



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN ORANGTUA DALAM MEMILIH SEKOLAH DI SDIT KAIFA

Tia Anisa¹, Nuryani Susana²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok
tyaanisa01@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2), dan Harga (X3) terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah di SDIT KAIFA (Y), baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi 448 orang tua siswa dan sampel 100 responden yang dipilih melalui *proportional stratified sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner Skala Likert dan dianalisis melalui uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orangtua, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas Pelayanan menjadi variabel paling dominan dengan nilai t hitung 9,807 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan dengan F hitung 132,950 dan signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,800 menunjukkan bahwa 80% variasi keputusan orangtua dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 20% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Keputusan Orangtua, SDIT KAIFA

Abstract

*This study aims to analyze the influence of Service Quality (X1), Promotion (X2), and Price (X3) on Parents' Decisions to Choose a School at SDIT KAIFA (Y), both partially and simultaneously. The study uses a quantitative approach with a population of 448 parents and a sample of 100 respondents selected through *proportional stratified sampling*. Data were collected using a Likert Scale questionnaire and analyzed using instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, and F-tests. The results show that Service Quality, Promotion, and Price have a positive and significant effect on parents' decisions, both partially and simultaneously. Service Quality is the most dominant variable with a t-count of 9.807 and a significance of 0.000. Simultaneously, the three variables have a significant effect with an F value of 132.950 and a significance of 0.000. An Adjusted R Square of 0.800 indicates that 80% of parental decision variations can be explained by these three variables, while the remaining 20% is influenced by factors outside the study.*

Keywords: Service Quality, Promotion, Price, Parental Decisions, SDIT KAIFA

() Corresponding Author : Tia Anisa, tyaanisa01@gmail.com, 088808382828*

INTRODUCTION

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang berkembang pesat saat ini, sektor pendidikan menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat dan kompetitif. Lembaga pendidikan tidak lagi hanya dituntut untuk menghasilkan prestasi akademik yang unggul, tetapi juga diharapkan mampu menghadirkan inovasi, kreativitas, serta nilai tambah yang relevan guna memenuhi ekspektasi orang tua siswa. Hal ini menjadi semakin krusial mengingat pendidikan memiliki peranan yang sangat vital dalam mencetak sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, berkarakter, dan berdaya saing tinggi di masa depan.

Seiring dengan meningkatnya jumlah lembaga pendidikan, baik sekolah negeri maupun swasta, setiap sekolah dituntut untuk memberikan kualitas pendidikan menyeluruh yang terbaik. Dalam kondisi persaingan yang terbuka ini, keputusan orang tua dalam memilih sekolah menjadi kunci utama keberlangsungan dan keberhasilan suatu lembaga pendidikan. Keputusan tersebut tidak diambil secara mendadak, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor fundamental. Di antara faktor-faktor mendasar tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah, keaktifan dan efektivitas kegiatan promosi yang dijalankan, serta penetapan harga atau biaya pendidikan yang sepadan dengan fasilitas dan mutu yang ditawarkan.

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) KAIFA merupakan salah satu lembaga pendidikan berbasis Islam di Bogor yang memiliki komitmen tinggi dalam menyelenggarakan pendidikan berkarakter. SDIT KAIFA bertujuan membentuk generasi muda yang berakhlakul karimah, berwawasan luas, serta berlandaskan pada nilai-nilai luhur Al-Qur'an. Melalui penerapan kurikulum pendidikan terpadu yang didukung oleh berbagai program unggulan, SDIT KAIFA berhasil mengukir berbagai pencapaian prestasi yang membanggakan, baik di tingkat regional, nasional, maupun internasional. Meski memiliki rekam jejak prestasi yang baik, SDIT KAIFA tidak terlepas dari tantangan persaingan yang sangat ketat dengan banyaknya Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) lainnya di wilayah Bogor. Berdasarkan data internal peserta didik selama tiga tahun terakhir, pertumbuhan jumlah siswa di SDIT KAIFA menunjukkan tren yang cenderung stagnan dan fluktuatif, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Peserta Didik
Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) KAIFA

No.	Tahun Ajaran Siswa	Jumlah Peserta Didik	Presentase
1	2023-2024	458 Siswa	85%
2	2024-2025	466 Siswa	86%
3	2025-2026	448 Siswa	83%

