

**PENGARUH CITRA SEKOLAH TERHADAP KEPUTUSAN
ORANGTUA MEMILIH SEKOLAH DI SDIT ZAID BIN TSABIT**

SKRIPSI

Muhamad Aulia Mahbub

044118504



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS PAKUAN

NOVEMBER 2022

**PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI
SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul **Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah Di Sdit Zaid Bin Tsabit** adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, 22 November 2022



Muhamad Aulia Mahbub

NPM 04411504

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi/tesis/disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhamad Aulia Mahbub

NPM : 044118504

Tanda Tangan : 

Tanggal : 22 November 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Muhamad Aulia Mahbub

NPM : 044118504

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah Di SDIT Zaid Bin Tsabit

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

Dewan Penguji

Menyetujui,

Pembimbing I : Roni Jayawinangun, M. Si.

NIP/NIK: 1.06016049756

Pembimbing II : Diana Amaliasari, M. Si.

NIP/NIK: 1.0113001606

Pembaca : Yogaprasta Adinugraha, M. Si

NIP/NIK: 1.0641025628

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 22 November 2022

Dekan Fakultas

Dr. Henny Suharyati, M.Si.

NIP. 19600691990092001



Ketua Program Studi

Dr. Dwi Rini Sovia F., M. Comm.

NIP. 1.0113 001607

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat beriring salam semoga tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, pada keluarga, sahabatnya, serta penerus risalahnya.

Skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah Di Sdit Zaid Bin Tsabit" menggunakan metode kuantitatif. Pembuatan Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor. Penyusunan skripsi ini telah melalui berbagai hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan dan dukungan baik dari segi moril maupun materil dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapapun yang membacanya.

Bogor, 22 November 2022

Muhamad Aulia Mahbub

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Henny Suharyati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.
2. Dr. Dwi Rini S. Firdaus M.Comn., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Roni Jayawinangun, M. Si. sebagai pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, dan nasihat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Diana Amaliasari, M, Si. sebagai pembimbing II yang telah memberikan masukan, saran, serta kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua orang tua tercinta, Tumirin dan Ibu Nurohmah yang telah membesarkan dan merawat dengan penuh kasih sayang, serta selalu memberikan support baik berupa do'a, moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Kepada seluruh sahabat Chaerul Al-Karim, Nabila Izzatu Fitri, Hermawan Nur Rofiq, Muhammad Vickri Hasani, Oki Budi Satria, Muhammad Hafid Dwija Buana, dan teman mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti tuliskan satu persatu.
9. *Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doinnng all this hard work I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi, teknik penulisan, maupun penyajian. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima guna penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu. Penulis mengucapkan terima kasih.

ABSTRAK

MUHAMAD AULIA MAHBUB, 044118504, 2022, Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah Di Sdit Zaid Bin Tsabit. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor, Dibawah Bimbingan: **Roni Jayawinangun dan Diana Amaliasari.**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) untuk mengetahui citra sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit menurut orang tua siswa (2) untuk mengetahui keputusan orang tua dalam memilih jasa pendidikan di SDIT Zaid Bin Tsabit (3) untuk menganalisa pengaruh citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan SPSS 25. Menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu orangtua siswa SDIT Zaid Bin Tsabit. Populasi sebanyak 288 orangtua siswa. Sampel yang digunakan sebanyak 81 sampel dengan teknik *nonprobability sampling*, Hasil penelitian menunjukkan (1) citra sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit mendapatkan nilai rata-rata variabel dengan kategori sangat baik dari orangtua siswa. hal tersebut dilihat dari hasil yang telah ditentukan. (2) keputusan orangtua terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SDIT Zaid Bin mendapatkan nilai rata-rata variabel dengan kategori sangat baik. (3) berdasarkan hasil analisis data dan penelitian dilapangan diketahui bahwa citra sekolah memiliki pengaruh yang nyata terhadap keputusan orangtua memilih sekolah. Pengaruh citra sekolah terhadap keputusan orangtua memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit sebesar 63% sedangkan sisanya 37% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian kali ini.

Kata Kunci: *Citra Sekolah. Keputusan Memilih, SDIT*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Komunikasi	8
2.1.1. Unsur Komunikasi	9
2.1.2. Tujuan Komunikasi.....	10
2.2. Hubungan Masyarakat.....	11
2.2.1. Peran Humas	12
2.2.2. Fungsi Humas	13
2.2.3. Tujuan Humas	14
2.3. Citra	15
2.4. Komunikasi Pemasaran	17
2.5. Citra Merek.....	18
2.5.1. Manfaat Citra Merek	19

2.5.2.	Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek	19
2.6.	Keputusan Pembelian	20
2.6.1.	Tahap Pengambilan Keputusan.....	20
2.6.2.	Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan	22
2.7.	Pendidikan	24
2.7.1.	Tujuan dan Proses Pendidikan	25
2.7.2.	Unsur-unsur Pendidikan.....	26
2.8.	Orangtua	27
2.9.	Grand Theory	28
2.10.	Penelitian Terdahulu	29
2.11.	Kerangka Berpikir.....	32
2.12.	Hipotesis Penelitian	33
BAB III		35
METODELOGI PENELITIAN		35
3.1.	Desain Penelitian	35
3.2.	Populasi dan Sampel	35
3.2.1.	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel.....	36
3.3.	Data Penelitian	37
3.4.	Uji Instrumen.....	37
3.4.1.	Uji Validitas	37
3.4.2.	Uji Reliabilitas	40
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6.	Teknik Analisis Data	41
3.7.	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	42
3.8.	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.1.	Uji Normalitas	43
3.8.2.	Uji Linearitas.....	44
3.8.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.9.	Definsi Operasional	46
BAB IV		48
HASIL DAN PEMBAHASAN		48

4.1.	Gambaran Umum Sekolah	48
4.1.1.	Sejarah SDIT Zaid Bin Tsabit.....	48
4.1.2.	Visi Misi dan Tujuan SDIT Zaid Bin Tsabit.....	48
4.1.3.	Struktur Organisasi	50
4.2.	Karakteristik Responden	53
4.2.1.	Citra Sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit.....	57
4.2.2.	Keputusan Orangtua Memilih SDIT Zaid Bin Tsabit	64
4.3.	Uji Kelayakan Model	71
4.3.1.	Uji Parsial (Uji T).....	71
4.3.2.	Uji Simultan (Uji F)	71
4.4.	Regresi Linier Sederhana	72
4.5.	Hubungan Teori Citra dengan Hasil Penelitian.....	74
BAB V		76
PENUTUP		76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4. 1 Logo SDIT Zaid Bin Tsabit	48
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Sdit Zaid Bin Tsabit	50
Gambar 4. 3 Usia Responden.....	53
Gambar 4. 4 Jenis Kelamin Responden	53
Gambar 4. 5 Pekerjaan Responden.....	54
Gambar 4. 6 Domisili Responden	55
Gambar 4. 7 Tingkat Pendidikan Responden	56
Gambar 4. 8 Pendapatan Responden.....	56
Gambar 4. 9 Ruang Kelas SDIT Zaid Bin Tsabit	58
Gambar 4. 10 Kegiatan Belajar Mengajar di SDIT Zaid Bin Tsabit.....	60
Gambar 4. 11 Hasil Pencarian SDIT Zaid Bin Tsabit.....	66
Gambar 4. 12 Testimoni Orangtua Siswa SDIT Zaid Bin Tsabit.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah SD di Kota Bogor.....	4
Tabel 1. 2 Nama SD Swasta di Kecamatan Bogor Barat.....	4
Tabel 1. 3 Pendaftar di SDIT Zaid Bin Tsabit	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Hasil Uji Valditas	39
Tabel 3. 2 Uji Reliabilitas	40
Tabel 3. 3 Skala Penilaian Responden	42
Tabel 3. 4 Uji Normalitas	44
Tabel 3. 5 Uji Linearitas.....	45
Tabel 3. 6 Uji Heteroskedastistas.....	45
Tabel 4. 1 Jarak dari tempat tinggal ke Sekolah	55
Tabel 4. 2 Waktu Tempuh ke Sekolah	55
Tabel 4. 3 Hasil Perhitungan Indikator Kualitas/ mutu.....	57
Tabel 4. 4 Hasil Penghitungan Indikator Dapat Dipercaya/ diandalkan.....	58
Tabel 4. 5 Hasil Penghitungan Indikator Manfaat	59
Tabel 4. 6 Hasil Penghitungan Indikator Harga.....	60
Tabel 4. 7 Rincian Biaya SDIT Zaid Bin Tsabit.....	61
Tabel 4. 8 Rincian Biaya Pendidikan SDIT Aliya.....	62
Tabel 4. 9 Hasil Penghitungan Indikator Citra yang Dimiliki.....	62
Tabel 4. 10 Hasil Kesimpulan Penghitungan Untuk Variabel Citra Sekolah	63
Tabel 4. 11 Hasil Penghitungan Indikator Pengenalan Masalah.....	64
Tabel 4. 12 Pendaftar di SDIT Zaid Bin Tsabit	65
Tabel 4. 13 Hasil Penghitungan Indikator Pencarian Informasi/ Sumber	65
Tabel 4. 14 Hasil Penghitungan Indikator Evaluasi Alternatif	67
Tabel 4. 15 Hasil Penghitungan Indikator Keputusan Pembelian	68
Tabel 4. 16 Hasil Penghitungan Indikator Perilaku Sesudah Pembelian	69
Tabel 4. 17 Hasil Kesimpulan Penghitungan Untuk Variabel Keputusan Memilih. 70	
Tabel 4. 18 Uji Parsial (T)	71
Tabel 4. 19 Uji Simultan (F)	72
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	72
Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi.....	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pendidikan merupakan kebutuhan setiap insan manusia yang berlangsung seumur hidup, oleh karena itu pendidikan adalah tanggung jawab bersama antara keluarga, sekolah, dan masyarakat Purwanti *et al.*, (2019). Pendidikan menjadi suatu prioritas utama bahkan menjadi kebutuhan bagi sebagian masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, tentunya masyarakat tak sembarang memilih lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan banyak yang didirikan di tengah-tengah masyarakat. Baik pendidikan dasar, menengah, dan pendidikan tinggi. Hal ini dimaksudkan untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa sesuai amanat Undang-undang (UU) No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Kemendikbud, (2003).

Pendidikan adalah usaha sadar untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan/atau latihan bagi peranannya dimasa yang akan datang (Dewi, 2016). Sekolah bukan hanya sebagai tempat anak mencari ilmu, namun juga tempat pembentukan karakter dan kepribadian anak. Pilihan sekolah yang tepat akan sangat membantu memaksimalkan perkembangan kecerdasan anak. Sebagai usaha yang menawarkan jasa pendidikan kepada masyarakat, sekolah juga memerlukan pemasaran untuk dapat bersaing dengan sekolah lain yang juga tumbuh dan berkembang, baik dari sisi kuantitas, kualitas, maupun ciri khas masing-masing, apalagi untuk sekolah swasta yang dituntut untuk mandiri dari segi pendanaan. Saat ini juga Orangtua juga menjatuhkan pilihannya terhadap sekolah yang memiliki kualitas baik yang nanti akan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan bagi anaknya yang akan memasuki sekolah tersebut. Sejalan dengan pendapat Hadi, (2017) yang menyatakan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh orangtua cenderung lebih bersifat cerdas, suka memilih, lebih menuntut, mempelajari dengan baik produk atau layanan yang ditawarkan, kesetiiaannya rendah, sangat peduli dengan kualitas, serta mencari nilai yang tertinggi.

Sekolah sebagai lembaga pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam mendidik, mengelola, dan menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas, agar lulusannya dapat berguna dan diterima oleh masyarakat, mampu melanjutkan ke jenjang pendidikan tertinggi serta dapat diserap dengan baik oleh lapangan kerja, maka untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan suatu usaha dan strategi yang tepat mengingat semua sekolah pun memiliki tujuan yang sama. Harus diakui di era revolusi industri 4.0 dan pandemi Covid-19 memaksa jika proses pendidikan pun dari masa ke masa harus terus melakukan inovasi, sesuai dengan perkembangan dan kemampuan sumber daya manusia itu sendiri, sehingga pendidikan mengalami kemajuan yang cukup pesat.

Lembaga pendidikan baik formal maupun nonformal harus bisa bersaing baik dari segi kualitas maupun kuantitas menjadi yang lebih baik sehingga memunculkan adanya persaingan antara satuan pendidikan yang satu dengan yang lainnya, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Kualitas atau mutu pendidikan / lembaga pendidikan saat ini menjadi perhatian oleh para pemangku kepentingan di sektor pendidikan. Pemangku kepentingan yang dimaksud adalah pemerintah, dinas terkait, guru, orang tua siswa, maupun siswa itu sendiri. Seperti halnya sebuah produk, lembaga pendidikan, dalam hal ini adalah sekolah, memiliki konsumen yang selalu mempertimbangkan kualitas atau mutu sekolah yang akan dipilihnya (Sari *et al.*, 2015)

Orangtua siswa tentu akan memilih produk dengan kualitas atau mutu yang terbaik, oleh karena itu, sekolah berlomba-lomba untuk menunjukkan kualitasnya serta mempertahankan kualitas yang sudah terbentuk. Kualitas inilah yang disebut sebagai image atau citra sebagai sebuah produk. Lembaga pendidikan yang memiliki reputasi kualitas (*perceived quity*) yang baik di mata masyarakat tentu akan membentuk *brand image* (citra merek) yang kuat dari sekolah tersebut. Persaingan yang semakin ketat yang dapat dibuktikan dengan adanya berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara pendidikan untuk terus menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar semakin menumbuhkan brandnya dan semakin diminati oleh masyarakat (Sodikin *et al.*, 2018). Maraknya sekolah unggulan, serta ramainya kompetisi antara sekolah

swasta dan sekolah negeri yang menawarkan beraneka ragam keunggulan fasilitas, bahkan dengan biaya yang relatif terjangkau.

Beberapa faktor motivasional yang menentukan pilihan orang tua untuk memasukkan anaknya ke sekolah, yaitu faktor citra harmoni, faktor pelayanan prima, faktor tumpuan harapan, dan faktor kebanggaan egaliter. Siswa saling berinteraksi dalam membahas suatu materi. Siswa atau sering disebut dengan peserta didik, adalah seseorang yang terdaftar, dalam suatu jalur, jenjang, dan jenis lembaga pendidikan tertentu, yang selalu ingin mengembangkan potensi dirinya baik pada aspek akademik maupun non akademik melalui proses pembelajaran yang diselenggarakan (Kurliyatin *et al.*, 2017). Peserta didik adalah komponen utama sebuah proses dalam pembelajaran, karena peserta didik merupakan subyek sekaligus obyek, tanpa adanya peserta didik maka suatu proses belajar mengajar di sekolah tidak akan berhasil.

Penelitian yang dilakukan oleh Purba, (2019) menyatakan citra merek dan minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di SD. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purba. Karyati & Sukirno, (2016) juga meneliti mengenai pengaruh citra merek dan persepsi biaya pendidikan terhadap minat melanjutkan studi menunjukan hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek (*brand image*) dan persepsi biaya pendidikan terhadap minat melanjutkan studi. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Rusmini *et al.*, (2018) menunjukan bahwa citra merek memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan orang tua memilih jasa pendidikan. Banyaknya sekolah dasar di Kota Bogor khususnya Kecamatan Bogor Barat, tentu menimbulkan sebuah persaingan yang kuat antara sekolah-sekolah lain dengan adanya persaingan yang semakin ketat dalam jasa pendidikan, memaksa setiap lembaga pendidikan harus selalu berupaya meningkatkan kualitas, dan manajemen pendidikan dengan tujuan mempertahankan kepercayaan konsumen. untuk tetap memilih jasa pendidikan yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Banyak resiko kegagalan dapat saja terjadi bagi lembaga pendidikan yang tidak mampu bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan lain dalam mempertahankan

kepercayaan kepada konsumen. Adapun jumlah sekolah dasar di Kota Bogor tiap kecamatan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah SD di Kota Bogor

Kecamatan	Negeri	Swasta
Bogor Selatan	38	28
Bogor Timur	22	16
Bogor Utara	36	13
Bogor Tengah	34	11
Bogor Barat	51	24
Tanah Sareal	31	39
Total	212	131

Sumber: Data Sekolah Jawa Barat Kota Bogor 2021/2022

Berdasarkan Tabel 1.1 menjelaskan bahwa Sekolah Dasar yang memiliki jumlah paling sedikit yaitu berada di Kecamatan Bogor Timur berjumlah 38 Sekolah Dasar, sedangkan untuk Sekolah Dasar terbanyak berada di Kecamatan Bogor Barat yang berjumlah 75 Sekolah Dasar. Terdapat 17 SD swasta ditambah dengan 7 Madrasah Ibtidaiyah yang ada di Kecamatan Bogor Barat.

