, 0,697 untuk X2, dan 0,616 untuk Y. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen, sehingga layak digunakan untuk analisis struktural dan pengujian hipotesis selanjutnya.

**c. Discriminant Validity**

**Tabel 5. Discriminant Validity**

	<b>x1. Management Trustworthiness</b>	<b>x2. Islamic Value-Based Services</b>	<b>y. Parents' Loyalty</b>
--	---------------------------------------	---	----------------------------

<b>x1. Management Trustworthiness</b>			
<b>x2. Islamic Value-Based Services</b>	<b>0.369</b>		
<b>y. Parents' Loyalty</b>	<b>0.554</b>	<b>0.491</b>	

**Sumber: Olah Data**

Berdasarkan hasil uji Fornell–Larcker, nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Korelasi antara Management Trustworthiness (X1) dan Islamic Value-Based Services (X2) sebesar 0,369, korelasi antara Management Trustworthiness (X1) dan Parents' Loyalty (Y) sebesar 0,554, serta korelasi antara Islamic Value-Based Services (X2) dan Parents' Loyalty (Y) sebesar 0,491. Nilai korelasi antar konstruk tersebut lebih rendah dibandingkan akar kuadrat AVE masing-masing konstruk, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas dan mampu mengukur konsep yang berbeda. Dengan demikian, model pengukuran telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, dan seluruh konstruk layak digunakan dalam analisis struktural selanjutnya.

### **3. Pengujian Inner Model**

#### **a. R-Square**

**Tabel 6. R-Square**

	<b>R-square</b>	<b>R-square adjusted</b>
<b>y. Parents' Loyalty</b>	<b>0.341</b>	<b>0.327</b>

**Sumber: Olah Data**

Hasil pengujian model struktural menunjukkan bahwa nilai R-square untuk variabel Parents' Loyalty sebesar 0,341, dengan nilai R-square adjusted sebesar 0,327. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel Management Trustworthiness dan Islamic Value-Based Services secara simultan mampu menjelaskan 34,1% variasi loyalitas orang tua, sementara sisanya 65,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria evaluasi PLS-SEM, nilai R-square tersebut termasuk dalam kategori moderat, sehingga dapat

disimpulkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik dalam menjelaskan loyalitas orang tua pada konteks pesantren.

**b. F-Square**

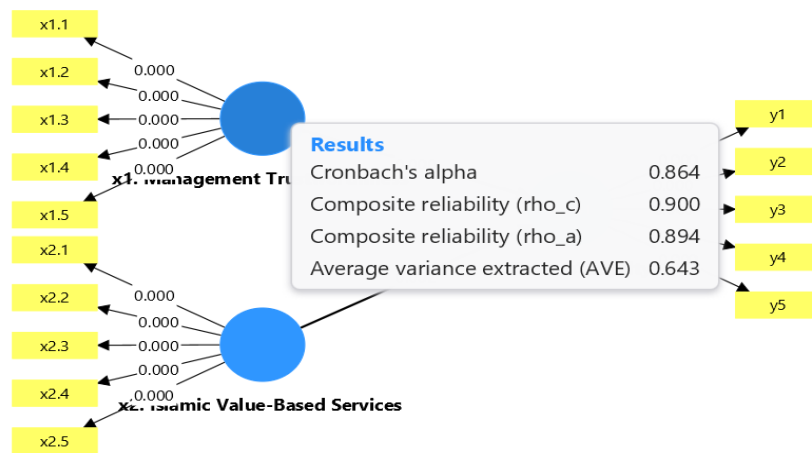
**Tabel 7. F-Square**

	<b>x1. Management Trustworthiness</b>	<b>x2. Islamic Value-Based Services</b>	<b>y. Parents' Loyalty</b>
<b>x1. Management Trustworthiness</b>			<b>0.228</b>
<b>x2. Islamic Value-Based Services</b>			<b>0.116</b>
<b>y. Parents' Loyalty</b>			

**Sumber: Olah Data**

Hasil pengujian f-square menunjukkan bahwa Management Trustworthiness (X1) memiliki nilai effect size sebesar 0,228 terhadap Parents' Loyalty (Y), yang termasuk dalam kategori sedang (medium effect). Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan terhadap amanah pengelolaan pesantren memberikan kontribusi yang cukup kuat dalam meningkatkan loyalitas orang tua. Sementara itu, Islamic Value-Based Services (X2) memiliki nilai f-square sebesar 0,116, yang tergolong dalam kategori kecil hingga mendekati sedang (small effect). Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan berbasis nilai Islam tetap berpengaruh terhadap loyalitas orang tua, namun kontribusinya relatif lebih kecil dibandingkan amanah pengelolaan. Secara keseluruhan, kedua variabel independen berperan dalam membentuk loyalitas orang tua, dengan Management Trustworthiness sebagai faktor yang lebih dominan.