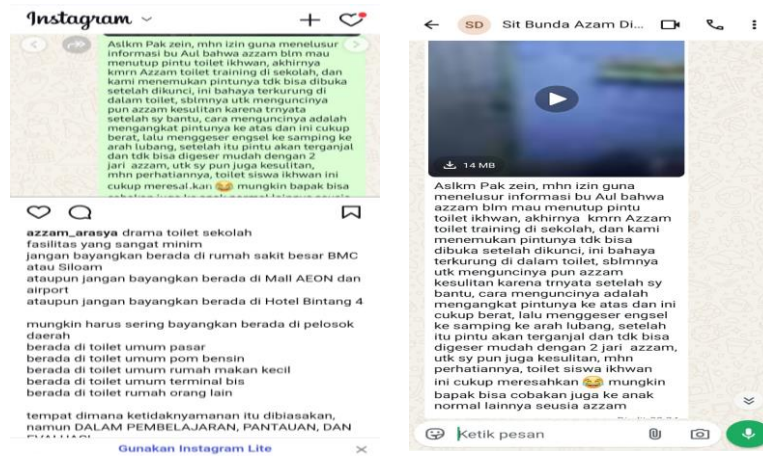
Sumber : SDIT Kaifa 2026

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 di atas, terlihat bahwa meskipun sempat terjadi kenaikan tipis pada tahun ajaran 2024–2025, pertumbuhan tersebut masih tergolong rendah dan belum menunjukkan perkembangan yang signifikan. Lebih jauh lagi, pada tahun ajaran 2025–2026 terjadi penurunan jumlah peserta didik yang cukup nyata menjadi 448 siswa (83%). Kondisi ini menjadi tantangan serius bagi pihak manajemen SDIT KAIFA dalam upaya menarik dan meningkatkan jumlah pendaftaran peserta didik baru pada tahun-tahun ajaran mendatang.

Agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan, SDIT KAIFA harus memberikan perhatian ekstra pada faktor kualitas pelayanan. Sekolah sebagai penyedia jasa pendidikan tidak boleh hanya berfokus pada proses pembelajaran di dalam kelas, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan operasional yang sesuai dengan harapan orang tua dan siswa. Kualitas pelayanan di lingkungan sekolah diukur tidak hanya dari interaksi pengajaran, melainkan juga dari kelengkapan, kebersihan, dan kenyamanan fasilitas fisik yang disediakan untuk menunjang aktivitas harian siswa.

Salah satu indikator masalah yang muncul terkait kualitas pelayanan adalah adanya keluhan dari orang tua murid mengenai kondisi fasilitas sekolah, khususnya fasilitas toilet. Kondisi pintu toilet yang tidak berfungsi dengan optimal menunjukkan bahwa pelayanan sekolah dalam menjamin kenyamanan, kebersihan, serta keamanan siswa masih memerlukan perbaikan mendasar. Keluhan ini mencerminkan

adanya kesenjangan (gap) antara harapan orang tua terhadap standar pelayanan sekolah dengan kenyataan yang dirasakan oleh siswa. Apabila keluhan terkait fasilitas dasar ini tidak segera ditangani, persepsi orang tua terhadap mutu sekolah dapat menurun, yang pada akhirnya berpotensi merusak tingkat kepercayaan masyarakat serta memengaruhi keputusan pendaftaran calon siswa baru.



Gambar 1.1 Keluhan Orang Tua Siswa Pada Sekolah di SDIT KAIFA
(Sumber: SDIT KAIFA, 2026)

Selain fasilitas fisik, aspek keandalan (reliability) dan daya tanggap (responsiveness) manajemen juga menjadi sorotan. Dalam sektor jasa pendidikan, kepercayaan orang tua sangat bergantung pada kemampuan sekolah dalam memenuhi janji-janji pendidikannya secara konsisten, akurat, dan transparan. Penurunan jumlah siswa pada periode 2025–2026 mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan orang tua terhadap kestabilan mutu layanan SDIT KAIFA sedang menghadapi ujian. Hal ini diperkuat oleh adanya keluhan wali murid mengenai manajemen sekolah yang dinilai kurang terbuka. Orang tua merasa masukan serta saran mereka, terutama mengenai evaluasi kegiatan sekolah, kurang direspon dengan baik. Pola komunikasi yang cenderung searah ini menimbulkan persepsi bahwa pihak sekolah kurang responsif terhadap kritik, yang berisiko merenggangkan hubungan baik antara sekolah dan wali murid.