Berikut ini jumlah data SD swasta yang ada di kecamatan Bogor Barat, pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Nama SD Swasta di Kecamatan Bogor Barat

No	Nama SD	Alamat	Status
1	SD ALAM AL GIVA	Jl. Parfi 3 RT 03/07	Swasta
2	SD ALAM CENDEKIA	Jl. Cilubang Nagrak No. 54 C RT 01/04	Swasta
3	SD CAUSA PRIMA	Jl. Bambu Raya, Taman Yasmin No. 42 RT 5/11, Kel. Cilendek Barat, Kec. B	Swasta
4	SD DHARMA IBU	Gang Mesjid No.25	Swasta
5	SD INSAN KAMIL	Jl. Raya Dramaga Km. 6	Swasta
6	SD ISLAM AL MUSTARIH	Jl. R Aria Surialaga No 111 Bogor	Swasta
7	SD ISLAM TERPADU ALIYA	Jl. Gardu Raya	Swasta

8	SD IT BUNDA SYAHIR	Jl. Batu Hujung RT 03/01	Swasta
9	SD IT ZAID BIN TSABIT	Kp. Bojong Neros	Swasta
10	SD PLUS BINA BANGSA SEJAHTERA	Jalan Raya Dramaga Km.7	Swasta
11	SD RIMBA PUTRA	Jalan Rimba Mulya I	Swasta
12	SDIT AL HIKMAH	Jl. Masjid Al-Hikmah	Swasta
13	SDIT AL-YASMIN	Jl. Raya Sindang Barang No.16b	Swasta
14	SDIT BUNAYA	Jalan Ibrahim Adjie No. 167 A	Swasta
15	SDIT INSANTAMA	Jl. Hegarmanah Iv No. 47 Rt 01 Rw 08	Swasta
16	SDIT QA BAITUSSALAAM	Perum Bogor Raya Permai Blok F.F1 No.1	Swasta
17	SDIT SHOLAHUDIN	Jl. Jabaru 1 Rt 01 Rw 05	Swasta

Sumber: Data Sekolah Jawa Barat Kota Bogor 2021/2022

Dalam penelitian ini berfokus pada Sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit yang beralamat di Jl. Bojong Neros, RT.02/RW.08, Curug, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor. Adapun jumlah pendaftar pada 3 tahun terakhir di SDIT Zaid Bin Tsabit pada tabel 1.3 sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Pendaftar di SDIT Zaid Bin Tsabit

Tahun Ajaran	Diterima	Tidak Diterima
2019/2020	96	6
2020/2021	97	21
2021/2022	96	23

Sumber: Data Calon Peserta Didik SDIT Zaid Bin Tsabit (2021)

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) merupakan tingkatan awal siswa menjengangkan kependidikan sebelum berlanjut ketingkatan yang lebih tinggi. Keunggulan yang dimiliki oleh sekolah islam yaitu guru yang mengajar dan mendidik agama islam dengan membimbing, menuntun, memberi tauladan, serta membentuk kepribadian muslim yang berakhlak. Guru yang berbasis Islam lebih membina siswa untuk beriman kepada Allah, mencintai, mentaatinya, dan berkepribadian yang mulia. Karena siswa akan membentuk sikap yang

mulia melalui pengalaman, sikap yang akan membina kepribadiannya di masa depan yang dirasakan oleh pengguna jasa sekolah tersebut. Dengan daya tampung 30-33 dalam satu kelas dan dengan jumlah 90-99 peserta didik per tahun di SDIT Zaid Bin Tsabit. Pendidik atau pengajar SDIT Zaid Bin Tsabit merupakan lulusan perguruan tinggi atau pesantren yang berpengalaman serta secara berkala mendapatkan pelatihan peningkatan kompetensi bagi pendidik, selain itu SDIT Zaid Bin Tsabit juga memiliki beberapa program unggulan, diantaranya;

1. Hafal Quran 5 Juz
2. Pembinaan Prestasi Siswa
3. Pembinaan Akhlak Islam
4. Takhosus Quran
5. Super Camp Quran
6. Tasmi' dan Khotmul Quran setiap juz

Dalam hal ini pihak SDIT Zaid Bin Tsabit dapat lebih banyak melakukan kegiatan-kegiatan tertentu maupun beberapa pembaruan agar dapat lebih baik kembali di mata calon orang tua siswa serta dapat dipilih dan dipercaya sebagai salah satu pilihan SDIT di Kota Bogor. Selain itu SDIT Zaid Bin Tsabit juga sudah memiliki akreditasi yang baik menurut Dapodik Kemendikbud (2022).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Di Sdit Zaid Bin Tsabit”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana citra sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit menurut orang tua siswa?
2. Bagaimana keputusan orang tua dalam memilih jasa pendidikan di SDIT Zaid Bin Tsabit?
3. Apakah terdapat pengaruh citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui citra sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit menurut orang tua siswa.

2. Untuk mengetahui keputusan orang tua dalam memilih jasa pendidikan di SDIT Zaid Bin Tsabit.
3. Untuk menganalisa pengaruh citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari dua sisi, yaitu:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan pembelajaran ataupun sebagai dasar untuk melakukan penelitian sejenis. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dapat dijadikan sumber bacaan bagi siapa saja yang peduli dengan dunia pendidikan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Membantu peneliti untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan orang tua memilih jasa pendidikan di SDIT Zaid Bin Tsabit.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi dari bahasa Inggris “*communication*”, secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau “kesamaan makna”, jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan (Effendy, 2013:30).

Effendy (2013:301) mengatakan bahwa “Cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?”

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
2. Pesan (mengatakan apa?)
3. Media (melalui saluran/ media apa?)
4. Komunikan (kepada siapa?)
5. Efek (dengan dampak/efek apa?).

Pendapat atau definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli jelas bahwa komunikasi mempunyai arti yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, pikiran, pendapat, perasaan, pengalaman, pengetahuan maupun harapannya. Komunikasi tidak hanya untuk memberikan informasi agar orang lain menjadi tahu, tetapi komunikasi juga bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama, pengertian bersama dan untuk menubah sikap, pendapat dan tingkah laku orang lain.

2.1.1. Unsur Komunikasi

Effendy (2013:63) mengatakan komunikasi merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? mengatakan apa? dengan saluran apa? kepada siapa? dengan akibat atau hasil apa? (*who? Says what? in each channel? To whom? With what effect?*).

Analisis 5 Unsur menurut Lasswell:

1) *Who?* (siapa/sumber)

Sumber/komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator.

2) *Says What?* (pesan)

Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seprangkat simbol verbal/nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada tiga komponen pesan yaitu makna, simbol untuk menyampaikan makna dan bentuk/organisasi pesan

3) *In Which Channel?* (Saluran Media)

Alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (Sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dll)

4) *To Whom?* (Untuk siapa/penerima)

Orang atau kelompok organisasi/suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (*destination*)/ pendengar (*listener*)/ Khalayak (*audience*)/ Komunikan.

5) *With What Effect?* (Efek/Dampak)

Dampak/efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan dll. Dari semua unsur komunikasi di atas, menjelaskan bahwa dalam sebuah proses komunikasi itu ada beberapa unsur yang membuat komunikasi itu akan berjalan dengan baik dan jelas, apabila terdapat pemahaman dari seorang komunikator akan unsur-unsur komunikasi tersebut.

2.1.2. Tujuan Komunikasi

1. Dalam setiap komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan. Menurut Effendy (2013:8), tujuan komunikasi adalah:

- 1) Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- 2) Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
- 3) Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
- 4) Mengubah masyarakat (*to change the social*)

2. Bentuk- Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Mulyana (2015:72), proses komunikasi dapat digolongkan dalam beberapa bentuk, yaitu:

- 1) Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi yang dilakukan dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak kita sadari. Contohnya: berpikir, merenung, dan sebagainya. Komunikasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari proses komunikasi dua orang, tiga orang, dan sebagainya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain, biasanya kita berkomunikasi dengan diri sendiri terlebih dahulu (mempersepsikan dan memastikan makna pesan orang lain).

- 2) Komunikasi Interpribadi (*Interpersonal Communication*)

Proses pertukaran informasi antara seseorang dengan paling kurang seseorang biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. lainnya Dengan perkataan lain, komunikasi ini adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seorang komunikator kepada perilakunya, karena yang terlibat dalam komunikasi ini hanya dua orang, maka jenis komunikasi ini sering disebut komunikasi diadik (*dyadic communication*). Komunikasi ini efektivitasnya paling tinggi, karena sifatnya yang timbal balik.

- 3) Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

- 4) Komunikasi Publik (*Public Comaunication*)

Komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu per satu. Komunikasi ini sering disebut pidato, ceramah, kuliah (umum), tabligh akbar yang sering disampaikan oleh para pendakwah. Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar untuk komunikasi ini. Komunikasi publik ini biasanya berlangsung formal dan lebih sulit, karena menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang.

5) Komunikasi Media Massa (*Mass Media Communication*)

Komunikasi massa, adalah komunikasi melalui penggunaan media. Dalam hal ini adalah media massa seperti majalah, surat kabar, televisi, radio dan sebagainya.

2.2. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat (humas) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Meriset, melaksanakan, dan mengevaluasi secara rutin program-program aksi dan komunikasi untuk mendapatkan pemahaman publik yang dibutuhkan untuk kesuksesan tujuan organisasi. Merencanakan dan mengimplementasikan usaha organisasi untuk memengaruhi atau mengubah kebijakan publik (Cutlip, 2011:6–7). Humas adalah proses dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh itikad baik dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas; ke dalam mengadakan analisis, sedangkan ke luar memberikan pernyataan- pernyataan (Ardianto, 2011:9). Humas menurut Jefkins (2004:9) dalam bukunya mendefinisikan “Humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”. Frank Jefkins menambahkan bahwa tujuan PR harus terperinci tidak terbatas hanya saling pengertian saja, melainkan juga berbagai macam tujuan khusus lainnya yang sedikit banyak berkaitan dengan saling pengertian itu. Tujuan khusus itu meliputi penanggulangan masalah masalah komunikasi

yang memerlukan suatu perubahan tertentu. PR juga menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan, sehingga semua hasil atau tingkat kemajuan yang telah dicapai harus bisa diukur secara jelas.

Humas yang memiliki fungsi yang berhubungan dengan khalayak sangat berperan penting dalam setiap perusahaan atau instansi. Menurut Ruslan (2010:16) yang memberikan definisi humas yaitu sebagai “fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan pengguna penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai saran utama”. Humas adalah sebuah jembatan penghubung antara masyarakat dan perusahaan, yang bertujuan untuk membentuk komunikasi dan hubungan yang baik antara kedua belah pihak. Humas juga akan mendapatkan penilaian dalam membentuk sebuah *image* (citra).

2.2.1. Peran Humas

Menurut Ruslan (2010:27) Humas secara garis besar berperan sebagai:

1. Komunikator

Humas sebagai komunikator diharapkan memiliki kemampuan sebagai komunikator yang baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak, media sosial maupun media elektronik. Humas dalam hal ini bertindak sebagai mediator dan persuator.

2. Relationship

Relationship adalah kemampuan humas dalam membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal maupun eksternal dan berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan kerjasama dan toleransi kedua belah pihak.

3. Back-up management

Dalam hal ini praktisi Humas ditugaskan untuk melaksanakan dukungan atau penunjang kegiatan lain seperti manajemen pemasaran,

promosi, operasional, personalia dan lainnya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka pokok tujuan perusahaan maupun organisasi.

4. *Good Image Marker*

Dalam hal ini humas dituntut untuk mampu menciptakan suatu citra yang baik bagi perusahaan kepada publiknya untuk mendapatkan citra yang diharapkan. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan). Citra itu sendiri bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk.

2.2.2. **Fungsi Humas**

Menurut Effendy (2013:27) fungsi Humas dalam organisasi atau perusahaan diantaranya adalah :

1. Menunjang kegiatan dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, baik publik internal maupun eksternal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah, timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Menurut Ardianto (2011:27) humas berfungsi sebagai “jembatan komunikasi” antara suatu organisasi dengan lembaga lain serta berbagai elemennya. Tujuannya adalah agar terjadi saling pengertian antara kedua belah pihak dan akhirnya tercapai citra positif serta dukungan publik terhadap keberadaan organisasi tersebut. Menurut Ardianto (2011:28) praktik humas atau PR juga memiliki fungsi manajemen, yakni mendorong kemapanan dan saling memelihara arus komunikasi yang menciptakan pengertian, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan berbagai publiknya, termasuk melibatkan diri dalam manajemen untuk memecahkan masalah atau mengatasi suatu isu.

Membantu manajemen untuk menginformasikan dan merespon terhadap opini publik, membatasi dan menegaskan tanggung jawab manajemen untuk melayani publik yang berkepentingan, membantu manajemen membuat kebijakan tertentu secara efektif untuk menciptakan perubahan yang bermanfaat, menjelaskan sistem peringatan dini untuk mengantisipasi kecenderungan kecenderungan, dan menggunakan penelitian akal sehat serta komunikasi secara etis sebagai prinsip dasarnya, menurut Kriyantono (2008:18) secara garis besar fungsi humas adalah:

1. Memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya.
2. Melayani kepentingan publik dengan baik.
3. Memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik.

Menurut Ruslan (2014:19) fungsi humas atau PR dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan atau organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan atau organisasi yang di wakilinya, atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta peran dari badan atau organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

2.2.3. Tujuan Humas

Humas adalah perantara antara pimpinan organisasi dengan publik, baik publik internal maupun eksternal. Tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dengan publik, di lain pihak dengan komunikasi yang

harmonis dan timbal balik. Menurut Jefkins (2004:63) tujuan pokok humas atau PR adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.
3. Untuk menyebarluaskan cerita sukses yang telah di capai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
4. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, sertamembuka pasar-pasar ekspor baru.
5. Untuk mempersiapkan penerbitan saham tambahan atau karena adanya perusahaan yang akan *go public*.
6. Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.

Dapat diartikan bahwa fungsi humas dalam organisasi atau perusahaan sangatlah penting. Meskipun beberapa organisasi atau perusahaan ada yang tidak memiliki bagian humas, namun setiap organisasi atau perusahaan pasti memiliki bagian yang berhubungan serta menjalankan fungsi humas, karena humas sangat menentukan dalam membentuk citra sebuah organisasi atau perusahaan dengan menyentuh kebutuhan khalayak sebagai bagian yang menjadi sasaran organisasi atau perusahaan tersebut.

2.3.Citra

Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. Pada akhirnya persepsi akan memengaruhi sikap publik, apakah mendukung, netral atau memusuhi (Kriyantono, 2008:9). Menurut Kotler (2012:208) Citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.

Menurut KBBI (2022) dalam pengertiannya citra adalah gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. Sebagai organisasi yang selalu berkembang tidak terlepas dari suatu hubungan timbal balik dari berbagai kalangan. Gambaran suatu perusahaan sebagai penopang nama baik dalam pencitraan suatu perusahaan sangat memberikan dampak dalam pencapaian suatu tujuan.

Dengan kepercayaan yang sudah terserap dalam masyarakat luas melalui setiap berita dan informasi yang diadopsi sebagai suatu saluran pengetahuan akan menciptakan suatu kepercayaan. Selain itu citra sebagai impertasi seseorang atau sekelompok orang dalam memandang suatu hal atau kejadian, baik itu yang menyangkut pribadi seseorang atau organisasi suatu perusahaan yang dilalui atau dialami serta dilihat menurut pengalaman. Macnamara (2010:38) menjadikan perseorangan atau individu sebagai salah satu sumber pencitraan dalam konteks organisasi. Dengan adanya seseorang dalam suatu kondisi akan memberikan dampak langsung. Baik itu dampak secara negatif atau positif sesuai kondisi sehingga orang itu akan mengerti akan keadaan itu melalui stimulus yang didapatkan melalui kegiatan motorik sebagai gerakan tubuh dan sensorik melalui memori atau pemikiran seseorang.

Sikap dan tindakan orang terhadap suatu objek sangat ditentukan oleh citra objek tersebut. Dalam kerangka menyeluruh dapat dipandang bahwa image terbentuk melalui berbagai persepsi yang terdapat dalam benak seseorang terhadap suatu objek dan akhirnya sangat mempengaruhi analisa dan suatu tindakan (keputusan). Citra merupakan manifestasi dari pengalaman dan harapan, sehingga ia mampu mempengaruhi persepsi seseorang akan suatu barang atau jasa sebagai akibatnya unsur pembentuk citra akan mempengaruhi loyalitas pelanggan sebagai konsekuensi dari pengaruh citra terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Ardianto (2007:113) citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.

Soemirat (2007:114) mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. Menurut Kotler dan Keller (2012:235) citra adalah total persepsi

terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Citra sebuah organisasi, internasional maupun lokal merepresentasikan nilai-nilai konsumen. Konsumen potensial, konsumen yang hilang, dan kelompok-kelompok masyarakat lain yang mempunyai hubungan dengan organisasi. Berdasarkan pengertian para pakar di atas, citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu objek. Citra merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk yang datang dari khalayak atau masyarakat luas. Dengan demikian citra merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan atau organisasi yang selanjutnya terus menerus dibangun dan dipelihara.

2.4. Komunikasi Pemasaran

Asosiasi Pemasaran Amerika atau AMA (The American Marketing Association) mendefinisikan pemasaran sebagai "*The Proses of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives*". (Proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga, promosi, dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu serta tujuan organisasi).

Salah satu bentuk dari kegiatan komunikasi yang saat ini sedang marak digunakan seiring dengan perkembangan jaman adalah komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dari produk. Begitu juga dengan kegiatan komunikasi pada umumnya. Menurut Prayitno dan Harjanto (2017:31) komunikasi pemasaran adalah proses mempresentasikan suatu rancangan yang terintegrasi untuk pasar tertentu, melalui penekanan pada penumbuhan keinginan khalayak sebagai bentuk tanggapan dalam pasar yang dituju, menyusun saluran komunikasi untuk penerimaan pesan, menginterpretasikan, dan bertindak sesuai pesan yang disampaikan, melalui modifikasi penampilan pesan produk atau perusahaan, dan mengidentifikasi peluang-peluang komunikasi baru. Kotler dan Keller (2012:173) mengatakan komunikasi

pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual.

2.5.Citra Merek

Tjiptono (2011:2) mengatakan bahwa pengertian merek adalah sebagai berikut: “Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”. American Marketing Association *dalam* Keller dan Kotler (2012:258) mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan dari barang atau jasa pesaing.

Berdasarkan definisi di atas, maka dalam dunia pendidikan *brand* merupakan suatu nama, istilah, simbol, tanda, desain kombinasi dari semua yang digunakan untuk mengidentifikasi produk dan membedakan produk sekolah dengan produk pesaing. Merek sekolah sejatinya ditentukan oleh *stakeholders* sekolah dengan kepala sekolah sebagai pimpinan utamanya. Merek merupakan cita-cita besar sekolah yang harus diperjuangkan. Merek tidak bisa lepas dari visi dan misi sekolah karena pada hakikatnya merek merupakan sistem nilai yang dibangun menjadi label bagi sekolah (Barnawi dan Arifin, 2013:155).

Menurut Sutrisna *dalam* Huda (2018) mengatakan, citra adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan pemahaman seseorang tentang sesuatu. citra yang baik dari suatu organisasi akan mempunyai dampak yang menguntungkan, sedangkan citra yang jelek akan merugikan organisasi. Maka dari itu, pembentukan citra terhadap masyarakat sangatlah berpengaruh dalam tindakan seseorang pada suatu objek. Citra akan diperhatikan publik dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain. Jika sebuah sekolah memiliki citra yang positif dimata masyarakat, maka secara otomatis akan terbentuk pemikiran dibenak masyarakat bahwa sekolah tersebut memiliki

kualitas yang bagus yang kemudian akan berdampak pada keputusan masyarakat atau konsumen memilih jasa pendidikan di sekolah tersebut.

