



LAPORAN PENELITIAN

**PENGARUH KUALITAS PENDIDIKAN, CITRA, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN ORANG
TUA MURID SDIT (SEKOLAH DASAR ISLAM
TERPADU) MIFTAHUL ULUM CINERE**

Oleh:

Ketua : Mega Indah Edityawati, SE, MM
Anggota : Subhan

**PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA ANGGARAN
PENDAPATAN DAN BELANJA STIE GICI TAHUN AKADEMIK
2024/2025. NOMOR KONTRAK: 318/LPPM-GBS/I/2025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI "GICI"
2025**

SURAT PERJANJIAN KONTRAK PENELITIAN Nomor : 318/LPPM-GBS/I/2025

Pada hari ini, Senin, tanggal Enam bulan Januari tahun Dua Ribu Dua Puluh Lima (06-01-2025), kami yang bertanda tangan di bawah ini:

- 1) Herman Susilo, SE, MM.
Selaku Ketua LPPM STIE “GICI” untuk Program Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “GICI”, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
- 2) Mega Indah Edityawati, SE, MM
Selaku Peneliti, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**; menyatakan bersepakat untuk membuat perjanjian kontrak penelitian sebagai berikut.

Pasal 1 JUDUL PENELITIAN

PIHAK PERTAMA dalam jabatannya tersebut di atas, memberikan tugas kepada **PIHAK KEDUA** untuk melaksanakan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pendidikan, Citra, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Sdit (Sekolah Dasar Islam Terpadu) Miftahul Ulum Cinere”**

Pasal 2 WAKTU DAN BIAYA PENELITIAN

- 1) Waktu penelitian adalah 6 bulan, dari 6 Januari 2025 sampai dengan 23 Juni 2025.
- 2) Biaya pelaksanaan penelitian ini dibebankan pada pos Anggaran Pendapatan dan Belanja (APB) Jurusan Peneliti bersangkutan tahun 2024/2025 dengan nilai kontrak sebesar **Rp.1.900.000 (Satu Juta Sembilan Ratus Ribu Rupiah)**.

Pasal 3 PERSONALIA PENELITIAN

Susunan personalia penelitian ini sebagai berikut :

Ketua : Mega Indah Edityawati, SE, MM
Anggota : Subhan

Pasal 4 CARA PEMBAYARAN

Pembayaran biaya penelitian diberikan sesuai dengan aturan dan tata cara yang telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian STIE “GICI”, yaitu:

- 1) Tahap I sebesar 70% dari nilai kontrak yang diterimakan paling cepat dua minggu setelah surat perjanjian kontrak penelitian ini ditandatangani oleh kedua belah pihak melalui Bendahara STIE “GICI”.
- 2) Tahap II sebesar 30% dari nilai kontrak yang diterimakan setelah **PIHAK KEDUA** menyelesaikan seluruh kewajiban pekerjaan penelitian

Pasal 5
KEASLIAN PENELITIAN DAN KEBEBAS-IKATAN DENGAN PIHAK LAIN

- 1) **PIHAK KEDUA** bertanggung jawab atas keaslian judul penelitian sebagaimana disebutkan dalam pasal 1 Surat Perjanjian Kontrak Penelitian ini (bukan duplikat/jiplakan/plagiat) dari penelitian orang lain.
- 2) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa judul penelitian tersebut bebas dari ikatan dengan pihak lain atau tidak sedang didanai oleh pihak lain.
- 3) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa judul penelitian tersebut bukan merupakan penelitian yang SEDANG ATAU SUDAH selesai dikerjakan, baik didanai oleh pihak lain maupun oleh sendiri.
- 4) Apabila di kemudian hari diketahui ketidak benaran pernyataan ini, maka kontrak penelitian dinyatakan batal, dan **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana yang telah diterima.

PASAL 6
PEMBIMBING/KONSULTAN PENELITIAN LATIHAN

- 1) Setiap Peneliti Latihan harus menunjuk seorang Pembimbing/Konsultan yang bertugas membimbing pelaksanaan penelitiannya.
- 2) Peneliti Latihan diharuskan berkonsultasi dengan pembimbingnya berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan serta laporan hasil penelitiannya.
- 3) *Honorarium* Pembimbing/Konsultan (untuk peneliti dari mahasiswa) ditanggung oleh institusi STIE “GICI” di luar nilai kontrak penelitian sesuai ketentuan yang berlaku, dan akan dibayarkan setelah laporan hasil penelitian beserta kelengkapannya diserahkan ke LPPM melalui Bendahara STIE “GICI”.

Pasal 7
MONITORING PENELITIAN

- (1) **PIHAK PERTAMA** berhak untuk:
 - a) Melakukan pengawasan administrasi, monitoring, dan evaluasi terhadap pelaksanaan penelitian.
 - b) Memberikan sanksi jika dalam pelaksanaan penelitian terjadi pelanggaran terhadap isi perjanjian oleh Peneliti.
 - c) Bentuk sanksi disesuaikan dengan tingkat pelanggaran yang dilakukan.
- (2) Pemantauan kemajuan penelitian dilakukan oleh **PIHAK PERTAMA** bersama dengan *Reviewer*, dan Pembimbing Penelitian untuk Penelitian Latihan.
- (3) **PIHAK KEDUA** diharuskan membuat dan menyampaikan Laporan Kemajuan atas pelaksanaan penelitiannya kepada **PIHAK PERTAMA** sebanyak 2 (dua) eksemplar.
- (4) Pelaksanaan kemajuan penelitian dijadwalkan pada bulan ke-3 setelah Kontrak Penelitian ditanda tangani (Maret 2025).
- (5) Format Laporan Kemajuan dan Teknis pelaksanaannya akan diatur kemudian.

Pasal 8
LAPORAN SEMENTARA DAN SEMINAR HASIL PENELITIAN

- 1) **PIHAK KEDUA** wajib menyerahkan laporan hasil penelitian sementara kepada **PIHAK PERTAMA** paling lambat pada 30 Juni 2025 sebanyak 2 (dua) eksemplar.
- 2) Laporan sementara itu digunakan sebagai bahan seminar hasil penelitian yang penyelenggaraannya menjadi tanggung jawab **PIHAK PERTAMA**.
- 3) Ketua Peneliti diwajibkan hadir untuk mempresentasikan hasil penelitiannya pada seminar hasil penelitian.
- 4) Pelaksanaan teknis seminar hasil penelitian akan diatur tersendiri oleh **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 9
LAPORAN AKHIR PENELITIAN

- 1) Setelah seminar hasil penelitian sebagaimana dimaksud pada pasal 8 Perjanjian ini, **PIHAK KEDUA** wajib menyerahkan revisi laporan penelitiannya dalam waktu paling lambat dua minggu.
- 2) Revisi laporan penelitian yang sudah diseminarkan harus mendapat pengesahan dari *reviewer* dan dijilid dalam satu kesatuan dengan laporan.
- 3) Berkas-berkas laporan meliputi:
 - (a) Laporan lengkap penelitian terdiri dari: (A) Laporan Hasil Penelitian, (B) Naskah Publikasi, dan (C) Sinopsis Penelitian Lanjutan (jika ada kelanjutan).
 - (b) Laporan akhir penelitian rangkap 4 (empat) dengan perincian 1 eks. Untuk LPPM, 1 eks. Untuk Perpustakaan STIE “GICI”, 1 eks. Untuk Jurusan.
 - (c) Naskah publikasi dalam bentuk *feature* sebanyak 2 eksemplar yang terpisah dari laporan akhir hasil penelitian. Naskah *feature* (dalam bentuk *hardcopy* dan *softcopy*) ini disiapkan untuk publikasi di media massa.
 - (d) Disket atau CD berisi *file* laporan lengkap dan naskah publikasi bentuk *feature* sebanyak 1 keping.
- 4) Format laporan hasil penelitian sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dan telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian STIE “GICI” dan suplemen ralatnya baik dalam hal warna sampul, tata tulis maupun urutan masing-masing komponen.
- 5) Pada sampul bagian tengah dituliskan nama Peneliti atau Tim Peneliti lengkap dengan gelar masing-masing, sedangkan pada bagian bawah dari laporan tersebut harus dituliskan pernyataan yang berbunyi:

**PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA
ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA STIE “GICI”
TAHUN AKADEMIK 2024/2025
Nomor Kontrak : 318/LPPM-GBS/I/2025**

Pasal 10
HAK KEPEMILIKAN ATAS BARANG/PERALATAN PENELITIAN

Segala barang atau alat yang dibeli atas biaya penelitian menjadi milik Jurusan Peneliti yang bersangkutan. Pengaturan kepemilikannya sebagai berikut :

- 1) Barang atau alat berupa *catridge*, *printer*, alat perekam, akses internet, dan sejenisnya selama masih dapat menggunakan fasilitas STIE “GICI” pada dasarnya tidak dianggarkan dalam biaya penelitian.
- 2) Kamera, alat perekam, dan semacamnya yang dapat dipakai ulang, Buku, Jurnal, CD, VCD, DVD, *cassete*, dan sejenisnya yang merupakan *software*, program, alat atau referensi penelitian yang didapatkan (dibeli) dari anggaran penelitian menjadi milik Jurusan Peneliti.
- 3) Pemindahan hak kepemilikan barang atau alat sebagaimana tersebut dilakukan melalui **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 11
INSTITUSIONAL FEE

Dalam rangka penyeragaman dan efisiensi administrasi pelaporan penelitian, **PIHAK PERTAMA** melakukan pemotongan terhadap dana penelitian yang telah disetujui sebesar 5% dengan alokasi pemanfaatan antara lain untuk :

- 1) Penggandaan laporan akhir penelitian sebanyak 4 eksemplar.
- 2) Kegiatan penunjang penelitian bagi dosen/pengusul penelitian.

Pasal 12
SANKSI

Segala kelalaian baik disengaja maupun tidak, sehingga menyebabkan keterlambatan menyerahkan laporan hasil penelitian dengan batas waktu yang telah ditentukan sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 Perjanjian ini akan mendapatkan sanksi sebagai berikut :

- 1) Diberhentikannya bantuan keuangan, dan **PIHAK KEDUA** diwajibkan mengembalikan dana yang sudah diterima kepada STIE “GICI” melalui **PIHAK PERTAMA**, atau
- 2) tidak diperbolehkan mengajukan usulan penelitian pada periode tahun anggaran tersebut bagi Ketua dan Anggota Peneliti.

Pasal 13
PENUTUP

Perjanjian ini berlaku sejak ditanda tangani dan disetujui oleh **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA**.

Depok, 06 Januari 2025,

PIHAK PERTAMA,

PIHAK KEDUA,



Herman Susilo, SE, MM

Ketua LPPM

Mega Indah Edityawati, SE, MM

Peneliti

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DOSEN STIE “GICI”**

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pendidikan, Citra, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Sdit (Sekolah Dasar Islam Terpadu) Miftahul Ulum Cinere

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : Mega Indah Edityawati, SE, MM
b. Jenis Kelamin : Perempuan
c. NIDN : 0418028503
d. Jabatan Fungsional : Lektor
e. Jurusan : Manajemen
f. Nomor Handphone : 08112773251
g. Alamat E-mail : meganugraha182@gmail.com

Anggota Tim

a. Nama Anggota 1/Jurusan : Subhan
b. Nama Anggota 2/Jurusan :

Lokasi Penelitian : (Sekolah Dasar Islam Terpadu) Miftahul Ulum
Alamat : Cinere
Lama Penelitian : 6 (Enam) Bulan
Biaya yang diperlukan : Rp. 1.900.000
Sumber Pendanaan : LPPM GICI
Sumber Lain :

Depok, 23 Juni 2025

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Ketua Peneliti

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

NIDN: 0416076506

Mega Indah Edityawati, SE, MM

NIDN: 0418028503

Menyetujui,
Ketua LPPM STIE GICI



LPPM
GICI BUSINESS SCHOOL
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

Herman Susilo, SE, MM

NIDN: 0401128604

ABSTRAK

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pendidikan, Citra, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Sdit (Sekolah Dasar Islam Terpadu) Miftahul Ulum Cinere

Ketua Peneliti : Mega Indah Edityawati, SE, MM

Anggota : 1. Subhan

Kata Kunci : Kualitas Pendidikan, Citra, Kepercayaan, dan Kepuasan.