Di samping kualitas pelayanan, faktor promosi memegang peranan strategis dalam memengaruhi keputusan orang tua. Promosi merupakan sarana komunikasi untuk menyampaikan keunggulan, program keagamaan, serta nilai-nilai positif yang dimiliki sekolah kepada publik. Saat ini, SDIT KAIFA telah memanfaatkan media digital seperti platform Instagram dan status WhatsApp untuk menyebarkan informasi kegiatan pembelajaran dan program unggulan. Namun demikian, pelaksanaan kegiatan promosi tersebut dirasakan belum optimal. Informasi yang disampaikan belum memiliki daya jangkauan yang luas dan belum mampu menonjolkan keunggulan bersaing (competitive advantage) secara maksimal. Akibatnya, sebagian besar calon orang tua murid masih lebih mengandalkan rekomendasi langsung (word-of-mouth) dari kerabat atau lingkungan sekitar dibandingkan informasi dari media sosial resmi sekolah.

Faktor ketiga yang tidak kalah penting dalam memengaruhi keputusan memilih sekolah adalah penetapan harga atau biaya pendidikan. Orang tua cenderung membandingkan biaya yang dikeluarkan dengan nilai manfaat (value for money) serta mutu pendidikan yang diterima oleh anak mereka. Dalam praktiknya, orang tua calon peserta didik selalu melakukan perbandingan biaya antara SDIT KAIFA dengan sekolah-sekolah sejenis di kawasan Bogor, seperti terlihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Rincian Biaya Sekolah Sekitar SDIT KAIFA

No.	Nama Sekolah	Biaya Uang Pangkal dan Kegiatan	SPP	Total Biaya
1.	SDIT KAIFA	RP. 19.450.000	RP. 1.000.000	Rp. 20.450.000
2.	SDIT Al Bunayya	Rp. 15. 650.000	Rp. 550.000	Rp. 16.200.000
3.	SDIT Bina Cendekia Mandiri	Rp. 6.000.000	Rp. 500.000	Rp. 6.500.000
4.	SDIT Sholahuddin	Rp. 18. 500.000	Rp. 1.000.000	Rp. 19.500.000
5.	SDIT Al Yasmin	Rp. 9.750.000	Rp. 750.000	Rp. 10.500.000
6.	SDIT Fitrah Insani	Rp. 8.000.000	Rp. 600.000	Rp. 8.600.000

Sumber: Data Lapangan/SDIT KAIFA, 2026

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 di atas, total biaya pendidikan di SDIT KAIFA berada pada posisi tertinggi dibandingkan dengan pesaing di wilayah sekitarnya seperti SDIT Al Bunayya, SDIT Bina Cendekia Mandiri, SDIT Sholahuddin, SDIT Al Yasmin, dan SDIT Fitrah Insani. Hal ini sejalan dengan data tren internal SDIT KAIFA yang menunjukkan kenaikan biaya secara berkelanjutan selama tiga tahun terakhir:

1. Tahun Ajaran 2023/2024: Total biaya sebesar Rp 17.550.000
2. Tahun Ajaran 2024/2025: Total biaya sebesar Rp 20.000.000
3. Tahun Ajaran 2025/2026: Total biaya sebesar Rp 20.450.000

Kenaikan biaya pendidikan yang rutin terjadi setiap tahun ajaran ini diduga menjadi salah satu pertimbangan utama yang menahan minat calon orang tua murid untuk mendaftar, terutama bagi kelompok masyarakat yang sensitif terhadap pergeseran harga. Banyaknya sekolah pesaing yang menawarkan program keunggulan serupa dengan biaya yang lebih terjangkau memberikan alternatif pilihan yang lebih beragam bagi masyarakat.

Memperhatikan dinamika permasalahan di atas, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan orang tua menjadi sangat krusial untuk dilakukan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah di SDIT KAIFA." Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan saran perbaikan bagi manajemen SDIT KAIFA dalam merumuskan strategi pelayanan, promosi, dan penetapan biaya yang lebih efektif serta tepat sasaran guna meningkatkan daya saing sekolah di masa depan.