2.5.1. Manfaat Citra Merek

Menurut Tjiptono (2011:43) merek juga memiliki manfaat yaitu bermanfaat bagi produsen dan konsumen. Dalam hal ini, merek berperan sebagai:

1. Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian sediaan dan pencatatan akuntansi.
2. Bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk yang unik. Merek bisa mendapatkan perlindungan properti intelektual. Nama merek bisa diproteksi melalui merek dagang terdaftar (*registered trademarks*) proses pamanufakturan bisa dilindungi melalui hak paten dan kemasan bisa diproteksi melalui hak cipta (*copyright*) dan desain.
3. Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi di lain waktu.
4. Sarana untuk menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.
5. Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang terbentuk dalam benak konsumen.
6. Sumber *financial returns*, terutama menyangkut pendapatan masa datang.

2.5.2. Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek

Putri (2011:41) menyebutkan faktor-faktor pembentuk citra merek adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas atau mutu, berkaitan dengan kualitas produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dan berkenaan dengan kompetensi tenaga pengajar di dalamnya dan kemampuan lulusan serta kemudahan lulusan untuk memperoleh pekerjaan.

- b. Dapat dipercaya atau diandalkan, berkaitan dengan pendapat atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu jasa yang dikonsumsi.
- c. Manfaat, yang terkait dengan fungsi dari suatu produk atau jasa yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.
- d. Harga, yang dalam hal ini berkaitan dengan tinggi rendahnya atau banyak sedikitnya jumlah biaya yang dikeluarkan konsumen untuk menempuh pembelajaran kedepannya.
- e. Citra yang dimiliki oleh merek itu sendiri, yaitu berupa pandangan, kesepakatan, dan informasi yang berkaitan dengan suatu merek tertentu.

2.6.Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:485) keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi menggunakan mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Engkoswara dan Komariah (2011:105) pengambilan keputusan diartikan “sebagai suatu kegiatan dengan memilih alternatif yang tepat dari berbagai alternatif yang ada dengan mempertimbangkan hasil yang maksimal”

Keputusan konsumen yang dimaksud sebagai keputusan orang tua merupakan salah satu faktor penting bagi keberadaan sekolah. Keputusan yang dipilih orang tua siswa dalam memilih sekolah adalah kunci bagi kelangsungan siklus sebuah lembaga pendidikan, karena merupakan aset bagi sebuah lembaga pendidikan. Keputusan yang diambil oleh orang tua pada prinsipnya merupakan keputusan konsumen dalam memilih sekolah sebagai tempat untuk menuntut ilmu, yang secara garis besar dijelaskan dalam perilaku konsumen.

2.6.1. Tahap Pengambilan Keputusan

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian barang atau jasa, konsumen biasanya akan melalui berbagai tahapan, Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen dijelaskan oleh Kotler (2012:193):

1. Pengenalan masalah

Penganalisisan ini ditujukan untuk mengetahui adanya masalah atau kebutuhan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Jika kebutuhan tersebut diketahui maka konsumen akan segera memahami adanya kebutuhan yang belum terpenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus dipenuhi. Jadi dari tahap inilah proses pembelian itu mulai dilakukan.

2. Pencarian informasi dan penilaian sumber

Dalam kedua proses pembelian ini sangat berkaitan dengan pencarian informasi tentang sumber-sumber dan nilainya, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dirasakan. Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif. Pencarian informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan ke beberapa toko untuk membuat perbandingan harga dan kualitas produk, sedangkan pencarian informasi pasif mungkin hanya dengan membaca suatu iklan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus dalam pikirannya tentang gambaran produk yang diinginkan. Dari penilaian sumber-sumber pembelian ini akan diperoleh beberapa alternatif pembelian yang dapat dilakukan konsumen.

3. Evaluasi alternatif

Tidak ada proses tunggal dan sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau oleh salah satu konsumen dalam semua situasi pembelian. Keadaan ini berarti setiap konsumen pasti memiliki beberapa alternatif sebelum akhirnya menjatuhkan pilihan. Beberapa konsep dasar dari proses evaluasi konsumen adalah yang pertama konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

4. Keputusan untuk membeli

Keputusan untuk membeli merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap-tahap dimuka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan membeli atau tidak. Bila konsumen memutuskan untuk membeli,

konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan pembayarannya.

5. Perilaku sesudah pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Dalam tahap ini, konsumen mungkin mengalami disonasi kognitif (keraguan menyangkut ketepatan keputusan pembelian). Pemasar biasanya berusaha meminimumkan disonasi kognitif konsumen dengan berbagai strategi, diantaranya melakukan kontak purna beli dengan konsumen, menyediakan garansi dan jaminan, dan memperkuat keputusan konsumen melalui iklan perusahaan.

2.6.2. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Keller and Kotler (2012:214) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terdiri atas:

1. Faktor Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku, mencakup budaya (kultur, sub budaya, dan kelas sosial). Budaya adalah susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya.

- a. Kultur, adalah faktor penentu dan keinginan dan perilaku seseorang.
- b. Sub budaya, adalah sekelompok orang dengan sistem nilai bersama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama. Sub kebudayaan meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Bagian pemasaran harus merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.
- c. Kelas sosial, adalah bagian-bagian masyarakat yang relatif permanen dan tersusun rapi dan anggota anggotanya memiliki nilai-nilai, kepentingan dan perilaku yang sama kelas sosial tidak ditentukan oleh satu faktor saja, misalnya pendapatan,

tetapi ditentukan sebagai suatu kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan dan kesejahteraan.

2. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.

- a. Kelompok acuan adalah kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap perilaku seseorang.
- b. Keluarga, anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Kita bisa membedakan dua keluarga dalam kehidupan terdiri dari orang tua, seseorang memperoleh orientasi terhadap agama, politik dan ekonomi serta pemahaman atas ambisi pribadi.
- c. Peran dan Status, seseorang yang berpartisipasi diberbagai kelompok akan membawa pada posisi tertentu. Setiap orang akan menjalankan peran tertentu yang akan mempengaruhi perilakunya, sehingga dimungkinkan adanya perilaku yang berbeda dalam setiap peran. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

3. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian.

- a. Umur dan tahap siklus hidup, Orang yang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan bertambahnya umur. Pembelian dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarga, sehingga pemasar perlu memperhatikan perubahan minat pembelian yang berhubungan dengan daur siklus hidup manusia.
- b. Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kelompok

yang berhubungan dengan jabatan seseorang terhadap minatnya akan produk atau jasa yang akan dibelinya.

- c. Keadaan ekonomi, pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi meliputi pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkat pendapatan, stabilitas dan pola waktu).

4. Faktor Psikologis

- a. Motivasi, seseorang memiliki banyak kebutuhan pada setiap waktu tertentu. Sebagian kebutuhan bersifat biogenic. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi/ketegangan seperti rasa lapar, haus dan tidak senang. Motivasi adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang agar bertindak.
- b. Persepsi, proses bagaimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti.

2.7. Pendidikan

Pendidikan adalah sesuatu yang universal dan berlangsung terus tak terputus dari generasi ke generasi di manapun di dunia ini. Upaya memanusiakan manusia melalui pendidikan itu diselenggarakan sesuai dengan pandangan hidup dan latar belakang sosial setiap masyarakat tertentu (Tirtarahardja, 2005:34). Pendidikan adalah aktivitas dan usaha manusia untuk meningkatkan kepribadiannya dengan jalan membina potensi-potensi pribadinya, yaitu rohani (pikir, karsa, rasa, cipta dan budi nurani).

Ihsan (2010:55) Pendidikan juga berarti lembaga yang bertanggung jawab menetapkan cita-cita (tujuan) pendidikan, isi, sistem dan organisasi pendidikan. Lembaga-lembaga ini meliputi keluarga, sekolah dan masyarakat. Pendidikan seperti sifat sasarannya yaitu manusia, mengandung banyak aspek dan sifatnya sangat kompleks. Sebagai proses transformasi budaya, pendidikan diartikan sebagai kegiatan pewarisan budaya dari generasi satu ke generasi yang lain. Sebagai proses pembentukan pribadi, pendidikan diartikan sebagai suatu

kegiatan yang sistematis dan sistemik terarah kepada terbentuknya kepribadian peserta didik (Tirtarahardja, 2005:38).

Menurut Triyanto (2014:23) pendidikan adalah usaha menarik sesuatu di dalam manusia sebagai upaya memberikan pengalaman-pengalaman belajar terprogram dalam bentuk pendidikan formal, nonformal, dan informal di sekolah, dan luar sekolah, yang berlangsung seumur hidup yang bertujuan optimalisasi kemampuan-kemampuan individu agar di kemudian hari dapat memainkan peranan hidup secara tepat. Pendidikan merupakan suatu hal yang sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Maju mundurnya suatu bangsa akan ditentukan oleh maju mundurnya pendidikan dari suatu bangsa tersebut

2.7.1. Tujuan dan Proses Pendidikan

Tujuan pendidikan memuat gambaran tentang nilai-nilai yang baik, luhur, pantas, benar dan indah untuk kehidupan. Karena itu tujuan pendidikan ada dua fungsi yaitu memberikan arah kepada segenap kegiatan pendidikan dan merupakan sesuatu yang ingin dicapai oleh segenap kegiatan pendidikan. Sebagai suatu komponen, tujuan pendidikan menduduki posisi penting di antara komponen-komponen pendidikan lainnya. Dapat dikatakan bahwa segenap komponen dari seluruh kegiatan pendidikan dilakukan semata-mata terarah kepada atau ditujukan untuk pencapaian tujuan tersebut. Kegiatan-kegiatan yang tidak relevan dengan tujuan tersebut dianggap menyimpang, tidak fungsional, bahkan salah, sehingga harus dicegah terjadi. Terlihat bahwa tujuan pendidikan itu bersifat normatif, yaitu mengandung unsur norma yang bersifat memaksa, tetapi tidak bertentangan dengan hakikat perkembangan peserta didik serta dapat diterima oleh masyarakat sebagai nilai hidup yang baik (Tirtarahardja, 2005:126).

Sehubungan dengan fungsi tujuan yang demikian penting itu, maka menjadi keharusan bagi pendidikan untuk memahaminya. Tujuan pendidikan bersifat abstrak karena memuat nilai-nilai yang sifatnya abstrak. Tujuan demikian bersifat umum, ideal, dan kandungannya sangat luas sehingga sangat sulit untuk dilaksanakan di dalam praktik. Sedangkan pendidikan harus berupa tindakan yang ditujukan kepada peserta didik dalam kondisi tertentu, tempat tertentu, dan

waktu tertentu dengan menggunakan alat tertentu. Pelaksanaannya hanya mungkin apabila tujuan yang ingin dicapai itu dibuat jelas (eksplisit), konkret, dan lingkup kandungannya terbatas. Proses pendidikan merupakan kegiatan memobilisasi segenap komponen pendidikan oleh pendidik kepada pencapaian tujuan pendidikan. Bagaimana proses pendidikan itu dilaksanakan sangat menentukan kualitas hasil pencapaian tujuan pendidikan (Tirtarahardja, 2005:132). Pengelolaan proses pendidikan meliputi ruang lingkup makro, meso, dan mikro. Pengelolaan proses dalam lingkup makro berupa kebijakan-kebijakan pemerintah yang lazimnya dituangkan dalam bentuk UU Pendidikan, Peraturan Pemerintah, SK Menteri, SK Dirjen, serta dokumen-dokumen pemerintah tentang pendidikan tingkat nasional yang lain.

Tujuan utama pengelolaan proses pendidikan yaitu terjadinya proses belajar dan pengalaman belajar. Sebab berkembangnya tingkah laku peserta didik sebagai tujuan belajar hanya dimungkinkan oleh adanya pengalaman belajar yang optimal itu. Kegiatan mendidik diri setiap saat sepanjang hidup itu selalu merupakan kebutuhan terlepas dari hasilnya. Juga bukan semata mata sebagai bekal untuk kehidupan di masa mendatang. Dengan kata lain, pendidikan itu merupakan bagian integral dari hidup itu sendiri. Prinsip pendidikan seperti itu mengandung makna bahwa pendidikan itu lekat dengan diri manusia, karena dengan itu manusia dapat terus menerus meningkatkan kemandiriannya sebagai pribadi dan sebagai anggota masyarakat, meningkatkan *self fulfillment* (rasa kepenuhmaknaan) dan terarah kepada aktualisasi diri. Dalam hubungan dengan lingkungan mereka dapat menyesuaikan diri secara adaptif dan kreatif terhadap tantangan zaman (Tirtarahardja, 2005:135).

2.7.2. Unsur-unsur Pendidikan

Menurut Triyanto (2014:25) unsur-unsur dalam pendidikan meliputi beberapa hal yang saling terkait. Unsur-unsur tersebut antara lain:

- a. Tujuan pendidikan dalam sistem pendidikan nasional termuat dalam UU Sisdiknas, yaitu untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

- b. Kurikulum adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi, dan bahan pelajaran, serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. Kurikulum sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran memberikan makna bahwa di dalam kurikulum terdapat panduan interaksi antara pendidik dan peserta didik.
- c. Peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.
- d. Pendidik adalah tenaga kependidikan yang berkualifikasi sebagai guru, dosen, konselor, pamong belajar, widyaiswara, tutor, instruktur, fasilitator, dan sebutan lain yang sesuai dengan kekhususannya, serta berpartisipasi dalam menyelenggarakan pendidikan.
- e. Interaksi edukatif adalah proses interaksi peserta didik dengan pendidik dan sumber belajar pada suatu lingkungan belajar.
- f. Isi pendidikan merupakan materi-materi dalam proses pembelajaran yang bertujuan agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan Negara.
- g. Lingkungan pendidikan adalah tempat manusia berinteraksi timbal balik sehingga kemampuannya dapat terus dikembangkan kearah yang lebih baik lagi. Lingkungan pendidikan sering dijabarkan dengan keluarga, sekolah, dan masyarakat

2.8.Orangtua

Orangtua adalah ayah, ibu kandung. Orangtua adalah komponen keluarga yang terdiri dari ayah dan ibu, dan merupakan hasil dari sebuah ikatan perkawinan yang sah yang dapat membentuk sebuah keluarga. Dianggap orang yang cerdas, pandai, ahli, dan sebagainya. Setiap orangtua memiliki gaya yang unik dalam mendidik maupun mengasuh anak-anak mereka. Keunikan setiap orangtua dalam mengasuh atau mendidik anak didalam keluarga disebabkan

oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya yaitu seperti usia orangtua, keterlibatan ayah, pendidikan orangtua. Tidak semua kebutuhan pendidikan anak dapat dipenuhi oleh sekolah. Keterlibatan ayah dan ibu dalam pendidikan anak di rumah dan di sekolah akan sangat membantu kemajuan pendidikannya. Kerjasama yang baik antara ayah dan ibu dengan pihak sekolah akan mengantarkan kesuksesan anak dalam meraih cita-citanya (Kemendikbud, 2016:2).

2.9. Grand Theory

Image Theory

Beach (1993:148) Teori citra adalah teori deskriptif mengenai pengambilan keputusan, berbeda dengan teori klasik, perspektif teori. Pengambil keputusan dipandang sebagai orang yang harus mengambil keputusan tentang tujuan apa yang harus didapat, bagaimana mendapatkannya, dan, setelah mendapatkannya apakah ada perkembangan yang telah dicapai. Dalam beberapa kasus pengambil keputusan membuat keputusan secara pribadi, terutama yang berhubungan dengan kepentingan pribadinya. Keputusan seringkali dipengaruhi oleh kepentingan orang lain. Dalam kasus lain pengambil keputusan bertindak untuk kelompok atau organisasi, baik itu keluarga, klub, atau bisnis. Dalam kasus sebelumnya, pengambil keputusan harus mengambil keputusan sendiri kemudian menggabungkan keputusannya dengan keputusan anggota lain dari organisasi yang memiliki kepentingan dalam keputusan akhir. Teori citra berfokus pada pengambilan keputusan secara individu, daripada penggabungan beberapa keputusan individu pada sebuah kelompok.

Teori citra mengasumsikan bahwa pengambil keputusan menggunakan tiga struktur pengetahuan skematis (terencana) yang berbeda untuk mengatur pemikiran mereka tentang keputusan. Pertama yaitu citra nilai, yang didasari prinsip pengambil keputusan. Ini penting untuk kebiasaan seseorang dan perilaku seseorang di organisasi mana berada dan berfungsi sebagai tolak ukur benar atau salahnya keputusan tertentu tentang tujuan atau rencana.

Kedua yaitu perencanaan citra, citra ini menggambarkan apa yang diharapkan pengambil keputusan atau organisasi akan tercapai atau tidak. Tujuan dapat berupa peristiwa konkret dan spesifik (mendapatkan kontrak)

atau abstrak (karier yang sukses). Tujuan akhir dari agenda perencanaan citra ini yaitu untuk menyampaikan gagasan pengambil keputusan tentang masa depan yang ideal. Ketiga yaitu citra strategis, yang konstituennya adalah berbagai rencana yang telah diadopsi untuk mendapatkan tujuan dari perencanaan citra. Setiap rencana adalah urutan abstrak dari kegiatan potensial yang dimulai dengan adopsi tujuan dan diakhiri dengan pencapaian tujuan.