Tujuan dari penelitian ini ada untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pendidikan, Citra, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan dengan metode penelitian berupa pengumpulan berupa data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling. Adapun sampel tersebut berjumlah 85 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 74,3% faktor-faktor kepuasan orang tua murid dapat dijelaskan oleh kualitas pendidikan, citra, kepuasan sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere dengan hasil analisis yaitu nilai F hitung $(81,811) > F$ tabel $(2,710)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan terhadap kepuasan secara parsial dengan hasil analisis t hitung variabel kualitas pendidikan $(2,721)$ variabel citra $(2,981)$ dan variabel kepercayaan $(4,578) > t$ tabel $(1,663)$. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere yaitu variabel Kepercayaan.

ABSTRACT

- Judul Penelitian : *The Influence of Education Quality, Image, and Trust on the Satisfaction of Parents of Elementary School Students of Sdit (Integrated Islamic Elementary School) Miftahul Ulum Cinere*
- Ketua Peneliti : Mega Indah Edityawati, SE, MM
- Anggota : 1. Subhan
- Kata Kunci : *Quality of Education, Image, Trust, and Satisfaction.*

The purpose of this study is to find out and analyze the Influence of Education Quality, Image, and Trust on Parent Satisfaction of SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok Students. The type of research used is explanatory research with a research method in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was carried out by purposive sampling. The sample amounted to 85 respondents, using multiple linear regression analysis. The results of the regression test showed that 74.3% of the factors of parental satisfaction of students could be explained by the quality of education, image, and satisfaction while the rest were explained by other factors that were not studied in this study. Meanwhile, the results of the F test showed that simultaneously the variables of educational quality, image, and trust simultaneously had a positive and significant effect on the satisfaction of parents of SDIT Miftahul Ulum Cinere students with the results of the analysis, namely the F value calculated ($81.811 > F$ table 2.710). The results of the t-test showed that there was a positive and significant effect between the variables of educational quality, image, and trust on partial satisfaction with the results of the analysis of the variables of educational quality ($2,721$), the image variable ($2,981$) and the trust variable ($4,578 > t$ table $1,663$). The most dominant variable affecting the satisfaction of parents of SDIT Miftahul Ulum Cinere students is the Trust variable.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGHANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Pembatasan Masalah.....	5
1.4. Rumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Kualitas Pendidikan.....	8
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pendidikan	8
2.1.1.2 Indikator Kualitas Pendidikan	8
2.1.1.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pendidikan.....	9
2.1.1.4 Faktor-faktor Kualitas Pendidikan Berhasil	9
2.1.2. Citra Merek.....	10
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek.....	10
2.1.2.2 Indikator Citra Merek	10
2.1.2.3 Komponen Citra Merek	11
2.1.2.4 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	11
2.1.2.5 Manfaat Citra Merek.....	12
2.1.3. Kepercayaan	13
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan	13
2.1.3.2 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	13
2.1.3.3 Komponen Kepercayaan Konsumen	14
2.1.3.4 Faktor-faktor Pembentuk Kepercayaan Konsumen.....	14
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	15
2.1.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.4.4 Faktor Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Konseptual.....	19

2.4. Hipotesis	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.2. Jenis Penelitian.....	22
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.3.1. Populasi.....	23
3.3.2. Sampel	23
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	25
3.5.1. Variabel Bebas	25
3.5.2. Variabel Terikat	27
3.6. Teknik Analisis Data.....	29
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	29
3.6.2. Persamaan Regresi	30
3.6.3. Uji Kualitas Data.....	31
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.5. Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.2 Karakteristik Responden.....	40
4.1.3 Tanggapan Responden.....	42
1. Kualitas Pendidikan (X_1).....	42
2. Citra (X_2).....	44
3. Kepercayaan (X_3)	46
4. Kepuasan (Y)	47
4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data.....	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reabilitas.....	51
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	52
1. Uji Normalitas	52
2. Uji Multikolinieritas	54
3. Uji Heteroskedastitas.....	54
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis.....	55
1. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	55
2. Hasil Uji F (Simultan).....	56
3. Koefisien Determinasi.....	57
4. Hasil Uji t (Parsial).....	58
5. Pengaruh Dominan.....	59
4.2 Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lembaga Pendidikan Indonesia Tahun 2023/2024	2
Tabel 1.2 Jumlah Siswa SDIT Miftahul Ulum.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	22
Tabel 3.2 Jumlah seluruh orang tua murid SDIT Miftahul Ulum	23
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 3.4 Skala Likert	29
Tabel 3.5 Angka Penafsiran	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	41
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas variabel Kualitas Pendidikan	42
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas variabel Citra	44
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas variabel Kepercayaan	46
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas variabel Kepuasan.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Varabel Kualitas Pendidikan	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Varabel Citra	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Varabel Kepercayaan.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Varabel Kepuasan.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas	52
Tabel 4.11 Analisis <i>Kolmogorof-Smirnof</i>	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF).....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Berganda.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji t (uji parsial).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian.....	67
Lampiran 2 Kuesioner	68
Lampiran 3 Tabulasi Data	72
Lampiran 4 Hasil Output SPSS	73
Lampiran 5 Kartu Bimbingan.....	81
Lampiran 6 Hasil Turnitin	82
Lampiran 7 Tabel r, F dan t.....	84
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	89

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan memiliki peran sangat penting di masyarakat karena dapat membentuk dan meningkatkan kualitas dari pada sumber daya manusia yang baik serta membantu menciptakan generasi bangsa yang berkarakter, produktif, terampil, serta meningkatkan kecerdasan dan kemajuan bangsa. Kebutuhan pendidikan yang berkualitas semakin menjadi prioritas bagi masyarakat di zaman sekarang. Masyarakat semakin menyadari betapa pentingnya pendidikan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif. Sementara jumlah sekolah swasta dan sekolah negeri yang semakin meningkat memberikan kesempatan yang lebih besar bagi sekolah swasta untuk berpartisipasi dalam kegiatan pendidikan dengan menyediakan layanan pendidikan yang menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten, karena kebutuhan akan kelulusan akan terus meningkat. Oleh karena itu, keberhasilan sekolah dalam memberikan pendidikan yang tepat dapat dilihat dari kepuasan siswanya. Kepuasan pelanggan pada jasa pendidikan termasuk mendapatkan layanan yang memberikan keamanan dan kenyamanan serta mendapatkan informasi yang lengkap dan jelas. Dengan demikian, sekolah dapat mencapai kepuasan siswa dan orang tua murid.

Di Indonesia, terdapat berbagai lembaga pendidikan mulai dari taman kanak-kanak hingga sekolah menengah atas (SMA) dan sekolah menengah kejuruan (SMK), masing-masing dengan fungsi yang berbeda. Taman kanak-kanak berfokus pada pengembangan awal anak, sekolah dasar memberikan dasar akademik, sementara SMA melanjutkan dengan pengetahuan umum untuk pendidikan tinggi atau karir, sedangkan SMK menawarkan pelatihan keterampilan praktis untuk memasuki dunia kerja.

Menurut Monavia Ayu Rizaty, data dari Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudritek) Republik Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2023/2024 Kemendikbud mencatat sebanyak 436.707 Sekolah di Indonesia pada 2023/2024, jumlah institusi pendidikan di Indonesia pada tahun 2023/2024 adalah sebagai berikut. <https://dataindonesia.id/pendidikan/detail/kemendikbud-catat-436707-sekolah-di-indonesia-pada-20232024>, diakses 19 Januari 2024.

Tabel 1.1 lembaga pendidikan di Indonesia pada tahun 2023/2024.

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah
1	Taman Kanak- Kanak (TK)	97.370
2	Sekolah Dasar (SD)	149.225
3	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	42.907
4	Sekolah Menengah Atas (SMA)	14.573
5	Kelompok Bermain (KB)	82.981
6	Sataun Paud Sejenis (SPS)	19.926
7	Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)	14.461
8	Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM)	10.028
9	Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA)	2.449
10	Sekolah Luar Biasa (SLB)	2.328
11	Sanggar Kegiatan Belajar (SKB)	459
	Total	436.707

Sumber: Kemendikbudristek Tahun 2023/2024

Dengan data ini, sekolah dasar mengungguli semua lembaga pendidikan. Untuk menciptakan dasar yang kuat untuk kemajuan individu dan masyarakat, pemerintah membangun lembaga pendidikan dasar untuk memastikan akses yang adil ke pendidikan, memenuhi kewajiban wajib belajar, meningkatkan literasi dan numerasi, memerangi rantai kemiskinan, memberdayakan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang.

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) adalah jenis sekolah dasar yang didirikan sebagai tanggapan atas kebutuhan masyarakat akan pendidikan yang menitikberatkan pada nilai-nilai keislaman selain aspek akademik. SDIT memberikan pendidikan dengan menggabungkan kurikulum nasional dengan pendidikan agama Islam. Tujuan pendidikan ini adalah untuk membangun karakter anak-anak sejak usia dini dan mempersiapkan mereka untuk menjadi orang yang bermoral dan memahami ajaran agama Islam. SDIT bertanggung jawab untuk membuat lingkungan belajar yang mendukung perkembangan spiritual, moral, dan intelektual anak-anak sesuai dengan nilai-nilai agama. Fokus pada konteks pendidikan, kualitas pendidikan, citra sekolah, dan kepercayaan sekolah menjadi persepsi orang tua terhadap pilihan sekolah anak-anak mereka belajar. Faktor tersebut cocok dijadikan strategi yang membuat orang tua

murid mengetahui keunggulan sekolah yang ditawarkan seperti lingkungan belajar yang kondusif, fasilitas yang memadai, dan pengajaran yang berkualitas.

Kualitas sekolah merupakan faktor penting yang membedakan sekolah satu dengan sekolah lainnya, sehingga sangat penting untuk mencapai tujuan sekolah dan kelangsungannya. Sekolah yang ideal dapat memberikan keyakinan kepada orang tua terhadap pendidikan anak mereka.

Namun, citra sekolah, yang mencakup reputasi, identitas, dan persepsi masyarakat terhadap sekolah, secara langsung mempengaruhi ekspektasi dan kepuasan orang tua. Citra sekolah yang positif juga mencakup sekolah menjadi lebih menarik, menumbuhkan kepercayaan orang tua terhadap kualitas pendidikan, mendukung kecerdasan siswa, memberikan keunggulan kompetitif di pasar pendidikan, dan meningkatkan kepuasan orang tua.

Kepercayaan sekolah juga melibatkan keyakinan orang tua terhadap integritas, kemampuan, dan transparansi sekolah dalam memberikan pendidikan Islam yang berkualitas. Kepercayaan ini dapat mendorong adanya kerja sama yang baik antara sekolah dan orang tua. Orang tua yang percaya pada institusi pendidikan lebih cenderung puas dengan kualitas pendidikan yang diberikan kepada anak mereka di sekolah dasar Islam tersebut.

SDIT Miftahul Ulum merupakan sekolah dasar yang dimiliki oleh pihak swasta. Sekolah SDIT Miftahul Ulum berlokasi Jl. Musholla At-Taqwa No.100, Kelurahan Gandul, Kecamatan Cinere, Kota Depok, Jawa Barat 16512. SDIT Miftahul Ulum didirikan pada tahun 2000. Tahun 2023/2024 SDIT Miftahul Ulum merupakan sd/sekolah di peringkat ke-2 pada kecamatan cinere dengan jumlah peserta didik sebanyak 564 orang (sumber Kemdikbud 2023/2024).

Tabel 1.2 jumlah siswa SDIT Miftahul Ulum 2023/2024.