METHODS

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. kuantitatif. Penelitian yang digunakan bersumber pada metode kuantitatif yang bersifat deskriptif dan asosiatif. Sebagaimana yang diterapkan dalam penelitian Budiman et al., (2023) dengan judul penelitian Word Of Mouth Dan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab Car Di Garut. Pendekatan deskriptif difokuskan untuk memetakan kondisi fenomena yang sedang terjadi saat ini. Di sisi lain, pendekatan asosiatif digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh dan hubungan yang terbentuk di antara variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif jenis penelitian deskriptif dan asosiatif.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Uji Kualitas Data

Setelah mengumpulkan tanggapan responden, penulis melanjutkan dengan melakukan pengujian kualitas data. Tujuan pengujian ini adalah untuk menilai kesesuaian pernyataan dalam instrumen kuesioner yang digunakan sehingga dapat dipastikan apakah data yang diperoleh valid dan reliabel. Proses ini sangat krusial, mengingat salah satu syarat agar data dapat digunakan dalam pengujian hipotesis adalah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN (X1)	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR (N=F(X)/n)
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Gedung sekolah SDIT Kaifa terlihat bersih dan terawat.	0	0%	0	0%	6	6%	59	59%	35	35%	429	4,29
2	Area pendukung (seperti lapangan, toilet, dan parkir) di SDIT Kaifa tertata dengan rapih, bersih dan layak digunakan.	0	0%	0	0%	9	9%	55	55%	36	36%	427	4,27
3	Pihak administrasi SDIT Kaifa memproses pendaftaran dan dokumen anak saya dengan cepat tanpa kesalahan.	0	0%	1	1%	18	18%	56	56%	25	25%	405	4,05
4	Jadwal kegiatan belajar mengajar di SDIT Kaifa berjalan dengan tepat waktu dan sangat konsisten.	0	0%	5	5%	21	21%	54	54%	20	20%	389	3,89
5	Pihak sekolah selalu merespons dengan sigap setiap pertanyaan atau keluhan dari saya sebagai orang tua.	0	0%	0	0%	11	11%	56	56%	33	33%	422	4,22
6	Staf dan guru SDIT Kaifa selalu mengutamakan kesopansantunan saat berinteraksi dengan orang tua.	0	0%	1	1%	13	13%	52	52%	34	34%	419	4,19
7	Saya merasa aman dan bebas dari rasa khawatir saat menitipkan anak saya di lingkungan SDIT Kaifa.	0	0%	0	0%	6	6%	69	69%	25	25%	419	4,19
8	Wali kelas dan pihak sekolah sangat mudah dihubungi untuk berdiskusi mengenai perkembangan anak.	0	0%	0	0%	11	11%	60	60%	29	29%	418	4,18
9	Komunikasi antara pihak sekolah dan saya terjalin dengan sangat baik dan penuh kekeluargaan.	0	0%	0	0%	15	15%	62	62%	23	23%	408	4,08
10	Staf sekolah selalu bersedia mendengarkan masukan dari saya dengan penuh simpati dan perhatian.	0	0%	0	0%	11	11%	59	59%	30	30%	419	4,19
RATA - RATA		0	0%	0,7	0,7%	12,1	12,1%	58,2	58,2%	29	29%	415,5	4,155

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel Kualitas Pelayanan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

NO	PERNYATAAN (X2)	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR (N=F(X)/n)
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Informasi program sekolah yang ditampilkan melalui media sosial sangat jelas.	2	2%	2	2%	17	17%	48	48%	31	31%	404	4,04
2	Konten promosi sekolah memuat informasi keunggulan SDIT Kaifa dengan sangat informatif.	0	0%	2	2%	19	19%	57	57%	22	22%	399	3,99
3	Interaksi tatap muka langsung dengan pihak sekolah meyakinkan saya untuk menyekolahkan anak di sini.	0	0%	2	2%	14	14%	56	56%	28	28%	410	4,1
4	Guru dan staf SDIT Kaifa memberikan informasi sekolah dengan sangat ramah kepada orangtua yang sedang kunjungan.	0	0%	0	0%	12	12%	68	68%	20	20%	408	4,08
5	Adanya penawaran potongan harga/diskon pendaftaran gelombang awal sangat menarik minat saya.	0	0%	0	0%	14	14%	52	52%	34	34%	420	4,2
6	Penawaran insentif/promo selama masa PPDB SDIT Kaifa sangat menguntungkan bagi orang tua.	0	0%	0	0%	12	12%	53	53%	35	35%	423	4,23
RATA-RATA		0,33	0,33%	1	1%	14,7	14,7%	55,67	55,67	28,3	28,3%	410,67	4,107

Data diatas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung kesembilan pernyataan yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan SPSS (terlampir) lebih besar dari 0,3 sehingga dikatakan semua pernyataan variabel promosi valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga

NO	PERNYATAAN (X3)	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR (N=F(X)/n)
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Secara keseluruhan, biaya pendidikan di SDIT Kaifa mudah dijangkau oleh orangtua.	0	0%	0	0%	16	16%	53	53%	31	31%	415	4,15
2	Biaya SPP bulanan di SDIT Kaifa sangat sesuai dengan kemampuan pembayaran saya.	0	0%	0	0%	15	15%	48	48%	37	37%	422	4,22
3	Biaya pendidikan yang saya bayarkan sangat sepadan dengan kualitas fasilitas di SDIT Kaifa.	0	0%	0	0%	9	9%	46	46%	45	45%	436	4,36
4	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan hasil kualitas pendidikan yang saya inginkan untuk anak.	0	0%	0	0%	14	14%	56	56%	30	30%	416	4,16
5	Daya saing harga menjadi salah satu pertimbangan utama saya tidak memilih sekolah Islam terpadu lain.	0	0%	0	0%	8	8%	64	64%	28	28%	420	4,2
6	Biaya masuk SDIT Kaifa bersaing dengan Sekolah Islam Terpadu lain di sekitar wilayah in	0	0%	0	0%	12	12%	50	50%	38	38%	426	4,26
7	Keuntungan ilmu agama dan ilmu umum dari sekolah ini sangat sesuai dengan harga yang diberikan.	0	0%	1	1%	27	27%	42	42%	30	30%	401	4,01
8	Manfaat pendidikan karakter yang didapat anak saya jauh lebih besar dari biaya yang saya keluarkan.	0	0%	1	1%	11	11%	55	55%	33	33%	420	4,2
RATA-RATA		0	0	25%	0	14	14%	51,75	51,75%	34	34%	419,5	4,195

Sumber: Hasil penelitian 2026 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung kelima pernyataan yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan SPSS (terlampir) lebih besar dari 0,3 sehingga dikatakan semua pernyataan variabel harga valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Orang Tua

NO	PERNYATAAN (Y)	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR (N=F(X)/n)
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Program pendidikan di SDIT Kaifa sangat relevan dan mampu menjawab kebutuhan dasar anak saya.	0	0%	0	0%	6	6%	69	69%	25	25%	419	4,19
2	Memilih SDIT Kaifa adalah solusi yang tepat untuk memenuhi standar pendidikan yang saya inginkan.	0	0%	0	0%	11	11%	60	60%	29	29%	418	4,18
3	Saya bertanya secara mendalam kepada kerabat atau tetangga mengenai reputasi SDIT Kaifa.	0	0%	0	0%	15	15%	62	62%	23	23%	408	4,08
4	Informasi yang lengkap dan transparan dari sekolah sangat membantu saya memantapkan pilihan.	0	0%	0	0%	11	11%	59	59%	30	30%	419	4,19
5	Saya membandingkan SDIT Kaifa secara detail dengan beberapa pilihan sekolah dasar swasta lainnya	0	0%	0	0%	12	12%	49	49%	39	39%	427	4,27
6	Setelah mengevaluasi alternatif sekolah lain, saya menilai SDIT Kaifa memiliki keunggulan paling	0	0%	0	0%	11	11%	59	59%	39	39%	464	4,64
7	Saya mengambil keputusan untuk mendaftarkan anak saya ke SDIT Kaifa tanpa ada rasa ragu sedikit pun.	0	0%	0	0%	18	18%	61	61%	21	21%	403	4,03
8	Saya merasa sangat puas atas keputusan menyekolahkan anak saya di SDIT Kaifa.	0	0%	0	0%	11	11%	53	53%	36	36%	425	4,25
9	Jika memungkinkan di masa depan, saya akan mendaftarkan anak saya yang lain ke SDIT Kaifa.	0	0%	0	0%	10	10%	59	59%	31	31%	421	4,21
10	Saya berniat merekomendasikan SDIT Kaifa kepada keluarga atau kerabat yang mencari sekolah untuk anaknya.	0	0%	2	2%	26	26%	49	49%	23	23%	393	3,93
RATA-RATA		0	0%	0,2	0,2%	13,1	13,1%	58	58%	29,6	29,6%	419,7	4,197

Sumber: Hasil penelitian 2026 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung kelima pernyataan yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan SPSS (terlampir) lebih besar dari 0,3 sehingga dikatakan semua pernyataan variabel Keputusan Orang Tua valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

NO	VARIABEL	Cronbach α	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kualitas pelayanan	0,883	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
2	Promosi	0,811	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
3	Harga	0,772	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
4	Keputusan Orangtua	0,855	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$