2.10. Penelitian Terdahulu

Peneliti akan mengambil beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang memiliki relevansi penelitian yang dilakukan peneliti saat ini. Beberapa penelitian tersebut diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian, Tahun Nama Peneliti	Metode Analisis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Orangtua Memilih Jasa Pendidikan Di Sekolah Dasar Amkur Bengkayang, Enjina (2019)	Analisis regresi linear sederhana	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Enjina dengan peneliti yaitu sama sama meneliti pada satu variabel bebas yaitu citra merek.	Perbedaannya yaitu dalam penelitian terdapat variabel terikat yang dipilih, serta lokasi penelitian	Hasil dari penelitian ini yaitu variabel citra merek dan variabel keputusan orangtua memilih jasa pendidikan Sekolah Dasar Amkur Bengkayang memiliki hubungan yang positif dan kuat.
2.	Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE	Analisis regresi linear sederhana	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Karyati yaitu sama sama meneliti tentang pengaruh citra merek	Perbedaannya dalam penelitiannya menggunakan regresi linear sederhana dan variabel terikatnya yaitu minat.	Hasil dari penelitian ini menjelaskan terdapat pengaruh positif Citra Merek terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi

	UNY (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri Di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016)". Karyati, 2016				Pendidikan Akuntansi FE UNY. Terdapat pengaruh negatif Persepsi Biaya Pendidikan terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Merek (Brand Image) dan Persepsi Biaya Pendidikan secara bersama-sama terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Akuntansi FE UNY.
3.	Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Memilih Siswa Pada Sekolah SMP Bodhisatta. Randy Tirtanata, 2020	Analisis linear berganda	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai citra merek	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan analisis regresi berganda karena	(1) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih siswa; (2) Kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap

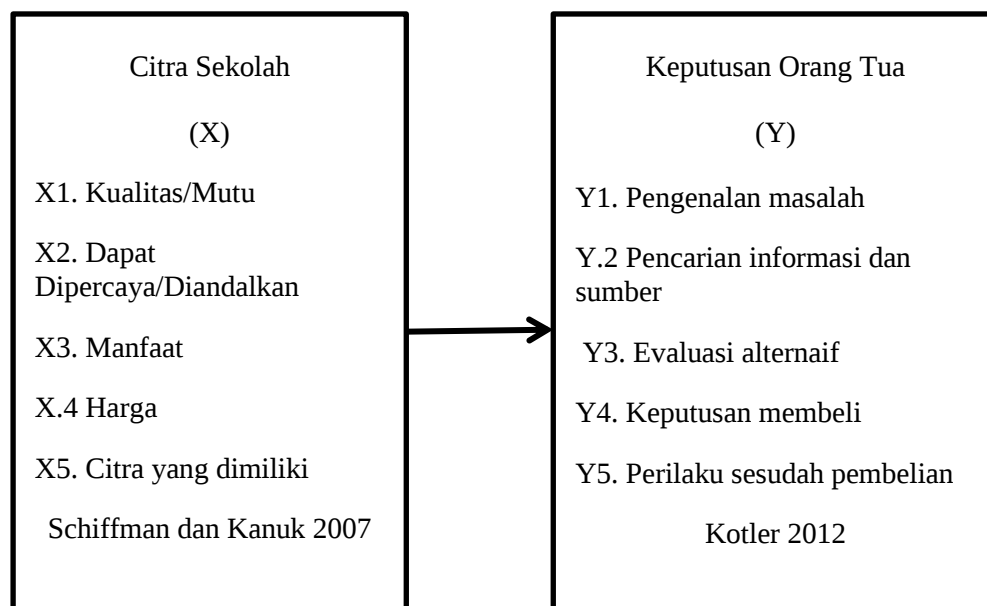
				terdapat dua variabel bebas	keputusan memilih siswa.
	Citra SMP Karya Pakuan Di Mata Orang Tua Siswa, Vita Febrianti, 2018	Analisis regresi linear sederhana	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai citra merek	Perbedaan dalam penelitian yaitu meneliti tentang hubungan karakteristik orangtua siswa dengan citra SMP Karya Pakuan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang nyata antara karakteristik (X) dengan citra (Y) yaitu sub variabel pekerjaan dengan sub variabel kesan yang didapat orangtua siswa mengenai citra SMP Karya Pakuan. Sedangkan terdapat hubungan yang tidak nyata antara karakteristik (X) dengan citra (Y) yaitu sub variabel usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan terhadap sub variabel kesan, kepercayaan, dan sikap belum terdapat persamaan

					yang signifikan.
5.	Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Minat Pemilihan Sekolah Pada Siswa SMK Kelas X Yadika 7 Kabupaten Bogor, Muhammad Diba Andriana Ekardi, 2020	Analisis regresi linear sederhana	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai citra merek	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti terdahulu variable terikatnya yaitu minat, populasi dan sampel pada penelitian yaitu siswa kelas X bukan orang tua siswa	Hasil-hasil analisis data dan penelitian di lapangan, diketahui bahwa citra sekolah di SMK Yadika 7 Kabupaten Bogor mempunyai nilai sangat baik. Hal ini berarti citra sekolah terhadap minat pemilihan sekolah pada siswa SMK kelas X Yadika 7 dapat menjelaskan variasi minat memilih sekolah sebesar 81,0 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

2.11. Kerangka Berpikir

Seiring dengan pertumbuhan sekolah baik negeri maupun swasta, maka persaingan untuk mendapatkan peserta didik tiap tahunnya semakin meningkat. Dengan demikian lembaga pendidikan harus memiliki strategi pemasaran jasa yang baik. Terutama bagi sekolah swasta, hal tersebut menjadi beban persaingan yang berat dikarenakan harus bersaing dengan sekolah-sekolah negeri.

Lembaga pendidikan yang mampu bertahan dan bersaing dalam menarik minat pelanggan pendidikan ialah lembaga pendidikan yang memiliki produk dan harga jasa pendidikan yang bermutu. Dari banyak penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, bahwa citra merek sangat memiliki pengaruh besar dalam menarik minat pelanggan pendidikan. Maka peneliti ingin melengkapi penelitian yang sudah ada tentang pengaruh citra merek. Hal inilah yang akan peneliti teliti adalah apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

1. Variabel Bebas (X): Citra Sekolah
2. Variabel Terikat (Y): Keputusan Orang Tua memilih jasa pendidikan di SDIT Zaid Bin Tsabit

2.12. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2018:63). Hipotesis dalam penelitian ini menurut penulis yaitu:

Ho: Diduga tidak terdapat pengaruh antara citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit.

H1: Diduga terdapat pengaruh antara citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Jenis metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei analisis deskriptif. Menurut Kriyantono (2012:59) metode survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel, untuk mengetahui apakah suatu variabel berasosiasi atau tidak dengan variabel lainnya, dan apakah suatu variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya. dalam penelitian ini peneliti berusaha menjelaskan dan menguraikan fenomena penelitian serta menguji hubungan antara variabel yang ada dalam judul penelitian. Variabel yang akan diuji hubungannya dalam penelitian ini yaitu pengaruh citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih sekolah.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SDIT Zaid Bin Tsabit yang berada di Kelurahan Curug, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Waktu yang digunakan untuk melaksanakan penelitian selama kurang lebih dalam kurun waktu 10 bulan dimulai dari bulan Januari hingga November 2022.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi menurut Azwar (2017:77) didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Sebagai suatu populasi, kelompok subjek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek lain. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua siswa dari kelas I – kelas III SDIT Zaid Bin Tsabit yang berjumlah. SDIT Zaid Bin Tsabit pada setiap angkataannya mempunyai 3 kelas, yaitu kelas Alif, kelas Ba, kelas Ta. Setiap kelas memiliki sebanyak 32 siswa, jumlah dari semua orang tua siswa dari kelas I – kelas III sebanyak 288 orangtua

siswa karena orangtua baru memilih SDIT Zaid Bin Tsabit 1 hingga 3 tahun kebelakang sehingga dianggap masih relevan dalam penelitian ini.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sejumlah anggota yang dipilih dari populasi J. Supranto (2013:147) Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi dikarenakan keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus betul-betul representatif (benar-benar mewakili). Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan presentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Slovin, yang ditunjukkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n= Jumlah elemen/anggota sampel

N= Jumlah elemen/anggota populasi

e= Error level (tingkat kesalahan)

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,01 (1%)

Nilai e = 0,05 (5%)

Nilai e = 0,1 (10%)

Jadi, rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 1-10% dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 288 orang, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{288}{1 + (288(10\%)^2)}$$

$$n = \frac{288}{1 + (288(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{288}{1 + (288(0,01))}$$

$$n = \frac{288}{1 + 2,88}$$

$$n = \frac{288}{3,88}$$

$n = 74,226$ dibulatkan menjadi 74.

Teknik sampling atau teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* secara *convenience sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi dipilih untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2018:84). Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 288 orang tua siswa dan tingkat kesalahan yang ditetapkan adalah 10%, maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah 81 orang tua siswa.

3.3. Data Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Data didalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yan berbentuk angka-angka yang diperoleh dari angket/kuesioner. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini ada dua sumber data yaitu:

1. Sumber data primer yaitu sumber data langsung dari subjek penelitian diperoleh dari penyebaran angket/ kuisisioner pada orang tua siswa-siswi kelas I-III SDIT Zaid Bin Tsabit.
2. Sumber data sekunder yaitu sumber data yang terdapat pada buku-buku yang ada hubungannya dengan penelitian. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah dokumentasi atau catatan yang diperoleh dari sekolah.

3.4. Uji Instrumen

3.4.1. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang diukur. Menurut (Ghozali 2018: 52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu

kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Pengujian menggunakan dua sisi dengan taraf signifikasi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Berikut rumus dari teknik korelasi *Pearson Product Moment*:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x \sum y)}{n}}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right) \left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan:

r = nilai koefisien validitas

x = skor pertanyaan pertama

y = total skor

XY = skor pertanyaan pertama dikalikan skor total

N = jumlah responden

$(\sum X^2)$ = Kuadrat skor item tes

$(\sum Y^2)$ = Kuadrat responden

Tabel 3. 1 Hasil Uji Valditas

No	Nilai r Hitung	Nilai r table	Keterangan
1	0,817	0,361	VALID
2	0,800	0,361	VALID
3	0,769	0,361	VALID
4	0,735	0,361	VALID
5	0,808	0,361	VALID
6	0,862	0,361	VALID
7	0,819	0,361	VALID
8	0,764	0,361	VALID
9	0,858	0,361	VALID
10	0,921	0,361	VALID
11	0,821	0,361	VALID
12	0,829	0,361	VALID
13	0,894	0,361	VALID
14	0,879	0,361	VALID
15	0,783	0,361	VALID
16	0,845	0,361	VALID
17	0,857	0,361	VALID
18	0,814	0,361	VALID
19	0,793	0,361	VALID
20	0,736	0,361	VALID
21	0,768	0,361	VALID
22	0,769	0,361	VALID
23	0,796	0,361	VALID
24	0,820	0,361	VALID
25	0,719	0,361	VALID
26	0,710	0,361	VALID
27	0,703	0,361	VALID
28	0,626	0,361	VALID
29	0,802	0,361	VALID
30	0,861	0,361	VALID

Sumber: Data Primer, 2022

Dari setiap item pertanyaan diperoleh besaran *pearson correlation* lebih dari 0,361 karena koefisien korelasi setiap pengukur yang digunakan konsisten, dapat dipercaya, dan diandalkan. Uji validitas digunakan dengan cara menguji korelasi antara skor item dengan skor total masing-masing variabel. Secara statistik angka korelasi bagian total yang diperoleh harus dibandingkan dalam angka tabel r product moment. Apabila nilai rhitung > rtabel maka dikatakan valid. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel citra sekolah dan keputusan orangtua memilih sekolah

memenuhi persyaratan dikarenakan nilai korelasi mempunyai nilai lebih di atas 0,361

3.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dan alat ukur yang sama. yang dimaksud dengan reliabilitas adalah menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Uji reliabilitas instrument penelitian ini akan menggunakan *reliability analysis* dengan teknik *Alpha Cronbach*. Berikut rumusnya (J. Supranto, Nandan 2013: 99)

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir soal

Σab^2 : Jumlah varian butir

at^2 : Varian total

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas lebih besar dari pada 0,6 ($\alpha > 0,6$)

Tabel 3. 2 Uji Reliabilitas

NO	Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
1	Citra Sekolah (X)	.973	Sangat Reliable
2	Keputusan Pembelian (Y)	.960	Sangat Reliable

Sumber: Data primer, 2022

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket/kuesioner dan dokumentasi.

1. Angket/kuesioner

Angket/kuesioner merupakan suatu daftar yang diberi pertanyaan/ Pernyataan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh seseorang/ anak yang ingin diselidiki atau responden (Kriyantono 2012: 95) Dalam metode angket/kuesioner ini digunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang tua siswa kelas I - III SDIT Zaid Bin Tsabit tentang citra merek dan keputusan orang tua.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dokumen mengenai profil sekolah untuk mengetahui identitas sekolah, letak geografis, sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi SDIT Zaid Bin Tsabit, keadaan (guru, karyawan, siswa), keadaan sarana dan prasarana pendidikan, kurikulum yang dijalankan, kegiatan pengembangan diri, dan prestasi yang pernah diraih.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data-data yang telah berhasil terkumpul dari tiap variabel yang diteliti sehingga lebih mudah dipahami. Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian. Analisis kuantitatif dalam penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data dan menyatakan variabel-variabel yang menggambarkan pengaruh citra sekolah dengan keputusan pembelian dalam kategori-kategori yang ada pada akhirnya akan menjadi total skor dari pengisian kuesioner oleh responden. Pengisian kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert yang terdiri atas: sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberi bobot sebagai berikut:

Jawaban Sangat Setuju diberi bobot 5

Jawaban Setuju diberi bobot 4

Jawaban Kurang Setuju diberi bobot 3

Jawaban Tidak setuju diberi bobot 2

Jawaban Sangat tidak setuju diberi bobot 1

Kemudian akan dilakukan analisis skor rata-rata sesuai dengan jumlah responden yang dikelompokkan berdasarkan kriteria jawaban. Jawaban kemudian dikalikan dengan bobot nilai yang sudah ditentukan seperti contohnya pada jawaban sangat setuju diberi skor 5, setuju diberi skor 4, kurang setuju diberi skor 3, tidak setuju diberi skor 2, dan jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1. Skor ini dikalikan dengan bobot nilai jawaban (skala 1 s/d 5). Kemudian hasil dari perhitungan bobot nilai dibagi dengan jumlah responden penelitian, hasil dari perhitungan tersebut merupakan nilai rata-rata. Berikut ini adalah rumus untuk menghitung skor rata-rata:

$$\frac{\sum f_i . w_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

x = Skor rata-rata terboboti

f_i = Frekuensi pada kategori ke- i

w_i = Bobot untuk kategori ke- i

Tujuan dari metode analisis rata-rata skor ini adalah untuk mengetahui persepsi responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan dalam bentuk kuesioner. Berikut ini merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tingkat penilaian responden terhadap setiap indikator dan variabelnya diantaranya adalah:

Tabel 3. 3 Skala Penilaian Responden

Skala Rataan Penilaian Responden	Keterangan
1 – 1,8	Sangat Rendah
1,9 – 2,6	Rendah
2,7 – 3,4	Sedang
3,5 – 4,2	Tinggi
4,3 – 5,0	Sangat Tinggi

3.7. Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis regresi linear sederhana sebelumnya data yang diperoleh untuk masing-masing alternatif

jawaban dicari persentase pada item pertanyaan masing-masing variabel dengan rumus: (Sanusi, 2012: 32).

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Keputusan Memilih

X = Citra Sekolah

a = bilangan konstanta harga Y jika X=0

b = koefisien arah garis regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen didasarkan pada variabel bebas.

Tujuan regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.8. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan untuk melakukan analisis regresi. Pengujian asumsi yang harus dipenuhi agar persamaan regresi dapat digunakan dengan baik yaitu terlebih dahulu perlu dilakukan uji normalitas, linearitas dan heteroskedastisitas.

3.8.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas apakah mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Priyatno, 2013:56). Uji normalitas menggunakan *Kolomogorov Smirnov* untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak. berikut tabel merupakan hasil uji normalitas.

Tabel 3. 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.27652396
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.074
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer, 2022

Kriteria dari uji Kolmogorov yaitu:

Jika nilai AsympSign. (2-tailed) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Jika nilai AsympSign. (2-tailed) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai uji Kolmogorov dalam penelitian ini adalah data berdistribusi normal. Data pada tabel di atas dapat menjelaskan bahwa variabel bebas dan terikat serta kedua variabel dapat saling berdistribusi dengan hasil 0,200 melebihi criteria dari uji Kolmogorov. Pengujian ini dibantu dengan menggunakan SPSS 25.

3.8.2. Uji Linearitas

Menurut Riduwan (2013:15) “Uji linieritas regresi dilakukan untuk melakukan derajat keeratan hubungan, memprediksi besarnya arah hubungan itu, serta meramalkan besarnya variabel dependen jika nilai variabel independen diketahui”. Uji linearitas dapat menggunakan bantuan SPSS dengan memperhatikan nilai signifikansi, jika Sig. Baris *deviation of linearity* $> 0,05$ maka H_0 diterima, dan sebaliknya jika nilai $< 0,05$, maka H_0 ditolak. Berikut merupakan tabel mengenai hasil pengujian linearitas terhadap variabel Citra Sekolah.

Tabel 3. 5 Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Memilih * Citra Sekolah	Between Groups	(Combined)	15.033	6	2.506	.646	.693
		Linearity	.023	1	.023	.006	.938
		Deviation from Linearity	15.010	5	3.002	.774	.571
	Within Groups		286.917	74	3.877		
	Total		301.951	80			

Sumber: Data Primer, 2022

3.8.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji Glejser dapat dilihat jika variabel independen signifikan dibawah 5% secara statistik, maka diindikasikan terjadinya heteroskedastisitas, sedangkan jika probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5%, maka pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas Ghazali (2018). Untuk menganalisis ada dan tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan uji glejser berikut merupakan tabel hasil uji Glejser yang dibantu dengan SPSS 25.

Tabel 3. 6 Uji Heteroskedastistas

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	92.086	11.981		7.686	.000
	Citra Sekolah	.010	.128	.009	.078	.938

Sumber: Data Primer, 2022

Kriteria uji Glejser yaitu:

Jika nilai Sign 0,05 maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Jika nilai Sign 0,05 maka data terjadi heteroskedastisitas.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikasi lebih dari 0,05 untuk semua variabel. Dengan demikian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.9. Definsi Operasional

Terdapat variabel independen dan variabel dependen, variabel bebas dalam penelitian ini yaitu citra merek (X), dan variabel terikatnya yaitu keputusan orang tua (Y).

a. Citra Merek (X)

Konsep merek yang memudahkan konsumen mengingat sutau nama produk yang dapat melekat kuat dibenak konsumen.