4. Uji Hipotesis



Gambar 4. Diagram Path Coefficients

Sumber: Olah Data

Tabel 8. Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
x1. Management Trustworthiness -> y. Parents' Loyalty	0.413	0.423	0.074	5.577	0.000
x2. Islamic Value-Based Services -> y. Parents' Loyalty	0.295	0.301	0.093	3.160	0.002

Sumber: Olah Data

Hasil pengujian pengaruh langsung menunjukkan bahwa Management Trustworthiness (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Parents' Loyalty (Y) dengan nilai path coefficient sebesar 0,413, t-statistic 5,577, dan p-value 0,000 (< 0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat amanah pengelolaan pesantren, maka semakin tinggi pula loyalitas orang tua/wali santri. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif Management Trustworthiness terhadap Parents' Loyalty diterima.

Selanjutnya, Islamic Value-Based Services (X2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Parents' Loyalty (Y) dengan nilai path coefficient sebesar 0,295, t-statistic 3,160, dan p-value 0,002 ( $< 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan pesantren yang berlandaskan nilai-nilai Islam mampu meningkatkan loyalitas orang tua, meskipun pengaruhnya relatif lebih kecil dibandingkan amanah pengelolaan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif Islamic Value-Based Services terhadap Parents' Loyalty diterima.

### **Pembahasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa amanah pengelolaan pesantren memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas orang tua/wali santri. Temuan ini menguatkan pandangan dalam literatur manajemen Islam yang menempatkan amanah sebagai prinsip etika fundamental dalam kepemimpinan dan pengelolaan organisasi Islam. Dalam konteks pesantren, amanah tidak hanya dipahami sebagai kejujuran administratif, tetapi juga mencakup tanggung jawab moral, transparansi, serta konsistensi pengelola dalam menjalankan visi pendidikan Islam. Ketika wali santri memandang pengelolaan pesantren dilakukan secara amanah, kepercayaan institusional akan terbentuk dan berlanjut pada komitmen jangka panjang terhadap lembaga.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap lembaga pendidikan berpengaruh terhadap loyalitas wali santri. Indrawati menegaskan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama hubungan antara pesantren dan wali santri, terutama dalam konteks lembaga pendidikan berbasis agama yang mengandalkan nilai moral sebagai diferensiasi utama. Temuan penelitian ini juga mendukung konsep Islamic Work Ethic, yang menjelaskan bahwa nilai amanah berfungsi sebagai mekanisme pengikat antara pengelola dan stakeholder melalui integritas dan tanggung jawab moral. Dengan demikian, amanah pengelolaan pesantren terbukti bukan sekadar nilai normatif, tetapi memiliki implikasi nyata terhadap perilaku loyal orang tua.

Selain itu, penelitian ini juga membuktikan bahwa pelayanan berbasis nilai Islam berpengaruh terhadap loyalitas orang tua. Pelayanan yang mencerminkan prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, kesabaran, kepedulian, dan etika Islami memperkuat persepsi positif wali santri terhadap pesantren. Temuan ini konsisten dengan literatur tentang Islamic service quality, yang menekankan bahwa pelayanan yang selaras dengan nilai religius mampu

menciptakan pengalaman emosional dan spiritual yang lebih mendalam dibandingkan pelayanan konvensional. Dalam konteks pendidikan Islam, pelayanan tidak hanya dinilai dari aspek teknis, tetapi juga dari kesesuaian perilaku layanan dengan ajaran Islam.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Abdullah dan kolega yang menyatakan bahwa pelayanan berbasis nilai Islam berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara lembaga dan stakeholder. Demikian pula, studi di sektor keuangan syariah menunjukkan bahwa pelayanan yang menginternalisasi nilai Islam cenderung menghasilkan loyalitas yang lebih kuat. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperluas temuan sebelumnya dengan mengonfirmasi bahwa konsep tersebut juga relevan dalam konteks pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam.