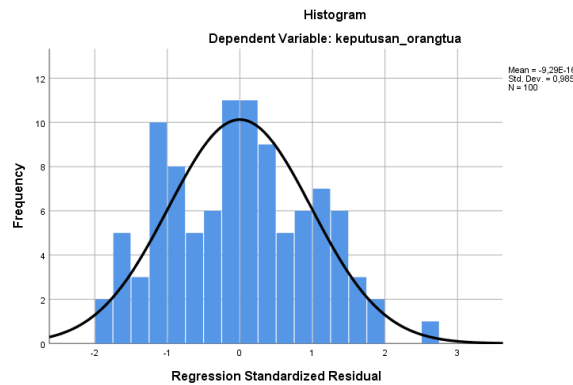
Sumber: hasil olah data 2026 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam Tabel *Reability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen penelitian ini handal (*reliable*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.

1. Hasil Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Pada output SPSS, lihat diagram *Histogram*: jika membentuk lengkung kurve normal maka residual dinyatakan normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

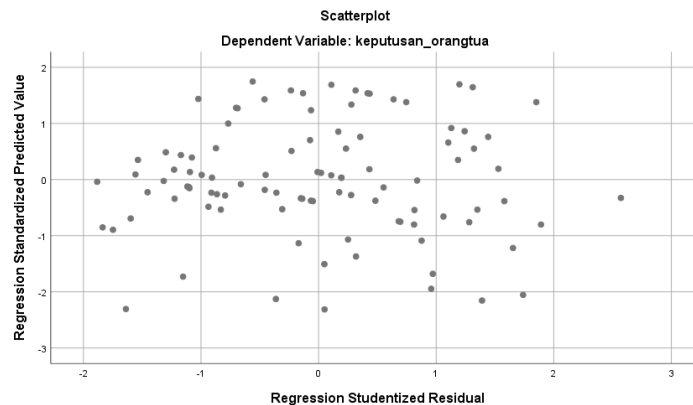
2. Uji Multikolinieritas

NO	PERNYATAAN	COLLINEARITY STATISTICS			
		TOLERANCE		VIF	
		HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
1	X1	0,486	>0,1	2,059	<5
2	X2	0,589	>0,1	1,697	<5
3	X3	0,548	>0,1	1,826	<5

Sumber: hasil olah data 2026 (Data diolah)

Data yang disajikan di atas menunjukkan bahwa semua nilai Tolerance untuk variabel independen berada di atas 0,1, sementara nilai VIF untuk semua variabel independen berada di bawah 5. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas di antara variabel-variabel tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini antara lain persamaan regresi, koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,022	2,047		1,476	0,143		
	Kualitas_pelayanan	0,590	0,060	0,633	9,807	0,000	0,486	2,059
	Promosi	0,375	0,098	0,225	3,838	0,000	0,589	1,697
	Harga	0,187	0,076	0,150	2,467	0,015	0,548	1,826

Sumber: hasil olah data 2026 (Data diolah)

Melihat nilai Unstandardized Coefficients Beta di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 3,022 + 0,590X_1 + 0,375X_2 + 0,187X_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Kualitas Pelayanan

X₃ = Harga

e = Error / Faktor Pengganggu

Yang berarti bahwa:

- Konstanta sebesar 3,022 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga dianggap nol, maka variabel Keputusan Orangtua sebesar 3,022.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan perolehan nilai sebesar 0,590 Ini berarti jika variabel Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, sementara variabel Promosi dan Harga dianggap tetap, maka Keputusan Orangtua akan mengalami peningkatan sebesar 0,590 satuan, dan sebaliknya.
- Koefisien regresi variabel Promosi diperoleh nilai sebesar 0,375 ini berarti jika variabel Promosi mengalami kenaikan 1 satuan, sementara variabel Kualitas Pelayanan dan Harga dianggap tetap, maka Keputusan Orangtua akan mengalami peningkatan sebesar 0,375 satuan, dan sebaliknya.
- Koefisien regresi variabel Harga diperoleh nilai sebesar 0,187 Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel Harga mengalami kenaikan 1 satuan, sementara variabel lain Kualitas Pelayanan dan Promosi dianggap tetap, maka Keputusan Orangtua akan mengalami peningkatan sebesar 0,187 satuan, dan sebaliknya.