1. Kualitas atau mutu, berkaitan dengan kualitas produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dan berkenaan dengan kompetensi tenaga pengajar di dalamnya dan kemampuan lulusan serta kemudahan lulusan untuk memperoleh pekerjaan.
2. Dapat dipercaya atau diandalkan, berkaitan dengan pendapat atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu jasa yang dikonsumsi.
3. Manfaat, yang terkait dengan fungsi dari suatu produk atau jasa yang bisa dmanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.
4. Harga, yang dalam hal ini berkaitan dengan tinggi rendahnya atau banyak sedikitnya jumlah biaya yang dikeluarkan konsumen untuk menempuh pembelajaran kedepannya.
5. Citra yang dimiliki oleh merek itu sendiri, yaitu berupa pandangan, kesepakatan, dan informasi yang berkaitan dengan suatu merek tertentu.

b. Keputusan konsumen (Orang Tua) (Y)

Aktifitas yang dilakukan setiap konsumen atas dasar ketertarikan pada produk/ jasa maupun atas dasar pemenuhan kebutuhan

1. Pengenalan masalah, pengenalan kebutuhan, proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan (*need recognition*), di mana pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan.

2. Pencarian Informasi, konsumen yang tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu, kuat dan produk yang memuaskan ada di dekat konsumen itu, akan membelinya kemudian.
3. Evaluasi Alternatif, pemasar harus tahu tentang evaluasi alternatif (*alternative evaluation*), yaitu bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada pilihan merek. Sayangnya, konsumen tidak menggunakan proses evaluasi yang sederhana dan tunggal dalam semua situasi pembelian.
4. Keputusan Pembelian, dalam tahap evaluasi. konsumen menentukan peringkat merek dan menentukan niat pembelian. Pada umumnya, keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai tetapi dua factor berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.
5. Perilaku Pasca Pembelian, pekerjaan pemasar tidak berakhir ketika produk telah dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian (*post purchase behavior*) yang harus diperhatikan oleh pemasar.

Dalam penelitian ini digunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang tua siswa kelas I - III SDIT Zaid Bin Tsabit tentang citra merek dan keputusan orang tua.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Sekolah

4.1.1. Sejarah SDIT Zaid Bin Tsabit

SDIT Zaid Bin Tsabit merupakan lembaga pendidikan dasar berbasis kurikulum Al Quran, Diniyah, dan Diknas yang bernuansa islami yang berdiri pada tahun 2010. Yayasan Zaid Bin Tsabit yang sekarang diketuai oleh Ust. H. Nur Ali Abdul Aziz, S.Pd,I dan yang menjadi kepala sekolah Sugeng Malikul Bahri, M.Pd,I.

Berdiri sebagai sekolah Islam terpadu untuk kalangan menengah kebawah, Terletak di Kp. Bojong Neros RT 01/07 Kelurahan Curug Kecamatan Bogor Barat Kota Bogor kota Bogor, dengan banyak akses menuju sekolah ini. Lingkungan kondusif, sistem kelas terbuka dengan nuansa alam yang menjadi salah satu daya tarik sekolah ini dari sisi suasana sekolah.

Sekolah Dasar Islam Terpadu Zaid Bin Tsabit didirikan dan dikelola oleh Yayasan Zaid Bin Tsabit. Nama Zaid Bin Tsabit diambil dari nama seorang sahabat Rasulullah, beliau sebagai pencatat, penghafal dan pengajar Al-Qur'an. Sesuai namanya, tujuan lembaga pendidikan ini adalah untuk mewujudkan generasi Qur'ani, yang seluruh amalnya didasari oleh sunnah Rasulullah SAW.



Gambar 4. 1 Logo SDIT Zaid Bin Tsabit

Sumber: SDIT Zaid Bin Tsabit, 2022

4.1.2. Visi Misi dan Tujuan SDIT Zaid Bin Tsabit

1. Visi

"Terwujudnya peserta didik yang beriman, berakhlak Qur'ani dan Cendekia"

Indikator:

1. Mampu membaca al-qur'an dengan baik dan benar (tartil)
2. Memahami isi kandungan al-Qur'an secara sederhana sehingga timbul keimanan yang kokoh
3. Hafal al-qur'an minimal 3 juz untuk tingkat SD dan 5 juz untuk tingkat SMP
4. Berakhlak Qurani yaitu jujur, dapat dipercaya, santun dalam bersikap dan berbicara, disiplin, bertanggung jawab, percaya diri, rajin, menjaga kebersihan diri dan lingkungan serta berani karena benar
5. Memahami pengetahuan umum dengan internalisasi nilai Islam yang benar

2. Misi

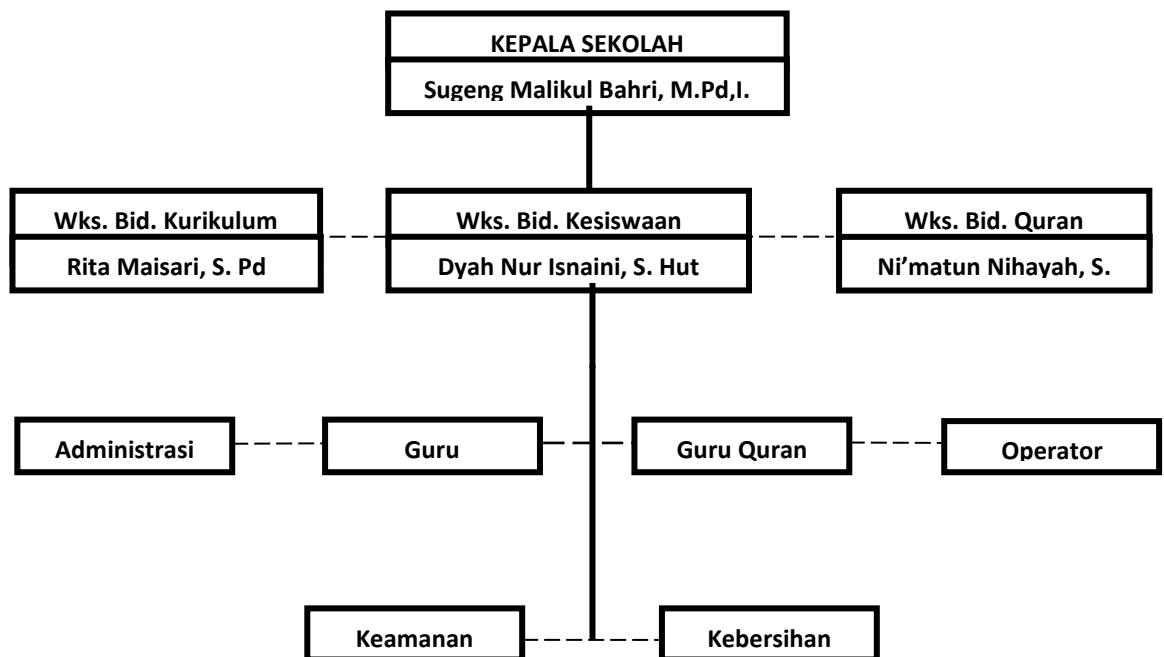
1. Mengajarkan al-Qur'an sesuai tahapannya
2. Menanamkan sikap berbudi pekerti luhur berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunnah
3. Mendidik dan mengajarkan ilmu pengetahuan secara komprehensif
4. Mengembangkan potensi peserta didik melalui program ekstrakurikuler
5. Mengembangkan fasilitas sekolah dan media pembelajaran yang memadai

c. Tujuan

1. Menanamkan Aqidah yang benar sesuai dengan Al Qur'an dan As Sunnah.
2. Menanamkan cara beribadah yang benar sesuai dengan contoh Rasulullah SAW.
3. Mengajarkan Al Qur'an sejak dini dalam rangka tercapainya generasi Qur'ani.
4. Mewujudkan kultur sekolah dengan akhlaq yang mulia

5. Mendidik peserta didik dengan hati.
6. Mewujudkan kinerja guru dan tenaga kependidikan yang memiliki kompetensi dan kinerja yang profesional.
7. Menanamkan kesadaran akan pentingnya disiplin, bertanggung jawab, mandiri dan terbiasa dengan hidup sehat
8. Menjalin kerja sama yang harmonis antara warga sekolah dan lingkungan masyarakat sekitar.

4.1.3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Sdit Zaid Bin Tsabit

Sumber: SDIT Zaid Bin Tsabit, 2022

1. Kepala Sekolah

Tugas Pokok Kepala Sekolah:

1. Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap seluruh kegiatan sekolah, di sini kepala sekolah juga berperan sebagai Manager, Edukator, Leader Motivator dan juga Inovator. baik dari dalam maupun di luar, yaitu:
2. Penyelenggaraan program kerja sekolah, meliputi:
3. Menyusun program kerja sekolah.
4. Mengawasi proses belajar mengajar, pelaksanaan dan penilaian terhadap proses dan hasil belajar serta bimbingan dan konseling (BK).
5. Sebagai pembina kesiswaan.

2. Tugas Pokok Bidang Kurikulum

Guru yang bertugas dalam bidang Kurikulum bertanggung jawab atas semua kegiatan belajar mengajar. Seperti:

1. Menyusun pembagian tugas para guru.
2. Mengelola semua kegiatan belajar mengajar.
3. Menyusun jadwal evaluasi.
4. Menyusun kriteria untuk kenaikan kelas dan kurikulum.
5. Menyusun pelaksanaan UAS dan UAN.
6. Menyusun instrumen untuk kegiatan belajar mengajar.

3. Tugas Pokok Bidang Kesiswaan

Guru yang bertugas dalam bidang Kesiswaan membidangi semua urusan kesiswaan, bertanggung jawab atas semua kegiatan belajar mengajar, antara lain:

1. Perencanaan dan pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler.
2. Pengadaan pengarah dan pembina kegiatan OSIS.
3. Penginventarisasian absensi dan pelanggaran – pelanggaran.
4. Pembina sekaligus pelaksana kegiatan 5-K.
5. Penilaian terhadap semua siswa yang mewakili sekolah terhadap kegiatan diluar sekolah.

d. Tugas Pokok Bidang Quran

1. Menyusun program atau silabus pembelajaran Quran
2. Melaksanakan test terhadap siswa setelah dari guru Quran
3. Menentukan lulus atau tidaknya siswa pada test Quran

e. Tugas Pokok Guru

Tugas Pokok Guru

1. Melaksanakan segala hal kegiatan pembelajaran
2. Melaksanakan kegiatan Penilaian Proses Belajar, Ulangan (Harian, Umum, dan Akhir)
3. Melaksanakan penilaian dan analisis hasil ulangan harian
4. Melaksanakan program perbaikan dan pengayaan
5. Mengisi daftar nilai siswa
6. Membuat catatan tentang kemajuan dari hasil belajar

f. Tugas Pokok Guru Quran

Tugas Guru Quran

1. Mengajar dan praktek bacaan Quran
2. Membantu siswa menghafal Quran
3. Menyeleksi layak atau tidaknya siswa untuk test sebelum menghadap bidang Quran

g. Administrasi

1. Mengurus administrasi ketenagaan dan siswa
2. Pembinaan dan pengembangan karir para pegawai tata usaha sekolah
3. Mengkoordinasikan dan melaksanakan 7K
4. Menyusun laporan pelaksanaan kegiatan pengurusan ketatausahaan secara berkala

h. Operator

1. Merencanakan kebutuhan sarana prasarana untuk menunjang proses belajar mengajar
2. Merencanakan program pengadaannya
3. Mengatur pemanfaatan Sarana Prasarana
4. Mengelola perawatan, perbaikan dan pengisian

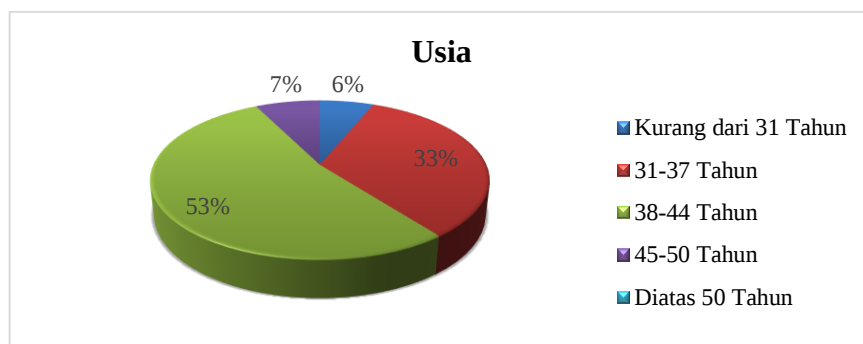
4.2. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, karakteristik responden diukur melalui beberapa komponen yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, domisili, pendidikan terakhir dan pendapatan. Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Usia

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diperoleh gambaran usia responden di SDIT Zaid Bin Tsabit adalah sebagai berikut:

Gambar 4. 3 Usia Responden



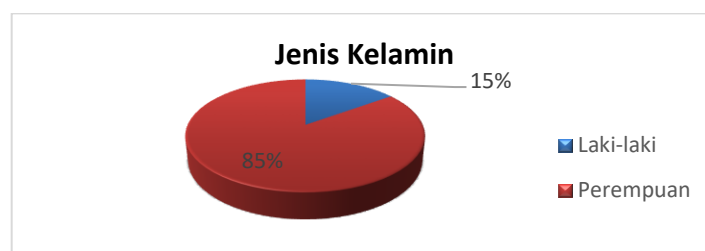
Sumber: Data Primer, 2022

Gambar diatas menunjukkan variasi usia responden dan dapat dilihat bahwa responden dengan rentang usia 38-44 tahun mendominasi yaitu sebanyak 53 persen. Rentang usia 31-37 tahun sebanyak 33 persen. Di posisi ketiga yaitu rentang usia 45-50 tahun sebanyak 7 persen. Pada rentang usia kurang dari 31 tahun sebanyak 6 persen. Pada penelitian ini tidak ada responden yang berusia diatas 50 tahun.

2. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner di SDIT Zaid Bin Tsabit diperoleh data jenis kelamin responden sebagai berikut:

Gambar 4. 4 Jenis Kelamin Responden



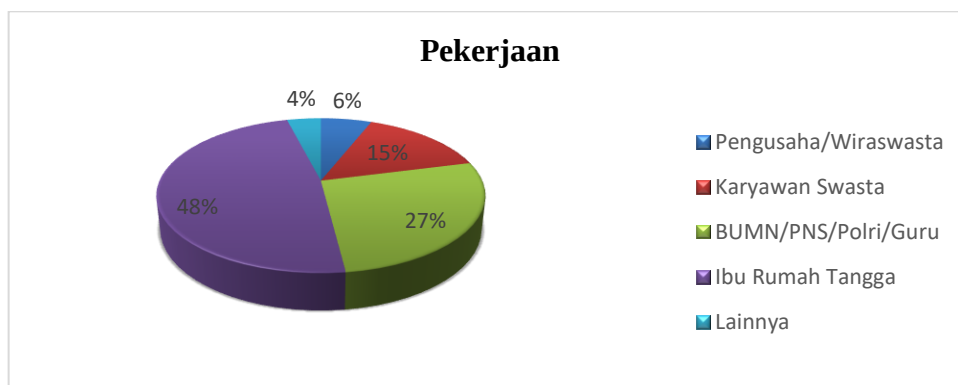
Sumber: Data Primer, 2022

Responden dalam penelitian ini adalah Orangtua dari siswa SDIT Zaid Bin Tsabit, baik perempuan maupun laki-laki. Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 85 persen, sedangkan laki-laki hanya sebesar 15 persen.

3. Pekerjaan

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner di SDIT Zaid Bin Tsabit diperoleh data pekerjaan sebagai berikut:

Gambar 4. 5 Pekerjaan Responden



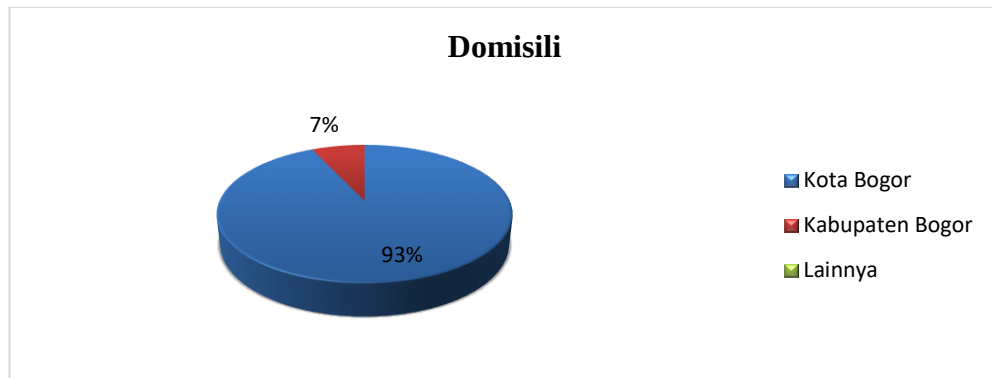
Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan gambar dapat dilihat bahwa jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh ibu rumah tangga yaitu sebesar 48 persen, BUMN/PNS/Polri/Guru 27 persen, Pengusaha/Wiraswasta 6 persen, karyawan swasta 15 persen, kemudian terdapat lainnya sebesar 4 persen dimana data yang lainnya tersebut diantaranya Buruh Pabrik, Jobseeker dan Freelance. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai ibu rumah tangga.