Kelas	Jumlah Siswa
Kelas 1	68
Kelas 2	80
Kelas 3	88
Kelas 4	105
Kelas 5	119
Kelas 6	104
Total	564

Sumber Kemdikbud 2023/2024

Minat Orang Tua memasukan ke SDIT Miftahul Ulum antara lain karena pendidikan agama Islam yang menjadi keunggulan di sana. SDIT Miftahul Ulum merupakan salah satu alasan pilihan orang tua menyekolahkan anak mereka, karena kebutuhan pendidikan agama yang menjadi prioritas. Sudah memasuki tahun ke-tiga SDIT Miftahul Ulum mempunyai kelas yaitu kelas Tahfidz. Kelas Tahfidz dirasa mampu memenuhi kebutuhan pendidikan agama yang lebih baik dibanding dengan sekolah islam yang ada di sekitar Cinere. Keunggulan kelas Tahfidz menjadi daya tarik orang tua untuk memasukan kembali anak mereka. Dibandingkan dengan SDIT di sekitar wilayah cinere, hanya SDIT Miftahul Ulum saja yang berani menambah kelas khusus hafalan. Kepercayaan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum yang selama ini terbentuk dengan pendidikan agama yang bagus dan baik, menjadi tantangan tersendiri bagi SDIT Miftahul Ulum dengan adanya kelas khusus (Kelas Tahfidz) ini. Pihak sekolah mengharapkan, dengan adanya kelas Tahfidz ini mampu menambah kepercayaan, serta citra sekolah yang selama ini sudah terbentuk baik di mata orang tua murid. Berdasarkan penjelasan penulis di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian perihal "PENGARUH KUALITAS PENDIDIKAN, CITRA, DAN KEPERCAYAAN SEKOLAH TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA MURID SDIT MIFTAHUL ULUM".

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Banyaknya sekolah di sekitar SDIT Miftahul Ulum menawarkan program sekolah yang sama.
2. Adanya persaingan dari sekolah sekitar SDIT Miftahul Ulum dari segi kualitas pendidikan.
3. Program tahfiz merupakan program kegiatan sekolah SDIT Miftahul Ulum yang di ikuti sekolah lain.
4. Citra SDIT Miftahul Ulum yang baik menjadi salah satu bentuk kepuasan orang tua murid.
5. Kepercayaan orang tua murid terhadap SDIT Miftahul Ulum mulai mengalami peningkatan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan yang dilakukan, maka diperlukan pembatasan masalah agar penelitian ini tetap terfokus pada topik yang akan dibahas. Oleh karena itu, dalam penelitian ini perlu dilakukan fokus pada topik yang akan dibahas dan mempersempit permasalahan dengan tujuan hanya menyoroti kualitas pendidikan, citra dan kepercayaan terhadap kepuasan orang tua siswa SDIT Miftahul Ulum.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum?
2. Apakah secara parsial kualitas pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum?
3. Apakah secara parsial citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum?
4. Apakah secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah, penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.
2. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.
3. Untuk mengetahui secara parsial citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.
4. Untuk mengetahui secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bahan referensi dan pengetahuan bagi orang tua murid yang melakukan penelitian selanjutnya.
2. Dukungan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya melengkapi penelitian teori yang sudah ada mengenai kualitas, citra, kepercayaan dan kepuasan.
3. Memperluas wawasan dan pengetahuan penulis khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

1.7 Sistematika Penelitian

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini adalah Titik awal untuk penelitian hal ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistem penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori variabel yang diteliti berupa makna dan definisi yang diambil dari kutipan buku, jurnal, dan berbagai literatur terkait penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, dan metode pengumpulan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan deskripsi objek penelitian, temuan penelitian, serta pembahasan yang mengulas secara rinci berbagai fenomena yang ditemukan dalam penelitian tersebut.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan sebagai hasil akhir dari penelitian ini, serta saran yang berisi rekomendasi untuk pihak yang menjadi objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi berbagai macam buku, jurnal, dan referensi yang sah dapat digunakan untuk menyusun oleh peneliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pendidikan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pendidikan

Kualitas sekolah merupakan berawal dari faktor seperti keberhasilan akademis siswa, kualitas pelajaran, fasilitas, dan dukungan lingkungan belajar yang menciptakan lingkungan yang efektif dan positif. Kualitas sendiri merupakan keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan (Geoth, & Davis dalam Putro, Samuel, & Brahmana dalam Tjiptono dalam Harjadi dan Arraniri, 2021:34). Produk dalam konteks jasa pendidikan adalah suatu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek, dan berbagai pilihan (Junaris dan Haryanti 2022:46). Sedangkan menurut Hidayat (2021:2) kualitas pendidikan adalah apabila suatu layanan atau layanan pendidikan berhasil mencapai tujuannya dengan dukungan banyak pihak. Dalam dunia pendidikan, “siswa dan orang tuanya disebut sebagai pengguna atau pelanggan jasa pendidikan”.

2.1.1.2 Indikator Kualitas Pendidikan

Adapun indikator-indikator yang terdapat pada kualitas pendidikan menurut Heneveld dalam Widiyarti dan Suranto (2019:6-7) telah mengemukakan indikator pada kualitas pendidikan sebagai berikut:

1. *Supporting inputs* (dukungan yang berasal dari masukan)

Dukungan orang tua dan masyarakat, sistem pendidikan yang efektif, bahan ajar yang sesuai, pengembangan keterampilan guru yang tepat, jumlah buku yang cukup, peralatan yang sesuai.

2. *Enabling condition* (kondisi yang memungkinkan)

Pola kepemimpinan yang efektif, pengajaran yang tepat, otonomi, fasilitas, dan kondisi yang memungkinkan waktu belajar yang maksimal di sekolah.

3. *School climate* (suasana sekolah)
keterampilan manajemen jadwal, sikap positif guru, disiplin dan ketertiban, pengorganisasian kurikulum, insentif dan penghargaan.
4. *Teaching learning procces* (proses belajar mengajar)
Kualitas dalam pengajaran, variasi metode pengajaran, frekuensi pekerjaan rumah, kinerja siswa dan frekuensi umpan balik.
5. *Student out comes* (hasil belajar siswa)
Keaktifan, prestasi anak, dan keterampilan sosial, serta dukungan ekonomi.

2.1.1.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pendidikan

Menurut Bishop dalam Nurkholis dalam Ibrahim & Rusdiana (2021-271) Terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah, antara lain:

1. Meningkatkan ukuran prestasi akademik melalui ujian nasional atau ujian daerah yang menyangkt kompetensi dan pengetahuan, memperbaiki tes bakat (*Scholastic Aptitude Test*), sertifikasi kompetensi dan profil portofolio (portofolio profile),
2. Membentuk kelompok sebaya untuk meningkatkan gairah pembelajaran melalui belajar secara kooperatif (*cooperative learning*),
3. Menciptakan kesempatan belajar baru di sekolah dengan mengubah jam sekolah menjadi pusat belajar sepanjang hari dan tetap membuka sekolah pada jam-jam libur,
4. Meningkatkan pemahaman dan penghargaan belajar melalui penguasaan materi (*mastery learning*) dan penghargaan atas pencapaian prestasi akademik.

2.1.1.4 Faktor-faktor Kualitas Pendidikan Berhasil

Menurut Syafaruddin & Syukri (2022:18-19) Bagi sekolah yang memiliki kualitas pendidikan dapat dikatakan berhasil atau sukses jika menunjukkan catatan sebagai berikut:

1. Tingkat konsistensi produk dalam memberikan pelayanan umum dan pelaksanaan pembangunan untuk kepentingan peningkatan kualitas SDM terus-menerus.
2. Kekeliluran dalam bekerja yang berdampak menimbulkan ketidakpuasan dan komplain masyarakat yang dilayani semakin berkurang.
3. Disiplin waktu dan disiplin kerja semakin meningkat.

4. Inventarisasi aset organisasi semakin sempurna, terkendali, dan tidak berkurang atau hilang tanpa diketahui sebabnya.
5. Pemborosan dana dan waktu dalam bekerja dapat dicegah.
6. Peningkatan keterampilan dan keahlian bekerja terus dilaksanakan, sehingga metode atau cara bekerja selalu mampu mengadaptasi perubahan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai cara bekerja yang paling efektif, efisien dan produktif. Karenanya, kualitas produk dan pelayanan terus meningkat.

2.1.2 Citra Merek

2.1.2.1 Pengertian Citra Merek

Menurut Indrasari (2019:93) citra adalah persepsi konsumen terhadap kualitas suatu merek atau perusahaan. Citra perusahaan itu sendiri adalah citra suatu organisasi yang tercermin dalam benak pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Firmansyah (2019:61) citra merek adalah seperangkat keyakinan konsumen terhadap suatu merek tertentu. Menurut Ouwersoot dan Tudrica dalam Firmansyah (2019:61) citra merek merupakan seperangkat persepsi yang saling terkait tentang suatu merek yang ada dalam pikiran manusia. Disimpulkan citra merek adalah presepsi dan kesan konsumen terhadap suatu merek. Ini mencakup beberapa faktor seperti reputasi, ekuitas merek, citra produk yang dibentuk melalui pengalaman konsumen.

2.1.2.2 Indikator Citra Merek

Menurut Rangkuti dalam Indrasari (2019:99-100) indikator-indikator citra merek, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Recognition* (Pengenalan), tingkat di mana sebuah merek dikenal oleh konsumen; jika merek tersebut tidak dikenal, maka barang atau jasa dengan merek tersebut harus dijual dengan harga murah seperti pengenalan logo, tagline, desain, dan lain-lain. sebagai identitas merek.
2. *Reputation* (Reputasi), merupakan status atau reputasi yang cukup tinggi bagi sebuah merek karena lebih memiliki sejarah yang baik.

3. *Affinity* (Daya tarik), juga disebut daya tarik, adalah hubungan emosional yang muncul antara sebuah merek dan pelanggannya. Hal ini dapat dilihat dari harga, kepuasan pelanggan, dan tingkat asosiasi.
4. *Loyalty* (Kesetiaan), juga dikenal sebagai kesetiaan, mengacu pada seberapa setia pelanggan terhadap barang atau jasa yang menggunakan merek yang relevan. Apabila sebuah merek telah dikenal oleh masyarakat dan memiliki reputasi yang baik di mata pelanggan, merek tersebut akan menjadi menarik bagi pelanggan dan akan menjadi pelanggan yang setia.

2.1.2.3 Komponen Pembentuk Citra Merek

Menurut Firmansyah (2019-75) citra merek terdiri 3 komponen terdiri dari:

1. Citra Pembuat (*corporate image*) yaitu: sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk dan jasa.
2. Citra Pemakai (*user image*) yaitu: sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan barang atau jasa, meliputi pemakai itu sendiri, gaya hidup atau kepribadian dan status sosial.
3. Citra Produk (*product image*) yaitu: sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk, yang meliputi atribut produk tersebut, manfaat bagi konsumen, penggunaannya, serta jaminan.

2.1.2.4 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek

Menurut Sciffman dan Kanuk dalam Indrasari (2019:101) ada beberapa faktor pembentuk citra merek, sebagai berikut:

1. Kualitas dan mutu, Ini mengacu pada kualitas produk yang ditawarkan oleh produsen dengan merek tertentu.
2. Dapat dipercaya atau diandalkan, dalam kaitannya dengan opini masyarakat atau persetujuan terhadap suatu produk yang dikonsumsi.
3. Kegunaan atau manfaat, yang berkaitan dengan fungsi suatu produk yang dapat digunakan oleh konsumen.
4. Pelayanan, berkaitan dengan kewajiban produsen dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
5. Resiko, yang berkaitan dengan besarnya keuntungan dan kerugian yang mungkin ditanggung konsumen.

6. Harga, dalam hal ini berkaitan dengan seberapa banyak konsumen mengeluarkan uang untuk mempengaruhi suatu produk, namun juga dapat berdampak jangka panjang terhadap citra.
7. Citra yang merek itu sendiri yaitu berupa opini, persetujuan, dan informasi mengenai merek suatu produk.

2.1.2.5 Manfaat Citra Merek

Menurut Keller dalam Firmansyah (2019:71-72) Manfaat Citra Merek (Brand Image) Manfaat Citra Merek bagi produsen berperan sebagai:

1. Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian persediaan dan pencatatan akuntansi.
2. Bentuk proteksi hukum terhadap fitur yang unik. Merek bisa mendapatkan perlindungan properti intelektual. Nama merek bisa diproteksi melalui merek dagang terdaftar (*registered trademarks*), proses pemanufakturan bisa dilindungi melalui hak paten, dan kemasan bisa diproteksi melalui hak cipta (*copyrights*) dan desain. Hak-hak properti intelektual ini memberikan jaminan bahwa perusahaan dapat berinvestasi dengan aman dalam merek yang dikembangkannya dan meraup manfaat dari aset bernilai tersebut.
3. Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi dilain waktu. Loyalitas merek seperti ini menghasilkan predictability dan security permintaan bagi perusahaan dan menciptakan hambatan masuk yang menyulitkan bagi perusahaan lain untuk masuk pasar.
4. Sarana 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 di dalam benak konsumen.
6. Sumber *financial returns*, terutama menyangkut pendapatan masa datang.