Namun demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh amanah pengelolaan pesantren lebih dominan dibandingkan pelayanan berbasis nilai Islam. Hal ini dapat dijelaskan melalui Relationship Marketing Theory, yang menempatkan kepercayaan sebagai elemen inti dalam membangun hubungan jangka panjang. Dalam konteks pesantren, wali santri menyerahkan amanah pendidikan, pembinaan moral, dan masa depan anak kepada pengelola pesantren. Oleh karena itu, aspek amanah pengelolaan menjadi faktor utama yang memengaruhi loyalitas, sementara pelayanan Islami berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat hubungan tersebut.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengisi gap dalam literatur yang sebelumnya lebih banyak meneliti kepercayaan atau kualitas pelayanan secara terpisah. Dengan mengintegrasikan amanah pengelolaan pesantren dan pelayanan berbasis nilai Islam dalam satu model, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa loyalitas wali santri terbentuk melalui kombinasi nilai etika manajerial dan praktik pelayanan Islami. Temuan ini memperkuat argumen bahwa pengelolaan pesantren yang berlandaskan nilai Islam secara konsisten tidak hanya berdampak pada kualitas pendidikan, tetapi juga pada keberlanjutan hubungan antara pesantren dan wali santri.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh amanah pengelolaan pesantren dan pelayanan berbasis nilai Islam terhadap loyalitas orang tua/wali santri. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa amanah pengelolaan pesantren terbukti memiliki peran yang signifikan dalam membentuk loyalitas orang tua. Pengelolaan pesantren yang dijalankan secara jujur, transparan, dan bertanggung jawab mampu menumbuhkan

kepercayaan wali santri, yang selanjutnya mendorong komitmen jangka panjang terhadap pesantren.

Selain itu, pelayanan berbasis nilai Islam juga terbukti berkontribusi terhadap loyalitas orang tua. Pelayanan yang mencerminkan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kepedulian, dan etika Islami memperkuat persepsi positif wali santri terhadap pesantren. Meskipun perannya tidak sedominan amanah pengelolaan, pelayanan Islami tetap menjadi elemen penting dalam membangun hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara pesantren dan wali santri.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa loyalitas orang tua dalam konteks pesantren tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh nilai amanah yang melekat dalam praktik manajerial pesantren. Temuan ini memberikan implikasi teoretis dengan memperkuat relevansi teori pemasaran hubungan dan etika kerja Islam dalam konteks pendidikan Islam. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengelola pesantren untuk mengintegrasikan nilai amanah dan pelayanan berbasis nilai Islam secara konsisten guna meningkatkan loyalitas dan dukungan wali santri terhadap pesantren.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Annisah, I., & Baharun, H. (2023). Building Santri Loyalty Through Total Quality Service in Pesantren. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 4(1), 130–146. <https://doi.org/10.54396/qlb.v4i1.992>
- Ahmad M. Latief, Achmad Abubakar, & Mardan. (2025). QUR'ANIC VALUES AS THE FOUNDATION OF ISLAMIC WORK ETHIC: A THEMATIC STUDY ON THE CONCEPTS OF 'AMAL, AMANAH, AND ISTIQĀMAH. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 13(3), 713–725. <https://doi.org/10.30603/tjmpi.v13i3.7033>
- Farizal, A. (2024). *The Role of Member Satisfaction in Mediating the Influence of Islamic Business Ethics and Service Quality on Loyalty in Islamic Cooperatives*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (Second edition). SAGE.
- Indrawati, P. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas wali santri di Unit Pendidikan Formal Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto. *JEBDEER: Journal of Entrepreneurship, Business Development and Economic Educations Research*, 3(2), 71–82. <https://doi.org/10.32616/jbr.v3i2.280>
- Jauhariyah, N. A., Budiywono, E., & Setiawaty, U. A. (2023). PENGARUH PELAYANAN

ISLAMI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI DI PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BLOKAGUNG KABUPATEN BANYUWANGI. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 198–205.

<https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.2443>

- Panakaje, N., Zuha, A., Parvin, S. M. R., Sheikh, N., Shaid, M., Irfana, S., & V, M. (2025). Exploring the role of islamic ethical training and business integrity in shaping ethical decision-making and business performance: A mediated–moderated analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 1–33. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2025-0099>
- Sabathelia, S., Pradiani, T., & Rahman, A. (2022). The Effect of Service Quality and Education Cost on Parent Loyalty Through Parent Satisfaction at Pelita Kasih Christian School Lawang. *Journal of Disruptive Learning Innovation (JODLI)*, 3(2), 97. <https://doi.org/10.17977/um072v3i22022p97-111>
- Septiarini, D. F. (2017). The correlation of the value of amanah and islamic pricing theory with customer satisfaction and its implication on customer loyalty in hajj and umrah service products in surabaya. *Journal of Islamic Financial Studies*, 3(1), 47–61. <https://doi.org/10.12785/JIFS/030104>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. ALFABETA.
- Widana, G. O., Wiryono, S. K., Purwanegara, M. S., & Toha, M. (2025). *EXPLORING THE IMPACT OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS AND RELATIONSHIP MARKETING ORIENTATION ON BUSINESS PERFORMANCE: THE ISLAMIC BANKING EXPERIENCE*.
- Yuli, S. B. C., & Sari, N. P. (2021). The Implementation of Amanah Values in Islamic Organizational Culture. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 37(2). <https://doi.org/10.29313/mimbar.v37i2.8085>.