4. Domisili

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner di SDIT Zaid Bin Tsabit diperoleh data domisili sebagai berikut:

Gambar 4. 6 Domisili Responden



Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan gambar diatas mayoritas responden berdomisili di Kota Bogor sebesar 93 persen dan Kabupaten Bogor sebanyak 7 persen. Dari data yang didapatkan dari SDIT Zaid Bin Tsabit jarak dari tempat tinggal ke sekolah dan waktu tempuh ke sekolah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Jarak dari tempat tinggal ke Sekolah

Kurang dari 1 Km	Lebih dari 1 Km
23%	77%

Sumber: SDIT Zaid Bin Tsabit, 2022

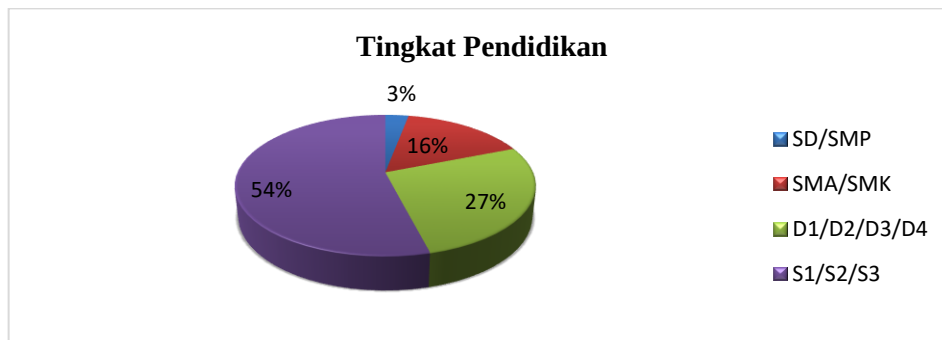
Tabel 4. 2 Waktu Tempuh ke Sekolah

Kurang dari 30 menit	30-60 menit
61%	39%

Sumber: SDIT Zaid Bin Tsabit, 2022

5. Pendidikan terakhir

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner di SDIT Zaid Bin Tsabit diperoleh data tingkat pendidikan responden sebagai berikut:

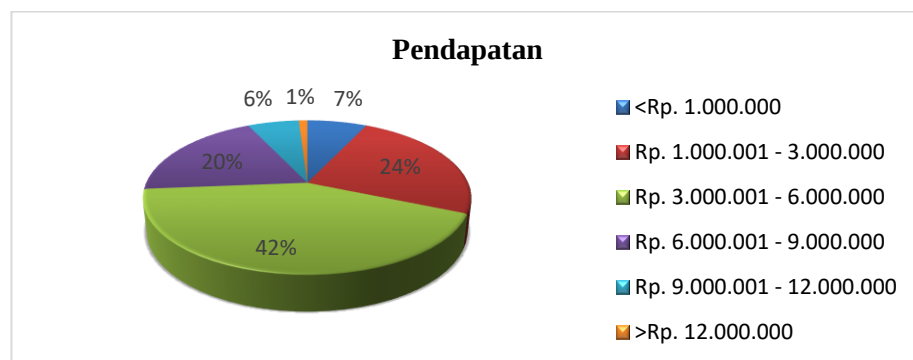
Gambar 4. 7 Tingkat Pendidikan Responden

Sumber: Data Pribadi, 2022

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa responden dengan tingkat pendidikan S1/S2/S3 sebesar 54 persen, responden dengan tingkat pendidikan D1/D2/D3/D4 sebesar 27 persen, SMA/SMK sebesar 16 persen, SD/SMP sebesar 3 persen, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan responden merupakan S1/S2/S3.

6. Pendapatan

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner di SDIT Zaid Bin Tsabit diperoleh data pendapatan sebagai berikut:

Gambar 4. 8 Pendapatan Responden

Sumber: Data Pribadi, 2022

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa responden dengan pendapatan 3-6 juta rupiah sebesar 42, responden dengan pendapatan 1-7 juta rupiah sebesar 24 persen, 6-9 juta rupiah sebesar 16 persen, dibawah 1 juta sebesar 7 persen, 9-12 juta rupiah sebesar 6 persen, lebih dari 12 juta rupiah sebesar 1 persen.

4.2.1. Citra Sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit

Penelitian ini memiliki tiga rumusan masalah, salah satunya adalah mengetahui bagaimana citra SDIT Zaid Bin Tsabit. Berdasarkan dari data kuesioner yang telah disebar kepada sampel yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Didapatkan hasil perhitungan persepsi orangtua siswa SDIT Zaid Bin Tsabit mengenai citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah. Berikut merupakan tabel-tabel perhitungan dari variabel citra sekolah setiap butir pernyataan kuesioner dalam satu indikator.

Tabel 4. 3 Hasil Perhitungan Indikator Kualitas/ mutu

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Fasilitas belajar mendukung kegiatan belajar siswa	1	0	1	38	41	4,46	Sangat Baik	4,55	Sangat Baik
2	Sekolah menyediakan tempat belajar yang bersih, aman, dan nyaman	1	0	1	27	52	4,60	Sangat Baik		
3	Pendidik merupakan guru- guru berkualitas	0	1	1	30	49	4,57	Sangat Baik		
4	Pihak Sekolah selalu berusaha meningkatkan kualitas pendidikan	0	1	0	29	51	4,60	Sangat Baik		

Sumber: Data Primer, 2022

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat empat pernyataan yang memiliki nilai sangat baik yaitu “Fasilitas belajar mendukung kegiatan belajar siswa”, “Sekolah menyediakan tempat belajar yang bersih, aman, dan nyaman”, “Pendidik merupakan guru- guru berkualitas”, “Pihak Sekolah selalu berusaha meningkatkan kualitas Pendidikan”. Terdapat dua nilai tertinggi terdapat pada

butir pernyataan pihak Sekolah selalu berusaha meningkatkan kualitas pendidikan dengan nilai 4,60 dan Sekolah menyediakan tempat belajar yang bersih, aman, dan nyaman dengan nilai 4,60. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rusmini *et al.*, (2018) yang menjelaskan bahwa indikator kualitas/mutu berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua memilih. Dengan hasil skor rataan 4,55 dapat dikatakan sangat tinggi artinya sebagian besar orangtua berpendapat ruangan sekolah atau tempat belajar bersih, aman, dan nyaman, seperti pada gambar berikut.



Gambar 4. 9 Ruang Kelas SDIT Zaid Bin Tsabit

Sumber: Dokumentasi SDIT Zaid Bin Tsabit, 2022

Tabel 4. 4 Hasil Penghitungan Indikator Dapat Dipercaya/ diandalkan

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Memberikan kepercayaan penuh terhadap Sekolah	0	1	1	30	49	4,57	Sangat Baik	4,59	Sangat Baik
2	Petugas keamanan/ selalu bersiaga di depan gerbang Sekolah	0	1	0	21	59	4,70	Sangat Baik		
3	Tanggap terhadap keluhan, kesan, dan saran yang disampaikan oleh orangtua siswa	0	1	3	32	45	4,50	Sangat Baik		
4	Memberikan kepercayaan kepada Guru	0	2	2	26	51	4,55	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022

Dari tabel diatas menunjukan bahwa semua pernyataan memiliki nilai sangat baik yaitu “Memberikan kepercayaan penuh terhadap sekolah”, “Petugas

keamanan/ selalu bersiaga di depan gerbang sekolah”, “Tanggap terhadap keluhan, kesan, dan saran yang disampaikan oleh orangtua siswa”, “Memberikan kepercayaan penuh kepada Guru dalam mendidik anak”. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan Petugas keamanan/ selalu bersiaga di depan gerbang sekolah dengan nilai 4,70. Hal ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rusmini et al., (2018) yang menjelaskan bahwa indikator dapat dipercaya/diandalkan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua memilih. Berdasarkan tanya jawab yang dilakukan kepada orangtua siswa (Aida) bahwa ia setuju memberikan kepercayaan penuh terhadap sekolah. Secara keseluruhan indikator dapat dipercaya/ diandalkan sudah sangat baik.

Tabel 4. 5 Hasil Penghitungan Indikator Manfaat

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Lingkungan Sekolah membuat pribadi anak menjadi lebih baik dan mandiri	1	0	0	30	50	4.58	Sangat Baik	4.63	Sangat Baik
2	SDIT Zaid Bin Tsabit membantu membuat bekal pengetahuan agama lebih baik	1	0	0	18	62	4.72	Sangat Baik		
3	SDIT Zaid Bin Tsabit membuat anak lebih rajin dalam menjalankan ibadah	1	0	0	28	52	4.60	Sangat Baik		
4	Menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit membuat saya bangga	0	1	1	27	52	4.60	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022.

Tabel diatas menunjukan bahwa semua pernyataan memiliki nilai sangat baik yaitu “Lingkungan Sekolah membuat pribadi anak menjadi lebih baik dan mandiri”, “SDIT Zaid Bin Tsabit membantu membuat bekal pengetahuan agama lebih baik”, “SDIT Zaid Bin Tsabit membuat anak lebih rajin dalam menjalankan ibadah”, “Menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit membuat saya bangga”. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan SDIT Zaid Bin Tsabit membantu membuat bekal pengetahuan dengan nilai 4,72. Orangtua siswa menilai bahwa menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit mendapatkan manfaat. Manfaat

tersebut meliputi anak lebih rajin dalam menjalankan ibadah, membantu membuat bekal pengetahuan agama lebih baik, karena di sekolah setiap anak diwajibkan untuk beribadah, seperti pada gambar berikut:



Gambar 4. 10 Kegiatan Belajar Mengajar di SDIT Zaid Bin Tsabit

Sumber: SDIT Zaid Bin Tsabit, 2022

Selain itu juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rusmini *et al.*, (2018) yang menjelaskan bahwa indikator manfaat dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua memilih. Secara keseluruhan indikator manfaat sudah sangat baik.

Tabel 4. 6 Hasil Penghitungan Indikator Harga

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Biaya Pendidikan sesuai dengan kualitas pendidikan	1	0	1	27	52	4,59	Sangat Baik	4,55	Sangat Baik
2	Biaya Pendidikan sesuai dengan fasilitas yang tersedia	0	1	1	32	47	4,54	Sangat Baik		
3	Biaya pendidikan relatif terjangkau	1	0	3	29	48	4,52	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas yang merupakan indikator keempat dari variabel citra sekolah. Tabel tersebut menunjukan bahwa kesemua pernyataan memiliki nilai sangat baik yaitu “Biaya Pendidikan sesuai dengan kualitas pendidikan”,

“Pendidikan sesuai dengan fasilitas yang tersedia”, “Biaya pendidikan relatif terjangkau”. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan Biaya Pendidikan sesuai dengan kualitas pendidikan dengan nilai 4,59. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rusmini *et al.*, (2018) yang menjelaskan bahwa indikator harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih. Berikut rincian biaya Pendidikan SDIT Zaid Bin Tsabit dengan Sekolah lain

Tabel 4. 7 Rincian Biaya SDIT Zaid Bin Tsabit

KETERANGAN		“ANAK ASUH”	“MANDIRI A”	“MANDIRI B”	“ORANG TUA ASUH”
PENGHASILAN ORANG TUA (SUAMI+ISTRI)		<Rp. 1.000.000	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 5.000.000	Rp. 5.500.000 s.d Rp. 7.000.000	>Rp. 10.000.000
DANA SUMBANGAN PEMBANGUNAN		0	Minimal Rp. 4.500.000	Minimal Rp. 6.000.000	Minimal Rp. 10.000.000
SPP JULI 2022		Sesuai Kemampuan	Minimal Rp. 350.000	Minimal Rp. 450.000	Minimal Rp. 600.000
UANG KEGIATAN PERTAHUN		Rp. 500.000	Rp. 500.000	Rp. 500.000	Rp. 500.000
UANG SERAGAM	IKHWAN	Rp. 350.000	Rp. 350.000	Rp. 350.000	Rp. 350.000
	AKHWAT	Rp. 405.000	Rp. 405.000	Rp. 405.000	Rp. 405.000
TOTAL JUMLAH DIBAYAR	IKHWAN	Minimal Rp. 850.000	Minimal Rp. 5.700.000	Minimal Rp. 7.300.000	Minimal Rp. 11.450.000
	AKHWAT	Minimal Rp. 905.000	Minimal Rp. 5.755.000	Minimal Rp. 7.355.000	Minimal Rp. 11.505.000
QUOTA PDB = 93		9	28	28	28

Sumber: SDIT Zaid Bin Tsabit, 2022

SDIT Zaid Bin Tsabit menerapkan sistem subsidi silang dimana orang tua yang mampu secara finansial dapat membantu orang tua yang tidak mampu dalam finansial, agar dapat memberikan kesempatan untuk berperan membantu pendanaan pendidikan bagi peserta didik yang tidak mampu secara finansial tetapi mampu secara akademik. “Orang Tua Asuh” dikenakan biaya lebih besar dengan tujuan untuk membantu “Anak Asuh” dalam kegiatannya disekolah. Kuota yang diberikan kepada “Anak Asuh” yaitu 10% berdasarkan klasifikasi diatas yaitu dengan penghasilan orangtua kurang dari satu juta rupiah, sedangkan kuota untuk “Mandiri A, Mandiri B dan Orangtua Asuh” masing-masing sebesar 30%.

Adapun perbandingan dengan sekolah lain, yaitu SDIT Aliya:

Tabel 4. 8 Rincian Biaya Pendidikan SDIT Aliya

KETERANGAN	RINCIAN
FORMULIR PENDAFTARAN	550.000
INFAK PENGEMBANGAN	16.250.000
KEGIATAN SISWA 1 TAHUN AJARAN	1.129.000
INFAK SEKOLAH PER BULAN	1.000.000
KOMPUTER PER BULAN	40.000
UMMI	10.000
KOMITE PER BULAN	10.000
PENGEMBANGAN DIRI PER BULAN	Sesuai Pilihan
	Total = 18.989.000

Sumber: SDIT Aliya, 2022

Perbandingan diatas menunjukan SDIT Zaid Bin Tsabit lebih terjangkau dengan SDIT Aliya. Dengan hasil skor sebesar 4,55 dapat diartikan bahwa orangtua siswa merasa biaya Pendidikan yang dikeluarkan sudah sesuai dengan pembelajaran yang didapatkan oleh anak di SDIT Zaid Bin Tsabit.

Tabel 4. 9 Hasil Penghitungan Indikator Citra yang Dimiliki

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Sekolah tanggap terhadap keluhan, kesan, dan saran	0	1	3	26	51	4,57	Sangat Baik	4,61	Sangat Baik
2	Nama baik (Citra Sekolah) mempengaruhi dalam memilih sekolah	0	1	0	26	54	4,64	Sangat Baik		
3	Pihak sekolah berhubungan baik dengan masyarakat/wali murid	0	1	0	26	54	4,64	Sangat Baik		
4	SDIT Zaid Bin Tsabit sekolah yang berprestasi	0	1	2	26	52	4,60	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022

Tabel diatas menunjukan bahwa semua pernyataan memiliki nilai sangat baik yaitu “Sekolah tanggap terhadap keluhan, kesan, dan saran yang disampaikan oleh orangtua siswa”, “Nama baik (Citra Sekolah) mempengaruhi dalam memilih

sekolah”, “Pihak sekolah berhubungan baik dengan masyarakat/wali murid”, “SDIT Zaid Bin Tsabit merupakan sekolah yang berprestasi”. Terdapat dua nilai tertinggi terdapat pada pernyataan Pihak sekolah berhubungan baik dengan masyarakat/wali murid dan Nama baik (Citra Sekolah) mempengaruhi dalam memilih sekolah dengan nilai 4,64. Dari hasil diatas sejalan dengan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada salah satu orangtua siswa yang menilai bahwa SDIT Zaid Bin Tsabit berhubungan baik dengan wali murid/ masyarakat sekitar yang mempengaruhi memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit. Hasil tersebut diperkuat dengan dengan penelitian terdahulu Rusmini *et al.*, (2018) yang menjelaskan bahwa indikator citra yang sudah dimiliki berpengaruh terhadap keputusan orangtua memilih. Secara keseluruhan indikator citra yang dimiliki sudah sangat baik.

Tabel 4. 10 Hasil Kesimpulan Penghitungan Untuk Variabel Citra Sekolah

Indikator	Rataan Indikator		Rataan Variabel	
	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
Kualitas/ Mutu	4,55	Sangat Baik	4,59	Sangat Baik
Dapat Dipercaya/ diandalkan	4,59	Sangat Baik		
Manfaat	4,63	Sangat Baik		
Harga	4,55	Sangat Baik		
Citra yang dimiliki	4,61	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa persepsi Orangtua siswa SDIT Zaid Bin Tsabit sangat baik. Hal tersebut dilihat dari hasil yang telah dilakukan peneliti dengan menyebar kuesioner kepada sampel sebanyak 81 responden. Dari indikator citra sekolah terdapat kelima pernyataan yang mendapatkan nilai sangat baik. Diantaranya Kualitas/ mutu (X1) dengan nilai rataan indikator 4,55, Dapat dipercaya/ diandalkan (X2) dengan nilai rataan indikator 4,59, Manfaat (X3) dengan nilai rataan indikator 4,63, Harga (X4) dengan nilai rataan indikator 4,55, dan Citra yang dimiliki (X5) dengan nilai rataan indikator 4,61. Indikator dengan nilai rataan terbesar yaitu indikator Manfaat (X3), karena orangtua siswa yang

menyekolahkan anaknya di SDIT Zaid Bin Tsabit, merasakan manfaatnya dari apa yang sudah anaknya pelajari di SDIT Zaid Bin Tsabit dalam menjalankan ibadahnya dan menjadi pribadi yang lebih baik dan berakhlak.

Dalam hal ini orangtua siswa berpendapat bahwa citra SDIT Zaid Bin Tsabit sudah sangat baik, seperti hubungan guru dengan orang tua yang cukup baik, sekolah yang berkualitas bagus, para guru menerapkan disiplin kepada siswa, biaya pendidikan sesuai dengan kualitas pendidikan, dan fasilitas (sarana dan prasarana) yang sangat cukup memadai.

4.2.2. Keputusan Orangtua Memilih SDIT Zaid Bin Tsabit

Mengetahui bagaimana keputusan memilih sekolah pada orangtua siswa SDIT Zaid Bin Tsabit merupakan salah satu dari tujuan dilakukannya penelitian ini. Berdasarkan dari data kuesioner yang telah peneliti sebar kepada sampel penelitian, diketahui seberapa besar keputusan memilih dari masing-masing indikator. Berikut merupakan tabel perhitungan dari keputusan memilih.