2.1.3 Kepercayaan

2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut Chaudhuri & Holbrook dalam Sitorus, et al (2022:70), kepercayaan merek didefinisikan sebagai kesediaan pelanggan umum untuk bergantung pada kemampuan merek untuk melakukan fungsi yang diinginkan. Menurut Rifai (2023:58), kepercayaan adalah Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih akan terjadi jika masing-masing memiliki kepercayaan satu sama lain. Sedangkan menurut Mowen dan Minor dalam Ningsih (2021:123) Pengetahuan konsumen mengenai suatu obyek atributnya dan manfaatnya disebut kepercayaan konsumen. Konsumen dapat menggunakan pengetahuan ini untuk mengkomunikasikan barang atau fitur tersebut kepada mereka. Dapat disimpulkan kepercayaan merek yaitu tingkat keyakinan positif konsumen terhadap kemampuan suatu merek untuk memenuhi harapan yang dijanjikan.

2.1.3.2 Indikator Kepercayaan Konsumen

Adapun indikator dalam kepercayaan menurut Mayer dalam Ainurrofiq dalam Rifai (2023:63-64) mengemukakan 3 indikator dalam kepercayaan meliputi:

1. Kemampuan

keahlian merupakan kepercayaan dibidang khusus yang mana seseorang membutuhkan keyakinan akan kemampuan mereka untuk berprestasi. Faktor-faktor seperti pengalaman dan pembuktian prestasi akan menentukan kepercayaan orang lain terhadap seseorang.

2. Integritas

Salah satu cara untuk mengetahui integritas seseorang adalah dengan memastikan bahwa apa yang mereka katakan dan lakukan sesuai dengan nilai-nilai diri mereka. Integritas memerlukan keteguhan hati dalam menghadapi tekanan; kejujuran saja tidak cukup untuk mendefinisikan integritas. mengatakan bahwa integritas terdiri dari kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterusterangan (*honesty*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan(*reliability*).

3. Kebaikan hati

Kebaikan hati berhubungan dengan niat. Ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain, mereka menjadi menarik. Hal ini akan mendorongnya untuk mempertimbangkan orang tersebut dan memberikan dorongan yang kuat untuk memutuskan untuk percaya atau tidak dengan orang tersebut.

2.1.3.3 Komponen-komponen Kepercayaan Konsumen

Menurut Peppers dan Rogers dalam Rifai (2023-35-36) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen memiliki komponen-komponen penting yaitu:

1. Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya.
2. Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat reliabel atau dapat diandalkan.
3. Intimacy berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya *internal consistency*, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan, Selain itu integritas juga menunjukkan adanya ketulusan.

2.1.3.4 Faktor-faktor Pembentuk Kepercayaan Konsumen

Menurut Peppers dan Rogers dalam Rifai (2023-38-39), faktor-yang memberikan kontribusi bagi terbentuknya kepercayaan konsumen adalah:

1. *Shared value*, nilai-nilai merupakan hal mendasar untuk mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak dalam relationship yang memiliki perilaku, tujuan dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak yang terlibat sulit untuk saling percaya apabila ide masing-masing pihak tidak konsisten.
2. *Inteendogence*, ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan. Untuk mengurangi risiko, pihak yang tidak percaya akan membina relationship dengan pihak yang dapat dipercaya.
3. *Quality communication*, komunikasi yang terbuka dan teratur, apakah formal atau informal, dapat meluruskan harapan, memecahkan persoalan, dan meredakan ketidakpastian dalam pertukaran. Komunikasi yang dilakukan untuk menghasilkan kepercayaan konsumen harus dilakukan secara teratur dan berkualitas tinggi; atau dengan kata lain, harus relevan, tepat waktu dan reliabel komunikasi yang positif

yang akan menimbulkan kepercayaan dan pada gilirannya akan menjadi komunikasi yang lebih baik.

4. *Non Opportunistic behavior*, berperilaku secara oportunis adalah dasar bagi terbatasnya pertukaran. Relationship jangka panjang yang didasarkan pada Kepercayaan Konsumen memerlukan partisipasi semua pihak dan tindakan yang meningkatkan keinginan untuk berbagi benefit dalam jangka panjang.

2.1.4 Kepuasan Pelanggan

2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut Kotler dalam Rifai (2023:50) didefinisikan sebagai tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dialami seseorang dibandingkan dengan harapannya. Oleh karena itu, kepuasan atau ketidakpuasan adalah hasil dari interaksi antara pengalaman dan harapan setelah menggunakan layanan atau jasa yang diberikan.

Menurut Ningsih dan Segoro dalam Hermanto (2019:21), kepuasan adalah respons emosional yang ditunjukkan oleh pelanggan selama proses pembelian produk atau layanan. Ini berasal dari perbandingan antara kinerja aktual terhadap harapan serta evaluasi pengalaman yang dialami selama pembelian. Menurut Mowen dan Minor dalam Sudaryono dalam Hermanto (2019:21) kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen terhadap barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Jadi kepuasan konsumen adalah rasa puas yang dirasakan oleh seorang konsumen setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan harapannya.

2.1.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dalam Purnomo, et al (2020:20) Mengenai indikator kepuasan yang diteliti sebagai sebagai evaluasi atas harapan berkaitan dengan:

1. Kesesuaian Konsumen

Konsumen tidak merasa kecewa karena apa yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka.

2. Minat berkunjung kembali

Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan lebih cenderung untuk kembali.

3. Kesiediaan merekomendasikan kepada orang lain

Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

2.1.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Tjiptono dalam Indrasari (2019:88-90) ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan konsumen, diantaranya:

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.1.4.4 Faktor Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller dalam Indrasari (2019:90-91) terdapat 5 faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan yaitu:

1. Kualitas produk dan jasa, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk dan jasa yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Dalam dunia persaingan bisnis, para pebisnis terus bersaing untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap usaha mereka.
3. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dan jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar. Sedangkan rumah sakit yang berkualitas sama tetapi berharga murah, memberi nilai yang lebih tinggi pada pasien.
5. Biaya, pasien yang tidak perlu mengeluarkan biayatambahan atau tidak perlu membuang waktu untukmendapatkan jasa pelayanan, maka pasien cenderung puas terhadap jasa pelayanan tersebut.

Adapun 5 faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen (Lupiyoadi dalam Indrasari 2019:91-92).

1. Kualitas Produk, Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
2. Kualitas Pelayanan, Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional, Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
4. Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

5. Biaya, Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu tentang kepuasan pelanggan telah cukup banyak dilakukan. Namun, hal-hal seperti penggunaan variabel independen, lokasi penelitian, dan perbedaan jumlah responden adalah beberapa contoh dari perbedaan tersebut. Penelitian sebelumnya dapat memberikan gambaran tentang hal-hal seperti faktor sosial, psikologis, dan lingkungan yang mempengaruhi kepuasan konsumen saat membeli barang atau jasa. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya yang akan mempelajari perilaku konsumen seperti yang digambarkan di bawah ini.

Marisa, et al (2022) melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas orang tua (studi kasus pada SDIT Al Muhajirin Jakarta). Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 110 responden. Model analisis data yang digunakan analisis regresi berganda, uji t dan uji f. Hasilnya variabel kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan hanya saja kualitas pelayanan tidak langsung melalui pelanggan terdapat pengaruh positif terhadap loyalitas. Hasil t_{tabel} sebesar 1,98197 sehingga disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya uji hipotesis di terima.

Arigata, et al (2022) melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan orang tua peserta didik pada TK Kartika Mandala Denpasar. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 56 responden. Model analisis data yang digunakan analisis regresi berganda, uji t dan uji f. Hasilnya variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Andayu (2019) melakukan penelitian dengan judul analisis citra merek, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas orang tua murid di Snaggar Seno Anodya Pala. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 134 responden. Model analisis data yang digunakan analisis regresi berganda. Hasilnya Variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen tetapi kepuasan tidak berpengaruh dalam dampak terjadinya loyalitas.

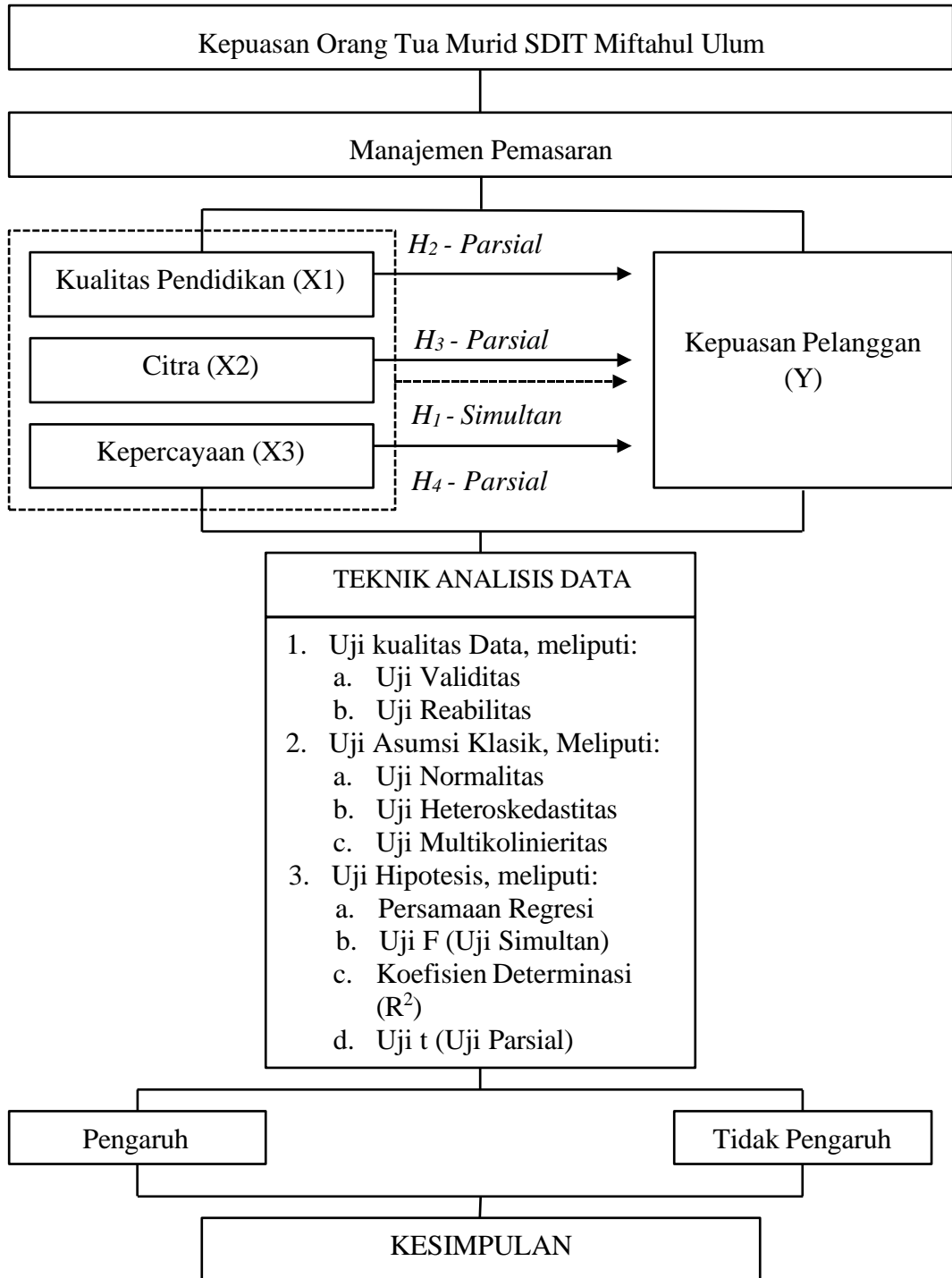
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

PENILITI	JUDUL	VARIABEL	ANALISIS	HASIL
Maya Marisa, Yolanda, dan Vivi Lusita (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan serta dampaknya terhadap Loyalitas Orang Tua (studi kasus pada SDIT Al Muhajirin Jakarta).	Kualitas Pelayanan Kepercayaan Kepuasan Loyalitas	Regresi linear berganda	Variabel kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan hanya saja kualitas pelayanan tidak langsung melalui pelanggan terdapat pengaruh positif terhadap loyalitas
I Made Dipa Arigata, Ni Putu Nita Anggraini, dan Pande Ketut Ribek (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Orang tua peserta didik pada Tk Kartika Mandala Denpasar	Kualitas Pelayanan Harga Kepercayaan Kepuasan	Regresi linear berganda	Variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
Asrie Githa Andayu (2019)	Analisis Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Orang Tua Murid Di Sanggar Seni Ayodya Pala	Citra Merek Kualitas Pelayanan Kepercayaan Merek Kepuasan Loyalitas	Regresi linear berganda	Variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen tetapi kepuasan tidak berpengaruh dalam dampak terjadinya loyalitas

Sumber: Kampus terkait (2024)

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir menunjukkan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Peneliti menggambarkan kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini seperti Gambar 2.1 dibawah ini.



Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Penulis (2024)

2.4 Hipotesis

Sesuai dengan deskripsi teoritis serta kerangka konseptual yang telah penulis sampaikan di atas, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

$H_0 : \beta_i = 0$, dimana $i = 1,2,3$ yang berarti secara simultan Kualitas Pendidikan, Citra, dan Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

$H_1 : \beta_i \neq 0$, dimana $i = 1,2,3$ yang berarti secara simultan kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

2. Hipotesis 2

$H_0 : \beta_1 = 0$, yang berarti secara parsial Kualitas Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, yang berarti secara parsial Kualitas Pendidikan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum

3. Hipotesis 3

$H_0 : \beta_2 = 0$, yang berarti secara parsial Citra tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, yang berarti secara parsial Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum

4. Hipotesis 4

$H_0 : \beta_2 = 0$, yang berarti secara parsial Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, yang berarti secara parsial Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekolah SDIT Miftahul Ulum Kecamatan Cinere, Kelurahan Gandul, Kota Depok pada bulan Maret 2024 sampai dengan Mei 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi awal	■																							
2	Pengajuan izin		■																						
3	Persiapan penelitian			■	■																				
4	Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■	■												
5	Pengolahan data													■	■										
6	Analisis & evaluasi														■	■									
7	Penulisan laporan															■	■	■	■						
8	Seminar hasil																					■	■		

Sumber: Penelitian (2024)

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Saat & Mania (2020:128) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian penelitian yang didasarkan atas perhitungan, atau penelitian yang melibatkan diri pada perhitungan, angka-angka, atau kuantitas. Penelitian ini memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data, yang didistribusikan dan dikumpulkan melalui platform Google Form. Dengan menggunakan kuesioner digital, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang terukur dan dapat dianalisis secara statistik. Pendekatan ini memfasilitasi pengumpulan data dalam jumlah besar dengan efisiensi waktu dan biaya, serta memudahkan proses analisis data kuantitatif untuk mencapai kesimpulan yang valid dan reliabel.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek dan obyek yang memiliki kuantitas dan fitur tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiono dalam Saat & Mania, 2020:65).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua murid di SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok. Jumlah orang tua murid SDIT Miftahul Ulum berdasarkan data mencapai 564 orang. Oleh sebab itu dalam penelitian ini menggunakan angka 564 sebagai populasi penelitian. Berikut data orang tua murid di SDIT Miftahul Ulum.

Tabel 3.2 Jumlah seluruh orang tua murid SDIT Miftahul Ulum

Orang tua murid	Jumlah
Orang tua murid kelas 1	68
Orang tua murid kelas 2	80
Orang tua murid kelas 3	88
Orang tua murid kelas 4	105
Orang tua murid kelas 5	119
Orang tua murid kelas 6	104
Total	564

Sumber: Peneliti (2024)

3.3.2 Sampel

Sejalannya dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Menurut Saat & Mania (2020:66) mengatakan bahwa sampel menunjukkan karakteristik umum populasi karena sampel adalah bagian dari populasi atau bagian dari sub-sub populasi yang benar-benar diambil datanya, sehingga biasa disebut sebagai sumber data atau subyek penelitian. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu Accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memilih siapa yang kebetulan dijumpai. Dengan demikian, accidental sampling berdasar pada faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel responden (Fauzy 2019:26).

Rumus pengambilan sampel, yang juga dikenal sebagai "rumus Slovin", digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini, sebagai berikut rumus slovin:

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

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber: Nalendra, et al (2021:28)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{564}{1 + (564 \times 0,1)^2} = 84,93 \text{ (dibulatkan menjadi 85 responden)}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam mencapai tujuan penelitian. Hipotesis, yang mengemukakan tujuan penelitian, berfungsi sebagai jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Jawaban ini perlu diuji secara empiris, dan untuk maksud tersebut, pengumpulan data dari sampel yang telah ditentukan sebelumnya diperlukan. Sampel ini terdiri dari sekelompok unit analisis yang menjadi fokus penelitian. Menurut Sugiono dalam Saat & Mania (2020:83) Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagaimana Sugiyono mengungkapkan bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, sumber, dan cara. Menurut Sugiono dalam Saat dan Mania (2020:84) Data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau data siap yang ditinggal diambil oleh peneliti, karena memang sudah tersedia, dari bahan-bahan pustaka.

Pada bagian ini hanya dikemukakan pengumpulan data berdasarkan teknik menurut Saat dan Mania (2020:84-95) yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan alat yang paling tua dan paling sering digunakan untuk memperoleh informasi. Dapat dilakukan dengan tatap muka atau dengan menggunakan telepon.

2. Angket/Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner cocok digunakan dbila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

3. Observasi

Bahwa pengamatan bisa dilakukan terhadap data tentang sesuatu keadaan suatu benda, atau gejala-gejala alam, kondisi situasi, kegiatan atau pelaksanaan, tingkah laku atau sifat seseorang.

3.5 Definisi Operasional

Operasional Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Saat dan Mania dalam Sugiono 2020:56). Dalam penelitian ini variabel yang diteliti terdiri dari variabel independen Kualitas (X1), Citra (X2), dan Kepercayaan (X3). Sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan, yang penulis defenisikan sebagai berikut:

1. Kualitas Pendidikan (X1)

Menurut Hidayat (2021:2) kualitas pendidikan adalah apabila suatu layanan atau layanan pendidikan berhasil mencapai tujuannya dengan dukungan banyak pihak. Dalam dunia pendidikan, “siswa dan orang tuanya disebut sebagai pengguna atau

pelanggan jasa pendidikan Menurut Heneveld dalam Widiyarti dan Suranto (2019:6-7) telah mengemukakan indikator pada kualitas pendidikan sebagai berikut:

- a. *Supporting inputs* (dukungan yang berasal dari masukan) Dukungan orang tua dan masyarakat, sistem pendidikan yang efektif, bahan ajar yang sesuai, pengembangan keterampilan guru yang tepat, jumlah buku yang cukup, peralatan yang sesuai.
- b. *Enabling condition* (kondisi yang memungkinkan) Pola kepemimpinan yang efektif, pengajaran yang tepat, otonomi, fasilitas, dan kondisi yang memungkinkan waktu belajar yang maksimal di sekolah.
- c. *School climate* (suasana sekolah) keterampilan manajemen jadwal, sikap positif guru, disiplin dan ketertiban, pengorganisasian kurikulum, insentif dan penghargaan.
- d. *Teaching learning procces* (proses belajar mengajar) Kualitas dalam pengajaran, variasi metode pengajaran, frekuensi pekerjaan rumah, kinerja siswa dan frekuensi umpan balik.
- e. *Student out comes* (hasil belajar siswa) Keaktifan, prestasi anak, dan keterampilan sosial, serta dukungan ekonomi.

2. Citra Merek (X2)

Menurut Indrasari (2019:93) citra adalah persepsi konsumen terhadap kualitas suatu merek atau perusahaan. Citra perusahaan itu sendiri adalah citra suatu organisasi yang tercermin dalam benak pelanggan. Berikut indikator citra merek menurut Rangkuti dalam Indrasari (2019:99-100) indikator-indikator citra merek sebagai berikut:

- a. *Recognition* (Pengenalan), tingkat di mana sebuah merek dikenal oleh konsumen; jika merek tersebut tidak dikenal, maka barang atau jasa dengan merek tersebut harus dijual dengan harga murah seperti pengenalan logo, tagline, desain, dan lain-lain. sebagai identitas merek.
- b. *Reputation* (Reputasi), merupakan status atau reputasi yang cukup tinggi bagi sebuah merek karena lebih memiliki sejarah yang baik.
- c. *Affinity* (Daya tarik), juga disebut daya tarik, adalah hubungan emosional yang muncul antara sebuah merek dan pelanggannya. Hal ini dapat dilihat dari harga, kepuasan pelanggan, dan tingkat asosiasi.

- d. *Loyalty* (kesetiaan), juga dikenal sebagai kesetiaan, mengacu pada seberapa setia pelanggan terhadap barang atau jasa yang menggunakan merek yang relevan. Apabila sebuah merek telah dikenal oleh masyarakat dan memiliki reputasi yang baik di mata pelanggan, merek tersebut akan menjadi menarik bagi pelanggan dan akan menjadi pelanggan yang setia.

3. Kepercayaan (X3)

Menurut Mowen dan Minorda dalam Ningsih (2021:123) Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek atributnya dan manfaatnya. Menurut Mayer dalam Ainurrofiq dalam Rifai (2023:63-64) mengemukakan 3 faktor indikator dalam kepercayaan meliputi:

a. Kemampuan

keahlian merupakan kepercayaan dibidang khusus yang mana seseorang membutuhkan keyakinan akan kemampuan mereka untuk berprestasi. Faktor-faktor seperti pengalaman dan pembuktian prestasi akan menentukan kepercayaan orang lain terhadap seseorang.

b. Integritas

Salah satu cara untuk mengetahui integritas seseorang adalah dengan memastikan bahwa apa yang mereka katakan dan lakukan sesuai dengan nilai-nilai diri mereka. Integritas memerlukan keteguhan hati dalam menghadapi tekanan; kejujuran saja tidak cukup untuk mendefinisikan integritas. mengatakan bahwa integritas terdiri dari kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterusterangan (*honesty*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan(*reliability*).

c. Kebaikan hati

Kebaikan hati berhubungan dengan niat. Ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain, mereka menjadi menarik. Hal ini akan mendorongnya untuk mempertimbangkan orang tersebut dan memberikan dorongan yang kuat untuk memutuskan untuk percaya atau tidak dengan orang tersebut.

3.5.2 Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan kepuasan

orang tua murid. Menurut Ningsih dan Segoro dalam Hermanto (2019:21) kepuasan adalah respons emosional yang ditunjukkan oleh pelanggan selama proses pembelian produk atau layanan. Ini berasal dari perbandingan antara kinerja aktual terhadap harapan serta evaluasi pengalaman yang dialami selama pembelian.

Menurut Tjiptono dalam Purnomo, et al (2020:21) Mengenai indikator kepuasan yang diteliti sebagai sebagai evaluasi atas harapan berkaitan dengan:

1. Kesesuain Konsumen

Konsumen tidak merasa kecewa karena apa yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka.

2. Minat berkunjung kembali

Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan lebih cenderung untuk kembali.