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1370,977	3	456,992	132,950	,000 ^b
	Residual	329,983	96	3,437		
	Total	1700,960	99			

Sumber: hasil olah data 2026 (Data diolah)

diperoleh nilai Fhitung hasil pengolahan data menggunakan SPSS sebesar 132,950 dengan nilai signifikansi (Sig.) < 0,000, sedangkan nilai Ftabel sebesar 2,34 berdasarkan Tabel Distribusi F. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai Fhitung = 132,950 lebih besar dibandingkan Ftabel = 2,34 serta nilai Sig. < 0,05 atau 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, promosi, dan harga secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan orangtua memilih sekolah di SDIT Kaifa.

3. Koefisien Determinasi

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,898 ^a	0,806	0,800	1,85400

Sumber: hasil olah data 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa variabel independen kualitas pelayanan, promosi, dan harga memberikan pengaruh terhadap variabel dependen keputusan orang tua memilih sekolah sebesar 80%, yang ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 80,0. Sementara itu, sisanya sebesar 20% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti citra sekolah, lokasi sekolah, lingkungan belajar, rekomendasi dari masyarakat, serta faktor kepercayaan orang tua terhadap sekolah

4. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji Parsial. Jika Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama, maka Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri.

Tabel 10. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,022	2,047		1,476	0,143		
	Kualitas_pelayanan	0,590	0,060	0,633	9,807	0,000	0,486	2,059
	Promosi	0,375	0,098	0,225	3,838	0,000	0,589	1,697
	Harga	0,187	0,076	0,150	2,467	0,015	0,548	1,826

Sumber: hasil olah data 2026 (Data diolah)

Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua, karena nilai Thitung sebesar $9,807 > t\text{-tabel } 1,985$, dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Promosi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua, dengan nilai T hitung sebesar $3,838 > 1,985$, serta nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ begitu pula harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan orangtua memilih sekolah di SDIT Kaifa, terbukti dari nilai Thitung sebesar $2,567 > t\text{-tabel } 1,985$, dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$.

5. Pengaruh Dominan

Tabel 11. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficientsa		
Model		Standardized Coefficients
		Beta
1	(Constant)	3,0222
	KUALITAS_PELAYANAN	0,590
	PROMOSI	0,375
	HARGA	0,187

Sumber: hasil olah data 2025 (Data diolah)

Berdasarkan nilai Standardized Coefficient Beta, dapat diketahui variabel independen yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Standardized Coefficient Beta tertinggi, yaitu sebesar 0,590. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan orang tua

DISCUSSION

Penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Orangtua Dalam Memilih Sekolah di SDIT Kaifa" mengkaji sejauh mana kontribusi variabel Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2), dan Harga (X3) terhadap Keputusan Orangtua (Y). Pembahasan dan interpretasi hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai temuan empiris, menjawab hipotesis, serta menguraikan makna dari analisis statistik yang diperoleh, baik secara parsial maupun simultan.

Dari ketiga variabel independen yang diuji secara parsial melalui Uji t, seluruhnya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orangtua. Kualitas Pelayanan bertindak sebagai faktor yang paling dominan dengan nilai thitung tertinggi ($t_{hitung}=9,807 > t_{tabel}=1,985$, Sig. = 0,000), disusul oleh Promosi ($t_{hitung}=3,838$, Sig. = 0,000) dan Harga ($t_{hitung}=2,467$, Sig. = 0,015). Temuan ini memberikan gambaran bahwa dalam konteks pemulihan lembaga pendidikan Islam, orang tua menekankan pentingnya aspek keberadaan fasilitas fisik yang bersih (skor 4,29) dan empati staf sekolah (skor 4,22). Keberhasilan promosi turut didorong oleh skema insentif PPDB (skor 4,23) serta pendekatan personal guru (skor 4,08). Sementara itu, variabel harga dipersepsikan bukan sekadar nilai nominal, melainkan bentuk kesepadanan nilai (value for money) antara biaya pendidikan dengan fasilitas dan pendidikan karakter yang diperoleh anak (skor 4,36).

Secara bersama-sama (simultan), pengujian statistik melalui Uji F membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga berpengaruh sangat signifikan terhadap Keputusan Orangtua ($F_{hitung}=132,950 > F_{tabel}=2,34$, Sig. = 0,000). Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) yang mencapai 0,800 mengindikasikan bahwa sebesar 80,0% variasi keputusan memilih sekolah ditentukan secara kolektif oleh kombinasi ketiga variabel tersebut, sementara sisanya sebesar 20,0% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian seperti citra sekolah, lokasi, maupun rekomendasi lingkungan sekitar.