Tabel 4. 11 Hasil Penghitungan Indikator Pengenalan Masalah

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Ingin anak saya memiliki akhlak yang baik	1	0	0	13	67	4,79	Sangat Baik	4,83	Sangat Baik
2	Ingin anak saya mempunyai pengetahuan agama yang kuat	1	0	0	8	72	4,81	Sangat Baik		
3	Ingin anak saya menunaikan perintah agama	1	0	0	11	69	4,81	Sangat Baik		
4	Ingin anak saya bersekolah di sekolah berbasis agama	1	0	0	8	72	4,85	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat empat pernyataan yang memiliki nilai sangat baik yaitu “Ingin anak saya memiliki akhlak yang baik”, “Ingin anak saya mempunyai pengetahuan agama yang kuat”, “Ingin anak saya menunaikan perintah agama”, “Ingin anak saya bersekolah di sekolah berbasis agama”. Nilai tertinggi terdapat pada butir pernyataan ingin anak saya bersekolah di sekolah berbasis agama dengan nilai 4,85. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada

butir pernyataan ingin anak saya memiliki akhlak yang baik yaitu dengan nilai 4,79. Dari hasil skor rataan pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden melakukan keputusan memilih dengan melalui pengenalan masalah. Hal ini diperkuat dengan bukti pendaftar di SDIT Zaid Bin Tsabit selalu melebihi dari kuota yang telah ditetapkan.

Tabel 4. 12 Pendaftar di SDIT Zaid Bin Tsabit

Tahun Ajaran	Diterima	Tidak Diterima
2019/2020	96	6
2020/2021	97	21
2021/2022	96	4

Sumber: Data Calon Peserta Didik SDIT Zaid Bin Tsabit (2021)

Tabel 4. 13 Hasil Penghitungan Indikator Pencarian Informasi/ Sumber

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Mencari beberapa SDIT di Kota Bogor	1	5	6	24	45	4,32	Sangat Baik	4,28	Sangat Baik
2	Saya mencari informasi mengenai SDIT Zaid Bin Tsabit di media sosial	0	3	11	28	39	4,27	Sangat Baik		
3	Mendapatkan informasi dari brosur SDIT Zaid Bin Tsabit	0	3	7	34	37	4,30	Sangat Baik		
4	Spanduk memberikan informasi yang menarik mengenai SDIT Zaid Bin Tsabit	1	6	11	21	42	4,20	Sangat Baik		

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat empat pernyataan yang memiliki nilai sangat baik yaitu “Spanduk memberikan informasi yang menarik mengenai SDIT Zaid Bin”, “Ingin anak saya mempunyai pengetahuan agama yang kuat”, “Saya mencari informasi mengenai SDIT Zaid Bin Tsabit di media sosial”, “Mendapatkan informasi dari brosur SDIT Zaid Bin Tsabit”. Mendapatkan

informasi dari brosur SDIT Zaid Bin Tsabit juga mendapatkan nilai yang cukup tinggi yaitu dengan nilai 4,32. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada butir pernyataan Spanduk memberikan informasi yang menarik mengenai SDIT Zaid Bin yaitu dengan nilai 4,20. Dari hasil skor rata-rata pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden melakukan keputusan memilih dengan melalui pencarian informasi/sumber. Hal ini juga diperkuat dengan adanya beberapa informasi yang terdapat pada brosur seperti; Visi Misi, Ekstrakurikuler, Kurikulum, Kegiatan di Sekolah, Program Unggulan, Prestasi dan Alur Pendaftaran. Berikut brosur SDIT Zaid Bin Tsabit:



Gambar 4. 11 Hasil Pencarian SDIT Zaid Bin Tsabit

Sumber: SDIT Zaid Bin Tsabit, 2022

Tabel 4. 14 Hasil Penghitungan Indikator Evaluasi Alternatif

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Saya mencari beberapa opsi sekolah lain sebelum SDIT Zaid Bin Tsabit	5	7	8	25	38	4,38	Sangat Baik	4,38	Sangat Baik
2	SDIT Zaid Bin Tsabit memiliki keunggulan dibanding sekolah lain	0	1	3	28	48	4,60	Sangat Baik		
3	Mengumpulkan informasi sebelum memutuskan pilihan pada SDIT Zaid Bin Tsabit	0	2	3	28	48	4,51	Sangat Baik		
4	Akreditasi SDIT Zaid Bin Tsabit mempengaruhi saya dalam memilih sekolah	0	2	5	29	45	4,44	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat empat pernyataan yang memiliki nilai sangat baik yaitu “Saya mencari beberapa opsi sekolah lain sebelum SDIT Zaid Bin Tsabit”, “Akreditasi SDIT Zaid Bin Tsabit mempengaruhi saya dalam memilih sekolah”, “SDIT Zaid Bin Tsabit memiliki keunggulan dibanding sekolah lain”, “Mengumpulkan informasi sebelum memutuskan pilihan pada SDIT Zaid Bin Tsabit”. Nilai tertinggi terdapat pada butir pernyataan SDIT Zaid Bin Tsabit memiliki keunggulan dibanding sekolah lain dengan nilai 4,60. Hal ini juga diperkuat dengan adanya beberapa program unggulan yang ditawarkan oleh pihak SDIT Zaid Bin Tsabit, program unggulan yang ditawarkan diantaranya: Hafal Quran 5 Juz, Pembinaan Prestasi Siswa, Pembinaan Akhlak Islam, Takhsus Quran, Super Camp Quran, Tasmi’ dan Khotmul Quran setiap juz.

Tabel 4. 15 Hasil Penghitungan Indikator Keputusan Pembelian

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Program unggulan mempengaruhi saya untuk menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit	1	0	2	26	52	4,58	Sangat Baik	4,57	Sangat Baik
2	Saya ingin anak saya sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit	0	1	0	24	56	4,66	Sangat Baik		
3	Program pembelajaran SDIT Zaid Bin Tsabit sudah sesuai	0	1	2	30	48	4,54	Sangat Baik		
4	Fasilitas sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit mempengaruhi saya memilih sekolah	0	1	0	26	54	4,51	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022

Hasil dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat empat pernyataan yang memiliki nilai sangat baik yaitu “Program unggulan mempengaruhi saya untuk menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit”, “Program pembelajaran SDIT Zaid Bin Tsabit sudah sesuai”, “Fasilitas sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit mempengaruhi saya memilih sekolah”, “Saya ingin anak saya sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit”. Nilai tertinggi terdapat pada butir pernyataan saya ingin anak saya sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit dengan nilai 4,66. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada butir pernyataan Fasilitas sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit mempengaruhi saya memilih sekolah yaitu dengan nilai 4,51. Dari hasil tanya jawab yang dilakukan kepada salah satu orangtua siswa bahwa ia ingin anaknya dapat bersekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit. Secara keseluruhan dengan hasil skor rata-rata sebesar 4,57 atau dapat dikatakan memiliki keterangan skor sangat tinggi indikator keputusan pembelian sudah sangat baik.

Tabel 4. 16 Hasil Penghitungan Indikator Perilaku Sesudah Pembelian

P. X1	Pernyataan	Jawaban					Rataan P. X1		Rataan Indikator	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Nilai	Ket.	Nilai	Ket.
1	Saya merekomendasikan SDIT Zaid Bin Tsabit kepada teman, saudara dan keluarga	0	1	0	29	51	4,60	Sangat Baik	4,60	Sangat Baik
2	Saya merasa puas menyekolahkan anak SDIT Zaid Bin Tsabit	0	1	0	26	54	4,64	Sangat Baik		
3	Menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit tidak membuat saya merasa kecewa	1	1	0	29	50	4,55	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan hasil dari tabel diatas yang merupakan indikator kelima dari keputusan memilih yaitu perilaku sesudah pembelian. Perilaku sesudah pembelian yaitu setelah konsumen memilih produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas pada pilihannya. Dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga pernyataan yang memiliki nilai sangat baik yaitu “Saya merekomendasikan SDIT Zaid Bin Tsabit kepada teman, saudara dan keluarga”, “Saya merasa puas menyekolahkan anak SDIT Zaid Bin Tsabit”, “Menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit tidak membuat saya merasa kecewa”. Nilai tertinggi terdapat pada butir pernyataan saya merasa puas menyekolahkan anak SDIT Zaid Bin Tsabit dengan nilai 4,64.



Gambar 4. 12 Testimoni Orangtua Siswa SDIT Zaid Bin Tsabit

Sumber: SDIT Zaid Bin Tsabit, 2022

Hal ini juga diperkuat dengan testimoni dari orangtua siswa Ibu Sri Hartini pada gambar diatas yang merasa cukup puas dengan keputusannya memilih SDIT Zaid Bin Tsabit sebagai sekolah untuk anaknya karena lingkungan yang nyaman dan mendukung prestasi anaknya. Dengan hasil skor rata-rata sebesar 4,60 atau dapat dikatakan memiliki keterangan skor sangat tinggi. Secara keseluruhan indikator perilaku sesudah pembelian sudah sangat baik.

Tabel 4. 17 Hasil Kesimpulan Penghitungan Untuk Variabel Keputusan Memilih

Indikator	Rataan Indikator		Rataan Variabel	
	Nilai	Ket.	Nilai	Ket
Pengenalan Masalah	4,83	Sangat Baik	4,53	Sangat Baik
Pencarian Informasi & Sumber	4,28	Sangat Baik		
Evaluasi Alternatif	4,38	Sangat Baik		
Keputusan Membeli	4,57	Sangat Baik		
Perilaku Sesudah Pembelian	4,60	Sangat Baik		

Sumber: Data primer, 2022

Keputusan orangtua dalam memilih sekolah berada pada tingkat rata-rata sangat baik. Hal tersebut dilihat dari hasil yang telah dilakukan peneliti dengan menyebar kuesioner kepada sampel sebanyak 81 responden. Dari indikator keputusan memilih terdapat kelima pernyataan yang mendapatkan nilai sangat baik. Diantaranya Pengenalan Masalah (X1) dengan nilai rata-rata indikator 4,83, Pencarian Informasi/ Sumber Dapat dipercaya/ diandalkan (X2) dengan nilai rata-rata

indikator 4,28, Evaluasi Alternatif (X3) dengan nilai rata-ran indikator 4,38, Keputusan membeli (X4) dengan nilai rata-ran indikator 4,57, dan Perilaku sesudah pembelian (X5) dengan nilai rata-ran indikator 4,60.

Dalam hal ini orangtua siswa berpendapat bahwa keputusan dalam memilih sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit sudah sangat baik, seperti menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit dapat membuat orangtua merasa bangga dan tidak merasa kecewa, akan merekomendasikan SDIT Zaid kepada keluarga, saudara maupun tetangga, dan fasilitas (sarana dan prasarana) yang sangat cukup memadai. Selain itu keunggulan SDIT Zaid Bin Tsabit mampu menarik orangtua siswa untuk menyekolahkan anaknya SDIT Zaid Bin Tsabit Kota Bogor dibanding sekolah lain.

4.3. Uji Kelayakan Model

4.3.1. Uji Parsial (Uji T)

Uji T atau uji parsial untuk mengevaluasi pengaruh citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih sekolah. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan pengaruh variabel independen secara simultan, seperti pada tabel berikut:

Tabel 4. 18 Uji Parsial (T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.658	5.737		2.729	.008
	Citra Sekolah	.807	.065	.811	12.330	.000

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan nilai T diketahui Thitung sebesar 12.330 > Ttabel 1,664, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Sekolah (X) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Memilih (Y).

4.3.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan merupakan alat uji statistik secara simultan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Citra Sekolah) terhadap variabel terikat (Keputusan Memilih Sekolah) secara bersama-sama. Adapun hasil uji simultan (F) yang dibantu dengan SPSS 25 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 19 Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4286.614	1	4286.614	152.039	.000 ^b
	Residual	2227.336	79	28.194		
	Total	6513.951	80			

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan tabel 4.19, dapat dilihat bahwa nilai F hitung 152.039 dan nilai signifikansi 0,000 yang nilainya dibawah 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Citra Sekolah (X) berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan Memilih Sekolah. Dengan demikian bahwa H1 (Citra Sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Sekolah) diterima. Artinya, Citra Sekolah berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah.

4.4. Regresi Linier Sederhana

Regresi linear sederhana bertujuan untuk memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (dependen) yang dipengaruhi variabel bebas (independen). Hasil uji regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.658	5.737		2.729	.008
	Citra Sekolah	.807	.065	.811	12.330	.000

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan nilai pada tabel 4.20, dapat dikembangkan sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Jika nilai tabel disubstitusikan, maka di peroleh nilai sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 15,658, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel keputusan orang tua memilih sekolah adalah sebesar 15,658.
2. Koefisien regresi X sebesar 0,807 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai citra sekolah, maka nilai keputusan memilih bertambah sebesar 0,807. koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.
3. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel Coefficient diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Sekolah (X) berpengaruh terhadap Keputusan Memilih (Y).

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui proporsi dan presentase pengaruh antara variabel Citra Sekolah dengan variabel Keputusan Memilih Sekolah maka dapat dilihat pada tabel 4.21.

Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.628	1.27051

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil penghitungan dengan program SPSS 25 diatas, maka dapat diketahui bahwa besarnya koefisien korelasi dari *pearson product moment* adalah 0,795 atau tingkat hubungan kuat (0,60-0,799).

Untuk mengetahui seberapa besar Citra Sekolah dapat mempengaruhi Keputusan Memilih Sekolah, dapat dilihat pada tabel R Square. R Square digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan anasi variabel dependen.

Dari tabel diatas terdapat nilai pada R Square sebesar 0,632. Hal ini berarti citra sekolah terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit dapat menjelaskan variasi keputusan memilih sekolah sebesar 63,0 persen

sedangkan sisanya 37,0 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian kali ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti uraikan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa citra sekolah memiliki peran yang sangat penting dalam keputusan orang tua memilih sekolah, sehingga pihak SDIT Zaid Bin Tsabit harus memberikan pelayanan pada siswa secara maksimal.

4.5. Hubungan Teori Citra dengan Hasil Penelitian

Teori citra adalah teori deskriptif mengenai pengambilan keputusan, berbeda dengan teori klasik, perspektif teori. Pengambil keputusan dipandang sebagai orang yang harus mengambil keputusan tentang tujuan apa yang harus didapat, bagaimana mendapatkannya, dan, setelah mendapatkannya apakah ada perkembangan yang telah dicapai. Teori citra mengasumsikan bahwa pengambil keputusan menggunakan tiga struktur pengetahuan skematis (terencana) yang berbeda untuk mengatur pemikiran mereka tentang keputusan. Pertama yaitu citra nilai, yang didasari prinsip pengambil keputusan. Ini penting untuk kebiasaan seseorang dan perilaku seseorang di organisasi mana berada dan berfungsi sebagai tolak ukur benar atau salahnya keputusan tertentu tentang tujuan atau rencana. Dalam kaitannya dengan penelitian di SDIT Zaid Bin Tsabit yaitu bagaimana sikap atau perilaku seorang guru, keamanan maupun semua masyarakat di sekolah menjaga sikap, apakah benar atau salahnya semua kegiatan di SDIT Zaid Bin Tsabit dipikirkan dengan matang terlebih dahulu agar tidak terdapat kesalahan maupun kekeliruan sehingga citra nilai SDIT Zaid Bin Tsabit semakin membaik di mata calon orang tua siswa.

Kedua yaitu perencanaan citra, citra ini menggambarkan apa yang diharapkan pengambil keputusan atau organisasi akan tercapai atau tidak. Tujuan dapat berupa peristiwa konkret dan spesifik (mendapatkan kontrak) atau abstrak (karier yang sukses). Tujuan akhir dari agenda perencanaan citra ini yaitu untuk menyampaikan gagasan pengambil keputusan tentang masa depan yang ideal, yaitu pada tahap ini orang tua akan memilih SDIT Zaid Bin Tsabit sebagai sekolah untuk anaknya karena citra SDIT Zaid Bin Tsabit yang sudah terbentuk dan cukup baik di mata masyarakat dan orangtua siswa sebelumnya. Selain itu juga berdasarkan manfaat yang didapat seperti ibadah anak semakin rajin, anak mendapatkan ilmu agama

yang kuat, sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit menyediakan tempat belajar yang bersih, aman, dan nyaman, fasilitas belajar mendukung kegiatan belajar siswa. Setelah semua yang dilakukan oleh pihak sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit dengan semakin membaiknya citra nilai apakah akan menarik perhatian orangtua siswa bahwa di SDIT Zaid Bin Tsabit memiliki citra yang baik.