3. Ketersediaan merekomendasikan ke orang lain

Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Tabel 3.3 definisi operasional variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas (X1)	Menurut Hidayat (2021:2) kualitas pendidikan adalah apabila suatu layanan atau layanan pendidikan berhasil mencapai tujuannya dengan dukungan banyak pihak.	1. <i>Supporting inputs</i> (dukungan yang berasal dari masukan) 2. <i>Enabling condition</i> (kondisi yang memungkinkan). 3. <i>School climate</i> (suasana sekolah). 4. <i>Teaching learning procces</i> (proses belajar mengajar). 5. <i>Student out comes</i> (hasil belajar siswa)	Skala Likert
Citra Merek (X2)	Menurut Indrasari (2019:93) citra adalah persepsi konsumen terhadap kualitas suatu merek atau perusahaan.	1. Recognition (pengenalan) 2. Reputation (reputasi) 3. Afffanity (daya tarik) 4. Loyalty (loyalitas)	Skala Likert
Kepercayaan (X3)	Menurut Mowen dan Minor dalam Ningsih (2021:123) Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek atributnya dan manfaatnya.	1. Kemampuan 2. Integritas 3. Kebaikan hati	Skala Likert

Kepuasan (Y)	Menurut Ningsih dan Segoro dalam Hermanto (2019:21) kepuasan adalah respons emosional yang ditunjukkan oleh pelanggan selama proses pembelian produk atau layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian konsumen 2. Minat berkunjung kembali 3. Ketersediaan merekomendasikan ke orang lain 	Skala Likert
--------------	--	---	--------------

Sumber: peneliti (2024)

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

3.6.1 Skala dan angka penafsiran

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk menilai sikap dan persepsi responden, dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dimana jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada Tabel 3.4 berikut.

Tabel 3.4 Tabel skala likert (Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner)

No	Pernyataan	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Hasil penelitian, 2024

Dengan Skala Likert, maka variabel yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban dari pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada pada pernyataan tersebut. Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.5 di bawah ini.

$$\begin{aligned} \text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Tabel 3.5 Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATAGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- f = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digubakan analisis linier berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas, citra merek, dan kepercayaan terhadap kepuasan orang tua murid. Selain itu juga Analisis regresi dipakai untuk memprediksi, bagaimana

suatu variabel mempengaruhi variabel lain dan untuk mengetahui bentuk-bentuk hubungan tersebut antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3), (X_n) dengan satu variabel terikat (Sahir, 2021:51). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Kepuasan)
a = Konstanta (titik potong dengan sumbu Y)
 $b_1...b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3
 X_1 = Kualitas
 X_2 = Citra Merek
 X_3 = Kepercayaan
e = Variabel Pengganggu

Sumber: Sahir (2021:152)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Metode yang dapat digunakan adalah metode enter, stepwise, backward, serta forward. Khusus penelitian ini penulis akan menggunakan metode enter.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan

untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi. Suatu alat pengukur dikatakan valid, apabila alat itu mengukur apa yang perlu diukur oleh alat tersebut misalnya mengukur berat suatu benda dengan menggunakan timbangan (Widodo, dkk, 2023: 53). Menurut Azwar dalam Malay (2022-8) syarat yang harus dipenuhi untuk item kuesioner dianggap valid yaitu harus memiliki kriteria ialah jika lebih dari 0,3 maka dikatakan valid, dan jika kurang dari 0,3 maka dikatakan tidak valid.

Perhitungan validitas dari sebuah instrumen dapat menggunakan rumus korelasi product moment atau dikenal juga dengan korelasi pearson. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r hitung = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)

n = Jumlah responden

Sumber: Widodo, dkk (2023:56)

2. Uji Reabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Menurut Widodo, dkk (2023:60) Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Reliabilitas tes adalah tingkat keajegan (konsistensi) suatu tes, yakni sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang ajeg,

relatif tidak berubah walaupun diteskan pada situasi yang berbeda-beda. Reliabilitas adalah seberapa besar derajat tes mengukur secara konsisten sasaran yang diukur.

Dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Menurut Nunnally dalam Malay (2022-19) Dalam uji reliabilitas digunakan teknik Alpha Cronbach, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Di ukur dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = Nilai reliabilitas
- $\sum S_i^2$ = Jumlah variabel skor setiap item
- S_t^2 = Varians total
- k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Widodo, dkk (2023:64)

Namun pada penelitian ini pemeriksaan reliabilitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan menggunakan Statistical Program for Social Sciences (SPSS). Untuk melihat reliabilitas dari kuesioner dapat melihat nilai Cronbach Alpha yang tertera pada tabel Resilience Statistics hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan seluruh alat yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik

yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantaranya meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Sahir (2021:69) Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki analisis grafik dan uji statistik, dengan ketentuan” (tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan). Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan aplikasi SPSS dengan ketentuan yaitu:

- a. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.
- b. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sahir (2021:69) Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Sugiono dalam Sahir (2021:69-70) pengertian Heteroskedastisitas adalah varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Spearman, dengan langkah yang harus dilakukan dengan menguji ada tidaknya masalah Heteroskedastisitas dalam hasil regresi dengan menggunakan korelasi Spearman adalah dengan formula.

Menurut Sahir (2021:70) Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan”, sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada Heteroskedastisitas.

- b. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data ada Heterokedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat pola gambar scatter plot atau dengan uji statistik seperti uji Glajser atau uji Park. Namun pada penelitian ini SPSS akan digunakan dengan pendekatan grafis yang meliputi pemeriksaan sampel citra point cloud yang dihasilkan oleh SPSS. Heterogenitas dikatakan tidak terjadi apabila titik-titiknya tersebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan ke kanan atau ke kiri angka nol pada sumbu X.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Sahir (2021:70-71) Uji Multikolonieritas merupakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi Multikolonieritas menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL), F merupakan variance inflation faktor. Ketika R_j^2 mendekati satu atau dengan kata lain ada kolinearitas variabel independen maka VIF akan naik dan Jika $R_j^2 = 1$, maka nilai tidak terhingga. Jika nilai VIF semakin membesar, maka diduga ada Multikolonieritas antar variabel independen atau jika VIF melebihi angka 10 maka bisa disimpulkan ada Multikolonieritas. Masalah Multikolonieritas juga bisa dideteksi dengan melihat nilai tolerance. VIF yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS.

3.6.5 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/simultan (uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Menurut Sahir (2021:53)

Percobaan F ini dipakai buat mengenali terdapat tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian dicoba dengan metode menyamakan angka Fhitung dengan Fhitung dengan Ftabel pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0 : \beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
 $H_a : \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung
 R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda
k = Jumlah variabel bebas
n = Jumlah sampel

Sumber: Sugiono dalam Sahir (2021:53)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel pada taraf 0,05 dengan ketentuan:

a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa stock opname, dan harga pokok penjualan secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap profit.

b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan stock opname, dan harga pokok penjualan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap profit.

2. Koefisien determinasi R²

Menurut Sahir (2021:54) Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan R² pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai R² semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = nilai koefisien determinasi

R² = Nilai koefisien kolerasi

Pengujian koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila R² = 0 berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R² mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (uji t)

Menurut Sahir (2021:53) Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H₀ : t hitung \leq t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

H₁ : t hitung $>$ t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

Menurut Sugiyono dalam Sahir rumus untuk menguji uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n} - k - 1}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t : Nilai Uji t

r : Koefisien Kolerasi

r² : Koefisien Kolerasi di K

Berikut dasar analisi yang digunakan pada uji t,

a. Perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel}:

1. Jika |t_{hitung}| < t_{tabel}, maka H₀ diterima dan H_α ditolak.

Artinya jika variabel independen yang diteliti kurang dari t_{tabel}, secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Jika |t_{hitung}| > t_{tabel}, maka H₀ ditolak dan H_α diterima.

Artinya jika variabel independen yang diteliti lebih dari t_{tabel}, secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel}:

1. Jika nilai signifikansi > taraf nyata (0,05), maka H₀ diterima dan H_α ditolak.

Artinya jika signifikan lebih dari 0,05 maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikansi < taraf nyata (0,05), maka H₀ ditolak dan H_α diterima.

Artinya jika signifikan kurang dari 0,05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran umum perusahaan

SDIT Miftahul Ulum merupakan lembaga pendidikan yang berawal dari Yayasan Panti Asuhan Yatim Piatu pada tahun 1991. Yayasan ini didirikan dengan tujuan memberikan pelayanan kepada anak-anak yang kurang beruntung, khususnya dalam hal pendidikan. Pada awal berdirinya, yayasan juga mendirikan sekolah Taman Kanak-Kanak atau biasa disebut RA untuk menyediakan pendidikan pra-sekolah bagi anak-anak usia dini.

Pada tahun 2000, dalam rangka memperluas cakupan pendidikan mereka, yayasan ini mendirikan SDIT Miftahul Ulum sebagai sarana pendidikan Islam yang menyeluruh, mencakup pendidikan umum dan pendidikan agama Islam. Pada saat itu, proses seleksi untuk masuk ke SDIT Miftahul Ulum sudah dijalankan dengan ketat, dimana hanya 29 dari 38 pendaftar yang berhasil diterima sesuai dengan prosedur standar yang melibatkan tes psikologi atau tes kematangan sekolah.

Pada tahun ajaran 2013/2014, SDIT Miftahul Ulum telah tumbuh menjadi lembaga pendidikan yang memiliki 658 murid aktif. Visi dan misi sekolah ini sangat jelas, yaitu memberikan kemampuan dasar umum yang berkualitas tinggi, yang tidak hanya mencakup aspek akademik tetapi juga pendidikan karakter yang kuat berbasis nilai-nilai Islami. Tujuan utama pendidikan di SDIT Miftahul Ulum adalah mengintegrasikan pengetahuan, keterampilan, dan sikap Islami dalam proses belajar mengajar, serta membentuk kepribadian yang baik melalui pembiasaan aqidah yang benar, ibadah yang tepat, akhlak yang mulia, pemikiran yang terdidik, serta menjaga kesehatan tubuh dan melaksanakan amal-amal yang diperintahkan dalam Al-Qur'an.

Dengan demikian, SDIT Miftahul Ulum tidak hanya menjadi tempat belajar bagi para siswa, tetapi juga menjadi pusat pengembangan karakter dan spiritualitas yang bertujuan untuk mencetak generasi penerus yang kompeten dan bermoral dalam masyarakat. Sekolah SDIT Miftahul Ulum juga mempunyai visi, misi dan tujuan yaitu:

1. Visi

SDIT MIFTAHUL ULUM sebagai sekolah Islam yang menghasilkan generasi cerdas, beriman, berakhlak, dan rajin ibadah serta mampu berkomunikasi dengan bahasa Inggris.

2. Misi

SDIT MIFTAHUL ULUM menyelenggarakan pendidikan Islami yang merujuk kepada Al-Quran dan As-Sunnah serta berorientasi kepada pengembangan aspek ruhiyyah, fikriyah dan jasmaniah hingga terbentuk pribadi anak didik yang memiliki aqidah salimah, ibadah shohihah, akhlaq karimah, badan sehat dan kuat, akal yang cerdas dan tangkas serta beramal sholihah”.

3. Tujuan

SDIT MIFTAHUL ULUM Memberikan kemampuan dasar umum dengan mengintegrasikan pengetahuan keterampilan dan sikap Islami dan membentuk kepribadian yang soleh, aqidah salimah, ibadah shohihah, akhlaq karimah, fikrah dzakiah, badan yang sehat dan kuat serta amaliyah qur’aniyah.

4.1.2 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, karakteristik responden menjadi fokus utama untuk memahami demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, dan penghasilan. Informasi ini menjadi krusial karena memungkinkan kita untuk mengidentifikasi profil orang tua murid yang berpotensi memasukkan anak mereka ke SDIT Miftahul Ulum.

Dengan memahami demografi responden secara mendalam, kita dapat mengaitkan jawaban mereka terhadap pernyataan yang disampaikan dengan perilaku mereka secara keseluruhan. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan jelas mengenai aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah untuk anak mereka.

Dibawah ini penulis sajikan tabel karakteristik responden secara lengkap termasuk persentasenya. Harapannya dengan diketahui karakteristik tersebut maka dapat diketahui kaitan antara jawaban responden atas pernyataan yang disampaikan dengan perilaku responden sehingga akan jauh lebih jelas nantinya.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden

KARAKTERSTIK	KATAGORI	JUMLAH	PRESENTASE
Jenis Kelamin	Laki-Laki	0	0,00 %
	Perempuan	85	100,00 %
Jumlah		85	100,00 %
Usia	25 - 35 tahun	16	18,8 %
	36- 45 tahun	56	65,9 %
	46 - 55 tahun	13	15,3 %
Jumlah		85	100,00 %
Penghasilan	1 Juta - 3 Juta	6	7,1 %
	3,1 Juta - 5 Juta	31	36,5 %
	5,1 Juta - 7 Juta	33	38,8 %
	Diatas 7 Juta	15	17,6 %
Jumlah		85	100,00 %

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan data survei yang diketahui bahwa Orang Tua Murid SDIT Miftahul Ulum yang mengisi kuesioner 100% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa para ibu memiliki tingkat keterlibatan yang sangat tinggi dalam menentukan pilihan pendidikan yang dianggap terbaik bagi anaknya. Para ibu ini biasanya mempertimbangkan berbagai faktor termasuk kurikulum islam, lingkungan yang mendukung pengembangan karakter anak. Partipasi penuh perempuan ini juga mencerminkan pentingnya peran perempuan dalam pengambilan keputusan mengenai pendidikan dan masa depan anak-anak mereka.