Hasil analisis deskriptif sejalan dengan temuan inferensial tersebut, di mana integrasi ketiga bauran pemasaran jasa ini—kualitas pelayanan yang memuaskan, insentif promosi PPDB, serta biaya pendidikan yang rasional—secara nyata berhasil menghilangkan keraguan para wali murid (skor kemantapan memilih tanpa ragu mencapai 4,36). Secara komprehensif, temuan ini menunjukkan bahwa masyarakat memandang ketiga elemen tersebut sebagai satu kesatuan pengalaman yang utuh dalam memicu tindakan nyata orang tua untuk mendaftarkan anak mereka di SDIT Kaifa.

CONCLUSION

Merujuk pada hasil analisis data, uji hipotesis, dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, berikut adalah kesimpulan utama dari penelitian ini:

1. Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2), dan Harga (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Orangtua memilih sekolah di SDIT Kaifa.
2. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan secara parsial dalam menentukan Keputusan Orangtua untuk menyekolahkan anak mereka di SDIT Kaifa.
3. Promosi (X2) juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Orangtua dalam memilih sekolah SDIT Kaifa.
4. Harga (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Orangtua dalam memilih sekolah SDIT Kaifa.

REFERENCES

- Alamsyah, A., Bukhori, M., & Agustina, T. (2023). Pengaruh Brand Image, Digital Marketing dan Reference Group terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di Madrasah Aliyah Muhammadiyah 1 Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2).
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal pilar*, 14(1), 15-31.
- Aulina, N. U., & Sari, R. P. (2021). Peran promosi dalam meningkatkan wisata di pendestrian Kota Palembang. *Jurnal Pariwisata Darussalam*, 1(1), 29-35.
- Fikri, M., & Cupiadi, H. (2023). Word Of Mouth Dan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab Car Di Garut. *Jurnal Dialektika: Jurnal Ilmu Sosial*, 21(2), 81-87.
- Fitriana, F., & Yosepha, S. Y. (2023). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Handphone Oppo Di Shopee Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3(3), 224-236.
- Khairunnisa, T., & Atmaja, E. J. J. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Tahu (Studi Kasus: UMKM Rumah Tah Kabupaten Bangka Barat). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agri-bisnis*, 7(2), 820-832.
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32-42.
- Listiana, H., & Anam, K. (2025). Strategi penyusunan kerangka berpikir: Meningkatkan kualitas penelitian. *JURNAL LENTERA: Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi*, 24(1), 146-157.
- Minda, O. N., Junianto, P., & Atmojo, A. S. S. (2025). Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Orang Tua Untuk Menyekolahkan Anak Di SD Yos Sudarso III Batu Aji. *Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 8(2), 135-148.
- Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami populasi dan sampel: Pilar utama dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937-5948.
- Nurohman, D. A., Kasyadi, S., & Sari, I. P. (2025). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Persepsi atas Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Sekolah Menengah Kejuruan. *Herodotus: Jurnal Pendidikan IPS*, 8(1), 150-160.
- Pratiwi, Y., Hakim, L., & Aman, D. (2025). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE, FASILITAS, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH SMP PLUS AL KAFFAH BATAM.
- Putra, A. M., & Kencana, P. N. (2024). Pengaruh promosi dan biaya pendidikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah penerbangan DIFASC Jakarta di Serpong Tangerang. *Journal of Research and Publication Innovation*, 2(4), 2970-2981.
- Putri, H. J., Mardiana, R., & Juhari, A. (2024). Pengaruh citra sekolah dan harga terhadap keputusan orang tua siswa dalam memilih sekolah lanjutan di SMPIT Luqman Al Hakim. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 1-12.
- Putri, S. S., Karnawati, T. A., & Handarini, D. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SD Kids Republic Di Jakarta Timur. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 5(8), 589-600.

R&D. Bandung:ALFABETA. Halaman. 39, 98, 128, 145-147, 193, 198, 206.

Silalahi, N., Karnawati, T. A., & Widodo, T. (2026). PERAN CITRA SEKOLAH DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM PEMILIHAN SDK HARAPAN BANGSA BALIKPAPAN. JURNAL LENTERA BISNIS, 15(1), 1071-1084.

Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada grabfood (studi wilayah Kecamatan Se-tiabudi). Jurnal Ilmiah M-Progress, 12(1).