Ketiga yaitu citra strategis, yang konstituennya adalah berbagai rencana yang telah diadopsi untuk mendapatkan tujuan dari perencanaan citra. Setiap rencana adalah urutan abstrak dari kegiatan potensial yang dimulai dengan adopsi tujuan dan diakhiri dengan pencapaian tujuan. Akhir dari ketiga struktur pengambilan keputusan menurut Beach ini yaitu citra strategis, bagaimana keputusan calon orangtua siswa memilih SDIT Zaid Bin Tsabit sebagai sekolah untuk anaknya atau tidak setelah citra nilai dan perencanaan citra dilakukan dan bekerja dengan baik.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, yakni data primer dan sekunder yang diperoleh di lapangan mengenai citra sekolah terhadap keputusan orangtua memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit, dengan demikian peneliti telah memperoleh hasil penelitian dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit mendapatkan nilai rata-ran variabel dengan kategori sangat baik dengan nilai rata-ran variabel 4,59 dari orangtua siswa. Hal tersebut dilihat dari hasil yang telah ditentukan, Terdapat kelima indikator dari variabel citra sekolah yang memiliki nilai sangat baik, diantaranya Kualitas/ mutu (X1) dengan nilai 4,55. Dapat dipercaya/ diandalkan (X2) dengan nilai 4,59. Manfaat (X3) dengan nilai 4,63. Harga (X4) dengan nilai 4,55. dan Citra yang dimiliki (X5) dengan nilai 4,61.
2. Keputusan orangtua terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SDIT Zaid Bin mendapatkan nilai rata-ran variabel sebesar 4,53 dengan kategori sangat baik. Terdapat lima indikator dari variabel keputusan memilih sekolah yang memiliki nilai sangat baik, Pengenalan Masalah (X1) dengan nilai 4,83. Pencarian Informasi/ Sumber Dapat dipercaya/ diandalkan (X2) dengan nilai 4,28. Evaluasi Alternatif (X3) dengan nilai 4,38. Keputusan membeli (X4) dengan nilai 4,57. dan Perilaku sesudah pembelian (X5) dengan nilai 4,60.
3. Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian di lapangan diketahui bahwa citra sekolah memiliki pengaruh yang nyata terhadap keputusan orangtua memilih sekolah terbukti pada hasil T hitung sebesar 12.330, dan hasil F hitung sebesar 152.039 dan nilai pada R Square sebesar 0,632. Hal ini berarti citra sekolah terhadap keputusan orangtua memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit dapat menjelaskan variasi minat memilih sekolah sebesar 63,0 persen sedangkan sisanya 37,0 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian kali ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut merupakan saran dari peneliti kepada SDIT Zaid Bin Tsabit Kota Bogor dan bagi penelitian selanjutnya agar mempertahankan citra sekolah dan keputusan orangtua memilih SDIT Zaid Bin Tsabit yang telah berada pada tingkat sangat baik dan menjadikan yang kurang baik menjadi lebih baik lagi. Saran berikut peneliti sampaikan berdasarkan hasil dari penelitian ini yakni dilihat berdasarkan jawaban responden, orangtua siswa berharap agar program unggulan (tahfidz quran) lebih intens dari sebelumnya, dan diharapkan akan adanya ekstrakurikuler khusus tahfidz, dan berdasarkan variabel citra sekolah yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orangtua memilih sekolah sehingga SDIT Zaid Bin Tsabit perlu meningkatkan beberapa hal terkait dengan citra sekolah:

1. SDIT Zaid Bin Tsabit dapat menjalankan apa yang sudah disampaikan sebelumnya kepada orang tua siswa SDIT Zaid Bin Tsabit demi mempertahankan atau memiliki nilai lebih dari calon orangtua siswa atau orangtua siswa SDIT Zaid Bin Tsabit,
2. Nilai rata-rata terkecil pada penelitian di atas yaitu indikator “Pencarian Informasi/sumber”. SDIT Zaid Bin Tsabit hendaknya melakukan sosialisasi visi misi sekolah kepada orangtua siswa. Misalnya, dengan sering mengadakan pertemuan atau acara yang melibatkan orangtua siswa, lebih aktif lagi mempromosikan sekolah lewat web, media sosial, brosur, atau pamflet dengan desain dan penyampaian yang unik sehingga menarik untuk dibaca. Dengan begitu, orangtua siswa dapat berasumsi positif dan disebarluaskan kepada khalayak, sehingga SDIT Zaid Bin Tsabit mendapatkan citra yang baik bagi calon orangtua siswa di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. (2017). *RELIABILITAS DAN VALIDITAS*. Jakarta. Pustaka Belajar.
- Barnawi, & Arifin, M. (2013). *Branded school : Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu* (R. K. Rasri (ed.)). Jogjakarta Ar- Ruzz Media 2013.
- Beach, L. R. (1993). *Image Theory: Personal and Organizational Decisions*. ALEX PUBLISHING CORPORATION NORWOOD.
- Cutlip, S. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta. Kencana Prenedia Media Group.
- Dewi, K. (2016). Pengaruh komunikasi interpersonal dan pemberian reward terhadap minat belajar melalui motivasi belajar siswa kelas vi dalam pembelajaran bahasa inggris di sd kristen petra 9 surabaya. *Petra Business & Management Review*, 2(1), 15–32.
- Effendy. (2013). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Engkoswara, & Komariah, A. (2011). *Administrasi Pendidikan* (Riduwan (ed.)). Jakarta. Alfabeta, 2011.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (9th ed.). Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-Kanak Islam Terpadu (Tk It) Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1–11.
- Huda, N. I. (2018). PENGARUH PROMOSI DAN BRAND IMAGE JASA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA PESERTA

DIDIK MEMILIH MADRASAH IBTIDAIYAH (MI) MUHAMMADIYAH AL-HAQ PALU. *Jurnal Pendidikan /Ekonomi*.

J. Supranto, N. L. (2013). *Petunjuk Praktis Penelitian Imiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta. Mitra Wacana Media, 2013.

Jefkins, F. (2006). *Public Relations* (5th ed.). Jakarta. Erlangga.

Karyati, K., & Sukirno, S. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 14(1), 243–249. <https://doi.org/10.21831/jpai.v14i1.11367>

Kemendikbud. (n.d.). *UNDANG-UNDANG SISTEM PENDIDIKAN NASIONAL*.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama)*. Jakarta. Andi.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.)). Jakarta. Erlangga.

Kriyantono, R. (2008). *PR Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta. Kencana Prenedia Media Group.

Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (6th ed.). Jakarta. Kencana Prenedia Media Group.

Kurliyatin, A., Bafadal, I., & Zulkarnain, W. (2017). HUBUNGAN CITRA SEKOLAH, PELAYANAN PRIMA, HARAPAN ORANGTUA, DAN RASA BANGGA ORANGTUA DENGAN KEPUTUSAN ORANGTUA MENENTUKAN SEKOLAH UNTUK ANAKNYA. *Ilmu Pendidikan: Jurnal Kajian Teori Dan Praktik Kependidikan, Lievens, K(2)*, 129–138. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jktpk/article/view/2548>

Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Sembilan B). Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Prayitno, S., & Harjanto, R. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. Rajawali Press.

- Purba, M. L. (2019). PENGARUH MINAT TERHADAP KEPUTUSAN ORANGTUA MURID MEMILIH JASA PENDIDIKAN DI SD. HIGH/SCOPE INDONESIA MEDAN. *Jurnal Mutiara Manajemen*.
- Purwanti, P., Adrian, F., & Wibowo Irawan, A. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT SISWA SMK MELANJUTKAN STUDI KE FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PAKUAN (STUDI KASUS PADA SISWA SMK KELAS XII PROGRAM KEAHLIAN BISNIS DAN MANAJEMEN DI KOTA BOGOR). www.areabaca.com,
- Putri, K. P. (2011). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, BIAYA PENDIDIKAN, DAN FASILITAS PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MELANJUTKAN STUDI PADA PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG. *Jurnal Mutiara Manajemen*.
- Riduwan. (2013). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Warisman (ed.)). Jakarta. Alfabeta.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Rusmini, R., Hariyanto, D., & Kurniasari, F. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Jasa Pendidikan Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kubu Raya. *Jurnal Produktivitas*, 5(1), 49–53. <https://doi.org/10.29406/jpr.v5i1.1252>
- Sari, W. M., Totalia, S. A., & Sudarno. (2015). Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada Siswa SMK Kristen 1 Surakarta. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 1(2), 1–20.
- Sodikin, A., Hamdani, I., & Ikhtiono, G. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Terhadap Minat Siswa Bersekolah Di Mts Al Asiyah. *Judika (Jurnal Pendidikan Unsika)*, 2(November), 6–16.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2007). *Dasar-Dasar Publik Relation*. Bandung.

Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Jakarta. Alfabeta.

Tirtarahardja, U. (2005). *Pengantar Pendidikan* (2nd ed.). Jakarta. Rineka Cipta.

Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi Offset , 2011.

Triyanto, T. (2014). *Pengantar Pendidikan*. Jakarta. PT Bumi Aksara.

Wasesa, S. A., & Macnamara, J. (2010). *Strategi Public Relations*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Responden

Di Tempat

Perkenalkan, saya adalah mahasiswa Universitas Pakuan Bogor:

Nama : Muhammad Aulia Mahbub

Jurusan : Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah
Di Sdit Zaid Bin Tsabit

Dalam rangka untuk penelitian Skripsi program sarjana (S-1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Bidang Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor, saya memerlukan informasi untuk mendukung penelitian yang saya lakukan.

Untuk itu saya mohon kesediaan Saudara/i berpartisipasi dalam penelitian ini untuk mengisi kuesioner yang terlampir. Kesediaan Saudara/i mengisi kuesioner ini sangat menentukan keberhasilan yang saya lakukan.

Perlu Saudara/i berpartisipasi dalam penelitian ini, data yang saya peroleh akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian.

Atas kesediaan Saudara/i meluangkan waktu mengisi kuesioner tersebut, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Muhammad Aulia Mahbub

KUESIONER

Citra Sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit di Mata Orangtua Siswa Jawaban diisi pada kolom sebelah kanan pernyataan dengan memberi Petunjuk Pengisian:

1. Jawaban diisi pada kolom sebelahkanan pernyataan dengan memberi tanda (✓) pada jawaban yang anda anggap paling sesuai
2. Apabila ingin mengganti jawaban, coretlah dulu jawaban sebelumnya dengan memberikan dua garis pada tanda (✓), kemudian beri tanda (✓) kembali pada jawaban yang menurut anda benar.
3. Mohon diisi dengan memberikan satu jawaban saja. Saya sangat menghargai apapun jawaban yang anda berikan, karena semua jawaban memiliki nilai tersendiri.

Adapun keterangan alternatif jawaban dan penilaian sebagai berikut:

SS	: Sangat Setuju	(5)
KS	: Kurang Setuju	(4)
S	: Setuju	(3)
TS	: Tidak Setuju	(2)
STS	: Sangat Tidak Setuju	(1)

KARAKTERISTIK ORANGTUA SISWA

Nama :
 Usia : Kurang dari 31 Tahun
 : 31-37 tahun
 : 38-44 tahun

- : 45-50 tahun
- : Diatas 51 tahun
- Jenis Kelamin : a. Perempuan
- : b. Laki -laki
- Pekerjaan :
- Domisili :
- Pendidikan Terakhir : a. SD/SMP
- : b. SMA/SMK
- : c. Diploma (D1/D2/D3)
- : d. Perguruan Tinggi (S1, S2, S3)
- : e. Lainnya, sebutkan...
- Pendapatan : a.<Rp. 1.000.000
- : b. Rp. 1.000.000 – Rp.3.000.000
- : c.Rp. 3.000.001 – Rp. 6.000.000
- : d.Rp. 6.000.001– Rp.9.000.000
- : e.Rp. 9.000.001 – Rp. 12.000.000
- : f. >Rp. 12.000.000

Citra Sekolah:

1. Kualitas/ mutu

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Fasilitas belajar di SDIT Zaid Bin Tsabit mendukung kegiatan belajar siswa					
SDIT Zaid Bin Tsabit menyediakan tempat belajar yang bersih, aman, dan nyaman					
Pendidik di SDIT Zaid Bin Tsabit merupakan guru-guru berkualitas					
Pihak Sekolah selalu berusaha meningkatkan kualitas Pendidikan siswa SDIT Zaid Bin Tsabit					

2. Dapat dipercaya/ diandalkan

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Saya memberikan kepercayaan penuh					

terhadap SDIT Zaid Bin Tsabit					
Petugas keamanan/ satpam selalu bersiaga di depan gerbang SDIT Zaid Bin Tsabit					
SDIT Zaid Bin Tsabit tanggap terhadap keluhan, kesan, dan saran yang disampaikan oleh orangtua siswa					
Saya memberikan kepercayaan penuh kepada Guru SDIT Zaid Bin Tsabit dalam mendidik anak saya					

3. Manfaat

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Lingkungan sekolah membantu membuat pribadi anak menjadi lebih baik dan mandiri					
Menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit membantu membuat bekal					

akan pengetahuan agama lebih baik					
Menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit membuat anak lebih rajin dalam menjalankan ibadah (Sholat & mengaji)					
Menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit membuat saya bangga					

4. Harga/ biaya

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Menurut saya, biaya Pendidikan di SDIT Zaid Bin Tsabit sesuai dengan kualitas Pendidikan yang diberikan kepada siswa					
Menurut saya, biaya Pendidikan di SDIT Zaid Bin Tsabit sesuai dengan fasilitas yang tersedia					
Biaya Pendidikan di SDIT Zaid Bin Tsabit relatif terjangkau					

5. Citra yang dimiliki

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
SDIT Zaid Bin Tsabit tanggap terhadap keluhan, kesan, dan saran yang disampaikan oleh orangtua siswa					
Nama Baik (Citra) SDIT Zaid Bin Tsabit mempengaruhi saya dalam memilih sekolah					
Pihak sekolah berhubungan baik dengan masyarakat/wali murid					
SDIT Zaid Bin Tsabit merupakan sekolah yang berprestasi					

Pertanyaan Keputusan Pembelian:

1. Pengenalan masalah

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

Saya ingin anak saya memiliki akhlak yang baik					
Saya ingin anak saya mempunyai pengetahuan agama yang kuat					
Saya ingin anak saya menunaikan perintah agama					
Saya ingin anak saya bersekolah di sekolah berbasis agama					

2. Pencarian Informasi/ sumber

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Saya mencari beberapa SDIT di Kota Bogor untuk anak saya					
Saya mencari informasi mengenai SDIT Zaid Bin Tsabit di media social					
Saya mendapatkan informasi penerimaan siswa baru yang ada didalam brosur SDIT Zaid Bi Tsabit					

Spanduk penerimaan siswa baru yang dipasang di tepi jalan raya dan memberikan informasi yang menarik mengenai SDIT Zaid Bin Tsabit					
--	--	--	--	--	--

3. Evaluasi alternatif

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Saya mencari beberapa opsi sekolah lain sebelum SDIT Zaid Bin Tsabit					
Saya menemukan beberapa keunggulan SDIT Zaid Bin Tsabit dibanding sekolah lain					
Saya mengumpulkan informasi sebanyak mungkin sebelum memutuskan pilihan pada SDIT Zaid Bin Tsabit					
Akreditasi SDIT Zaid Bin Tsabit mempengaruhi saya dalam memilih sekolah					

4. Keputusan Pembelian

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Program unggulan mempengaruhi saya untuk menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit					
Saya ingin anak saya sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit					
Program pembelajaran yang dilakukan oleh pengajar di SDIT Zaid Bin Tsabit sudah sesuai					
Fasilitas dan (sarana dan prasarana) sekolah SDIT Zaid Bin Tsabit mempengaruhi saya memilih sekolah					

5. Perilaku sudah pembelian

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Saya akan merekomendasikan SDIT					

Zaid Bin Tsabit kepada teman, saudara dan keluarga					
Saya merasa puas menyekolahkan anak saya di SDIT Zaid Bin Tsabit					
Menyekolahkan anak di SDIT Zaid Bin Tsabit tidak membuat saya merasa kecewa					

Pertanyaan
Saran untuk perbaikan SDIT Zaid Bin Tsabit

Lampiran 2 Uji Validitas

LAMPIRAN HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN X

		Correlations			
		X17	X18	X19	Total
X01	Pearson Correlation	.609**	.568**	.555**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.647**	.630**	.633**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.577**	.551**	.691**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.717**	.617**	.631**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.702**	.526**	.469**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.009	.000
	N	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	.843**	.783**	.610**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X07	Pearson Correlation	.659**	.695**	.687**	.819**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X08	Pearson Correlation	.586**	.511**	.523**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.003	.000
	N	30	30	30	30
X09	Pearson Correlation	.679**	.661**	.665**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X10	Pearson Correlation	.731**	.670**	.693**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.679**	.724**	.665**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.577**	.621**	.822**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.829**	.808**	.688**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.595**	.588**	.677**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.712**	.573**	.414*	.783**

	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.023	.000
	N	30	30	30	30
X16	Pearson Correlation	.834**	.742**	.681**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X17	Pearson Correlation	1	.851**	.667**	.857**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X18	Pearson Correlation	.851**	1	.728**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X19	Pearson Correlation	.667**	.728**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.857**	.814**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

LAMPIRAN HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN Y

Correlations

		Y17	Y18	Y19	Total
Y01	Pearson Correlation	.610**	.567**	.630**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y02	Pearson Correlation	.652**	.730**	.664**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y03	Pearson Correlation	.627**	.644**	.580**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30
Y04	Pearson Correlation	.633**	.711**	.711**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y05	Pearson Correlation	.616**	.473**	.532**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.002	.000
	N	30	30	30	30
Y06	Pearson Correlation	.449*	.437*	.601**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.013	.016	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y07	Pearson Correlation	.492**	.428*	.600**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.006	.018	.000	.000
	N	30	30	30	30

Y08	Pearson Correlation	.518**	.558**	.507**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.004	.000
	N	30	30	30	30
Y09	Pearson Correlation	.344	.304	.386*	.626**
	Sig. (2-tailed)	.063	.102	.035	.000
	N	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.556**	.651**	.716**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	.661**	.692**	.761**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.584**	.555**	.686**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.705**	.675**	.792**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	.615**	.718**	.718**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y15	Pearson Correlation	.618**	.525**	.591**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.001	.000
	N	30	30	30	30

Y16	Pearson Correlation	.587**	.562**	.628**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y17	Pearson Correlation	1	.667**	.667**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y18	Pearson Correlation	.667**	1	.852**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
Y19	Pearson Correlation	.667**	.852**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.771**	.776**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

Variabel (X)	Indikator	Item	Nilai r Hitung	Nilai r table	Keterangan
Citra Sekolah	Kualitas/Mutu	1	0,817	0,361	VALID
		2	0,800	0,361	VALID
		3	0,769	0,361	VALID
		4	0,735	0,361	VALID
	Dapat Dipercaya/diandalkan	1	0,808	0,361	VALID
		2	0,862	0,361	VALID
		3	0,819	0,361	VALID
		4	0,764	0,361	VALID
	Manfaat	1	0,858	0,361	VALID
		2	0,921	0,361	VALID
		3	0,821	0,361	VALID
		4	0,829	0,361	VALID
	Harga	1	0,894	0,361	VALID
		2	0,879	0,361	VALID
		3	0,783	0,361	VALID
	Citra yang dimiliki	1	0,845	0,361	VALID
		2	0,857	0,361	VALID
		3	0,814	0,361	VALID
		4	0,793	0,361	VALID
Variabel (Y)	Indikator		Nilai r Hitung	Nilai r table	Keterangan
Keputusan Pembelian	1. Pengenalan masalah	1	0,736	0,361	VALID
		2	0,768	0,361	VALID
		3	0,769	0,361	VALID
		4	0,796	0,361	VALID
	2. Pencarian Informasi	1	0,820	0,361	VALID
		2	0,719	0,361	VALID
		3	0,710	0,361	VALID
		4	0,703	0,361	VALID
	3. Evaluasi Alternatif	1	0,626	0,361	VALID
		2	0,802	0,361	VALID
		3	0,861	0,361	VALID
		4	0,761	0,361	VALID
	4. Keputusan Membeli	1	0,877	0,361	VALID
		2	0,783	0,361	VALID
		3	0,828	0,361	VALID
		4	0,859	0,361	VALID
	5. Perilaku Sesudah Pembelian	1	0,771	0,361	VALID
		2	0,776	0,361	VALID
		3	0,840	0,361	VALID

Lampiran 5 Kegiatan Di SDIT Zaid Bin Tsabit