Jika dilihat dari usia, orang tua murid SDIT Miftahul Ulum ini mayoritas yang berusia umur dari 36 tahun hingga 45 tahun sebanyak 65,9%. Orang tua ini cenderung memilih untuk menyekolahkan anak-anaknya mereka di sekolah dasar islam terpadu (SDIT) Miftahul Ulum, karena mereka percaya bahwa pendidikan yang diberikan disana mampu menggabungkan kurikulum akademis dengan nilai-nilai agama yang kuat, yang dianggap penting dalam membentuk karakter anak sejak dini.

Terakhir, jika dilihat dari tingkat penghasilan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum sebesar 38,8% memiliki gaji sebanyak 5,1 juta - 7 juta per bulannya,

menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka memiliki penghasilan yang jauh diatas UMP (Upah Minimum Provinsi) di Jawa provinsi Jawa Barat yang berada di kisaran 1 hingga 2 juta. Hal ini menyoroti kesenjangan yang besar antara pendapatan orang tua murid dengan standar upah minimum yang ditetapkan provinsi tersebut, menceminkan kemampuan finansial yang lebih baik dari sebagian orang tua murid dalam konteks ekonomi daerah.

4.1.3 Tanggapan Responden

Dalam sebuah penelitian, tanggapan responden yang merupakan jawaban atas apa yang ada dalam benak pikiran responden menjadi hal yang sangat penting. Ini karena apa yang mereka sampaikan merupakan data awal yang akan di gunakan untuk berbagai uji nantinya. Oleh sebab itu proses pengumpulan data yang dilakukan khususnya lewat kuesioner yang benar-benar diperhatikan ke absahannya. Tujuannya agar data yang didapatkan tersebut mewakili persepsi yang ada pada diri masing-masing responden bukan sekedar isi.

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 85 responden orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere, dibawah ini disajikan deskripsi tanggapan responden yang berhubungan dengan masing-masing variabel bebas yang diteliti sebagai berikut:

1. Kualitas Pendidikan (X_1)

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel kualitas sebagai berikut:

Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=F(X)/n]
			FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Dukungan yang berasal dari masukan	Pertanyaan 1	-	0%	2	2.4%	7	8.2%	51	60.0%	25	29.4%	354	4.16
2		Pertanyaan 2	-	0%	8	9.4%	9	10.6%	39	45.9%	29	34.1%	344	4.05
3	Kondisi yang memungkinkan	Pertanyaan 3	-	0%	4	4.7%	11	12.9%	40	47.1%	30	35.3%	351	4.13
4		Pertanyaan 4	-	0%	5	5.9%	6	7.1%	39	45.9%	35	41.2%	359	4.22
5	Suasana sekolah	Pertanyaan 5	-	0%	3	3.5%	7	8.2%	40	47.1%	35	41.2%	362	4.26
6		Pertanyaan 6	-	0%	4	4.7%	6	7.1%	40	47.1%	35	41.2%	361	4.25
7	Proses belajar mengajar	Pertanyaan 7	-	0%	8	9.4%	9	10.6%	39	45.9%	29	34.1%	344	4.05
8		Pertanyaan 8	-	0%	4	4.7%	11	12.9%	40	47.1%	30	35.3%	351	4.13
9	Hasil belajar siswa	Pertanyaan 9	-	0%	5	5.9%	6	7.1%	39	45.9%	35	41.2%	359	4.22
10		Pertanyaan 10	-	0%	3	3.5%	7	8.2%	40	47.1%	35	41.2%	362	4.26
RATA-RATA			-	0%	5	5.4%	8	9.3%	41	47.9%	32	37.4%	355	4.17

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Tabel 4.2 diatas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kualitas mulai dari indikator pertama yaitu dukungan berasal dari masukan sampai dengan indikator terakhir yaitu hasil belajar siswa. Pada indikator pertama yaitu dukungan berasal dari masukan dengan pernyataan pertama, sebanyak 60,00% responden menjawab setuju dan 29,4% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,16 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa dukungan berasal dari masukan turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan kedua, sebanyak 45,9% responden menjawab setuju dan 34,1% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,05 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa dukungan berasal dari masukan turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator kedua yaitu kondisi yang memungkinkan dengan pernyataan ketiga, sebanyak 47,1% responden menjawab setuju dan 35,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,13 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kondisi yang memungkinkan mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan keempat, sebanyak 45,9% responden menjawab setuju dan 41,2% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,22 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kondisi yang memungkinkan turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator ketiga yaitu suasana sekolah dengan pernyataan kelima, sebanyak 47,1% responden menjawab setuju dan 41,2% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,26 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa suasana sekolah mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan keenam, sebanyak 47,1% responden menjawab setuju dan 41,2% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,25 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa suasana sekolah turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator keempat yaitu proses belajar mengajar dengan pernyataan ketujuh, sebanyak 45,9% responden menjawab setuju dan 34,1% menjawab sangat setuju

dengan angka penafsiran sebesar 4,05 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa proses belajar mengajar mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan kedelapan, sebanyak 47,1% responden menjawab setuju dan 35,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,13 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa proses belajar mengajar turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator kelima atau terakhir yaitu hasil belajar siswa dengan pernyataan kesembilan, sebanyak 45,9% responden menjawab setuju dan 41,2% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,22 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa hasil belajar siswa mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan kesepuluh, sebanyak 47,1% responden menjawab setuju dan 41,2% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,26 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa hasil belajar siswa turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Selanjutnya sampaikan bahwa secara total untuk variabel kualitas, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada banyak 47,9% responden menjawab setuju dan 37,4% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,17 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa variabel kualitas turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

2. Citra (X_2)

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel citra sebagai berikut:

Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Citra

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=F(X)/n]
			FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Pengenalan	Pernyataan 1	-	0%	-	0%	7	8.2%	53	62.4%	25	29.4%	358	4.21
2		Pernyataan 2	-	0%	6	7.1%	5	5.9%	50	58.8%	24	28.2%	347	4.08
3	Reputasi	Pernyataan 3	-	0%	3	3.5%	4	4.7%	52	61.2%	26	30.6%	356	4.19
4		Pernyataan 4	-	0%	-	0%	6	7.1%	52	61.2%	27	31.8%	361	4.25
5	Daya tarik	Pernyataan 5	-	0%	-	0%	4	4.7%	54	63.5%	27	31.8%	363	4.27
6		Pernyataan 6	-	0%	1	1.2%	9	10.6%	43	50.6%	32	37.6%	361	4.25
7	Loyalitas	Pernyataan 7	-	0%	9	10.6%	10	11.8%	39	45.9%	27	31.8%	339	3.99
8		Pernyataan 8	-	0%	3	3.5%	12	14.1%	40	47.1%	30	35.3%	352	4.14
RATA-RATA			-	0%	3	3.2%	7	8.4%	48	56.3%	27	32.1%	355	4.17

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Tabel 4.3 diatas menunjukkan tanggapan responden atas variabel citra mulai dari indikator pertama yaitu pengenalan sampai dengan indikator terakhir yaitu loyalitas. Pada indikator pertama yaitu pengenalan dengan pernyataan pertama, sebanyak 62,4% responden menjawab setuju dan 29,4% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,21 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pengenalan turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan kedua, sebanyak 58,8% responden menjawab setuju dan 28,2% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,08 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pengenalan turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator kedua yaitu reputasi dengan pernyataan ketiga, sebanyak 61,2% responden menjawab setuju dan 30,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,19 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa reputasi mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan keempat, sebanyak 61,2% responden menjawab setuju dan 31,8% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,25 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa reputasi turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator ketiga yaitu daya tarik dengan pernyataan kelima, sebanyak 63,5% responden menjawab setuju dan 31,8% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,27 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa daya tarik mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan keenam, sebanyak 50,6% responden menjawab setuju dan 37,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,25 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa daya tarik turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator keempat atau terakhir yaitu loyalitas dengan pernyataan ketujuh, sebanyak 45,9% responden menjawab setuju dan 31,8% menjawab sangat setuju

dengan angka penafsiran sebesar 3,99 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa loyalitas mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan kedelapan, sebanyak 47,1% responden menjawab setuju dan 35,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,14 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa loyalitas turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Selanjutnya sampaikan bahwa secara total untuk variabel citra, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada banyak 56,3% responden menjawab setuju dan 32,1% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,17 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa variabel citra turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

2. Kepercayaan (X_3)

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel kepercayaan sebagai berikut:

Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Kepercayaan

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=F(X)/n]
			FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Kemampuan	Pernyataan 1	-	0%	0	0%	2	2.4%	56	65.9%	27	31.8%	365	4.29
2		Pernyataan 2	-	0%	0	0%	5	5.9%	50	58.8%	30	35.3%	365	4.29
3	Integritas	Pernyataan 3	-	0%	3	3.5%	15	17.6%	46	54.1%	21	24.7%	340	4.00
4		Pernyataan 4	-	0%	0	0%	13	15.3%	49	57.6%	23	27.1%	350	4.12
5	Kebaikan Hati	Pernyataan 5	-	0%	0	0%	3	3.5%	54	63.5%	28	32.9%	365	4.29
6		Pernyataan 6	-	0%	1	1.2%	11	12.9%	43	50.6%	30	35.3%	357	4.20
RATA-RATA			-	0%	1	0.8%	8	9.6%	50	58.4%	27	31.2%	357	4.20

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Tabel 4.4 diatas menunjukan tanggapan responden atas variabel kepercayaan mulai dari indikator pertama yaitu kemampuan sampai dengan indikator terakhir yaitu kebaikan hati. Pada indikator pertama yaitu kemampuan dengan pernyataan pertama, sebanyak 65,9% responden menjawab setuju dan 31,8% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,29 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kemampuan turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan kedua, sebanyak 58,8% responden menjawab setuju dan 35,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,29 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa

sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kemampuan turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator kedua yaitu integritas dengan pernyataan ketiga, sebanyak 54,1% responden menjawab setuju dan 24,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,00 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa integritas mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan keempat, sebanyak 57,6% responden menjawab setuju dan 27,1% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,12 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa integritas turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator ketiga atau terakhir yaitu kebaikan hati dengan pernyataan kelima, sebanyak 63,5% responden menjawab setuju dan 32,9% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,29 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kebaikan hati mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum. Pada pernyataan keenam, sebanyak 50,6% responden menjawab setuju dan 35,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,20 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kebaikan hati turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

Selanjutnya sampaikan bahwa secara total untuk variabel kepercayaan, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada banyak 58,4% responden menjawab setuju dan 31,2% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,20 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa variabel kepercayaan turut mempengaruhi kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum.

3. Kepuasan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, di bawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel kepuasan sebagai berikut:

Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Kepuasan

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=F(X)/n]
			FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Kesesuaian konsumen	Pertanyaan 1	-	0%	-	0%	7	8.2%	59	69.4%	19	22.4%	352	4.14
2		Pertanyaan 2	-	0%	-	0%	7	8.2%	50	58.8%	28	32.9%	361	4.25
3	Minat berkunjung kembali	Pertanyaan 3	-	0%	-	0%	11	12.9%	48	56.6%	26	30.6%	355	4.18
4	Ketersediaan merekomendasikan keorang lain	Pertanyaan 4	-	0%	-	0%	13	15.3%	39	45.9%	33	38.8%	360	4.24
5		Pertanyaan 5	-	0%	-	0%	9	10.6%	42	49.4%	34	40.0%	365	4.29
RATA-RATA			-	0%	-	0%	9	11.04%	48	56.0%	28	32.9%	359	4.22

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Tabel 4.5 diatas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kepuasan mulai dari indikator pertama yaitu kesesuaian konsumen sampai indikator terakhir yaitu ketersediaan merekomendasikan keorang lain. Pada indikator pertama yaitu kesesuaian konsumen dengan pernyataan pertama, sebanyak 69,4% responden menjawab setuju dan 22,4% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,14 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pendidikan yang diberikan sekolah SDIT Miftahul Ulum sesuai dengan keinginan dari orang tua murid. Pada pernyataan kedua, sebanyak 58,8% responden menjawab setuju dan 32,9% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,25 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pendidikan yang diberikan sekolah SDIT Miftahul Ulum sesuai dengan keinginan dari orang tua murid.

Pada indikator kedua yaitu minat berkunjung kembali dengan pernyataan ketiga, sebanyak 56,6% responden menjawab setuju dan 30,6% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,18 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa minat dari orang tua untuk memasukan anaknya lagi ke sekolah SDIT Miftahul Ulum.

Pada indikator ketiga atau terakhir yaitu ketersediaan merekomendasikan keorang lain dengan pernyataan keempat, sebanyak 45,9% responden menjawab setuju dan 38,8% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,24 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa orang tua murid bersedia merekomendasikan sekolah SDIT Miftahul Ulum ke saudara maupaun orang lain. Pada pernyataan kelima, sebanyak 49,4% responden menjawab setuju dan 40,0% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,29

(setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa orang tua murid bersedia merekomendasikan sekolah SDIT Miftahul Ulum ke saudara maupaun orang lain.

Selanjutnya sampaikan bahwa secara total untuk variabel kepuasan, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada banyak 56,0% responden menjawab setuju dan 32,9 menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,22 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa semua indikator kepuasan yang terdiri dari kesesuaian konsumen, minat berkunjung kembali, dan ketersediaan merekomendasikan keorang lain tersebut menjadi acuan bagi responden dalam memasukan anaknya kembali ke sekolah SDIT Miftahul Ulum.

4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid atau reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan reabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan sejauh mana alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin di ukur. Untuk mengetahui valid atau tidaknya data maka kolom yang dapat dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Dianggap valid jika $r_{hitung} > 0,300$. Untuk melihat tingkat validitas semua item pernyataan kuesioner yang penulis susun dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji validitas Variabel Kualitas Pendidikan

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	r_{hitung}	KETERANGAN	SIMPULAN
1	Dukungan Yang Berasal Dari Masukan	Pertanyaan 1	0,449	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2		pertanyaan 2	0,683	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Kondisi Yang Memungkinkan	Pertanyaan 3	0,633	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4		Pertanyaan 4	0,689	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
5	Suasana Sekolah	Pertanyaan 5	0,532	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
6		Pertanyaan 6	0,699	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
7	Proses Belajar Mengajar	Pertanyaan 7	0,683	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
8		Pertanyaan 8	0,633	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
9	Hasil Belajar Siswa	Pertanyaan 9	0,689	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
10		Pertanyaan 10	0,532	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Data diatas 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 tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4.7 Hasil Uji validitas Variabel Citra

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	r_{hitung}	KETERANGAN	SIMPULAN
1	Pengenalan	Pertanyaan 1	0,556	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2		pertanyaan 2	0,542	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Reputasi	Pertanyaan 3	0,557	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4		Pertanyaan 4	0,685	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
5	Daya Tarik	Pertanyaan 5	0,733	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
6		Pertanyaan 6	0,683	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
7	Loyalitas	Pertanyaan 7	0,523	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
8		Pertanyaan 8	0,471	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Data diatas 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 citra tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4.8 Hasil Uji validitas Variabel Kepercayaan

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	r_{hitung}	KETERANGAN	SIMPULAN
1	Kemampuan	Pertanyaan 1	0,480	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2		pertanyaan 2	0,717	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Integritas	Pertanyaan 3	0,583	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4		Pertanyaan 4	0,484	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
5	Kebaikan Hati	Pertanyaan 5	0,460	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
6		Pertanyaan 6	0,499	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Data diatas 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 kepercayaan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4.9 Hasil Uji validitas Variabel Kepuasan

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	r_{hitung}	KETERANGAN	SIMPULAN
1	Kesesuain Konsumen	Pertanyaan 1	0,708	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2		pertanyaan 2	0,629	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Minat Berkunjung Kembali	Pertanyaan 3	0,411	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4	Ketersediaan Rekomendasi Ke orang lain	Pertanyaan 5	0,713	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
5		Pertanyaan 6	0,738	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Data diatas 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 kepuasan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu alat pengukuran dapat diandalkan atau dipercaya jika digunakan berulang kali untuk mengukur fenomena yang sama. Suatu kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden atas pertanyaan yang sama tetap konsisten dari waktu ke waktu. Sebuah instrumen dikatakan (*reliabel*) jika memiliki koefisien reliabilitas atau *Cronbach's alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Berikut ini disajikan daftar nilai *Cronbach's alpha* untuk semua variabel dalam penelitian ini, baik variabel independen maupun variabel dependen, berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS.

Tabel 4.10. Hasil Uji Reabilitas

NO	VARIABEL	Cronbach α	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kualitas Pendidikan	0,888	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
2	Citra	0,841	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
3	Kepercayaan	0,781	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
4	Kepuasan	0,833	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Data di atas memperlihatkan bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* yang tercantum dalam Tabel *Reliability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan SPSS untuk setiap variabel lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian ini adalah (reliabel) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

4.1.5 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 seorang melakukan analisis linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi (1) uji normalitas (2) uji multikolinieritas (3) uji heteroskedastitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah residual atau kesalahan dalam model regresi berdistribusi normal. Diketahui bahwa uji F dan uji t mengasumsikan residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, uji statistik tidak valid

untuk sampel kecil. Uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan histogram, grafik, atau *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam analisis *Kolmogorov-Smirnov*, residual dianggap berdistribusi normal jika nilai *Asymp Sig (2-tailed)* > tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$). Berikut disajikan hasil uji analisis *Kolmogorov-Smirnov* dalam tabel berikut:

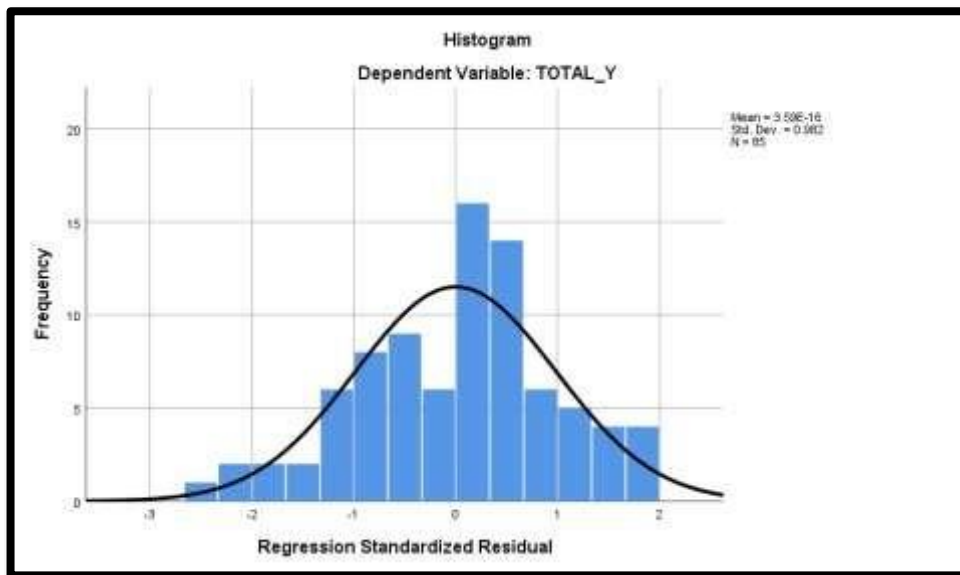
Tabel 4.11 Tabel Analisis *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.20952893
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.036
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas dalam penelitian ini diperkuat dengan pendekatan histogram untuk uji normalitas adapun hasilnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Pada grafik histogram di atas, terlihat bahwa variabel memiliki distribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh bentuk histogram yang simetris, tidak condong ke kanan

maupun ke kiri. Oleh karena itu, model regresi dapat dianggap layak untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak. Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* $> 0,1$ atau *VIF* < 5 . Di bawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) nya.

Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)

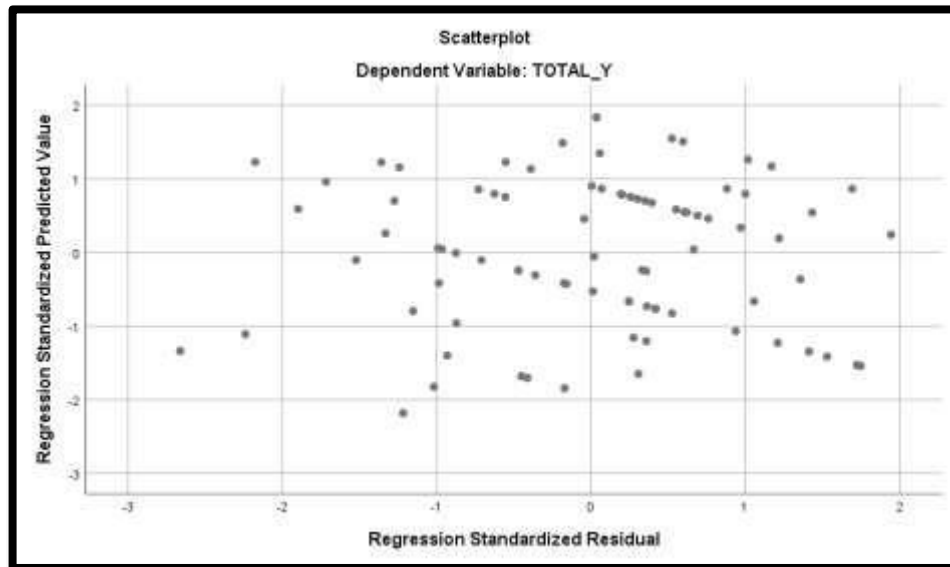
VARIABEL	COLLINEARITY STATISTICS			
	TOLERANCE		VIF	
	HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
Kualitas Pendidikan	0,310	$> 0,1$	3,230	< 5
Citra	0,310	$> 0,1$	3,221	< 5
Kepercayaan	0,457	$> 0,1$	2,118	< 5

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* variabel independen yang ada diatas 0,1 serta nilai *VIF* variabel independennya semua dibawah 5 yang berarti bawah tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian residual tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lain, kondisi ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan pendekatan grafik. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas menggunakan pendekatan grafik yang disampaikan oleh penulis.



Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastitas Dengan Pendektan Grafik

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Grafik Scatterplot di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak tanpa membentuk pola yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi tersebut layak digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen berdasarkan variabel independennya.

4.1.6 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, uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linear Berganda

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), didapatkan tabel Coefficients seperti terlihat pada Tabel 4.13. di bawah ini. Dari tabel tersebut dapat diambil beberapa kesimpulan, salah satunya adalah persamaan regresi linier berganda.

Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.252	1.339		.935	.353		
	TOTAL_X1	.115	.042	.271	2.721	.008	.310	3.230
	TOTAL_X2	.200	.067	.296	2.981	.004	.310	3.221
	TOTAL_X3	.365	.077	.390	4.758	.000	.457	2.188

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

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

$$Y = 1.252 + 0,115X_1 + 0,200X_2 + 0,365X_3$$

Yang berarti bahwa:

1. Konstanta sebesar 1.252 yang berarti jika variabel kualitas, citra, dan kepercayaan dianggap nol maka variabel kepuasan hanya sebesar 1.252.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pendidikan diperoleh nilai sebesar 0,115 yang berarti bahwa kualitas pendidikan mengalami kenaikan satu poin sementara variabel citra dan kepercayaan diasumsikan tetap maka kepuasan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,115.
3. Koefisien regresi variabel citra diperoleh nilai sebesar 0,200 yang berarti bahwa citra mengalami kenaikan satu poin sementara variabel kualitas pendidikan dan kepercayaan diasumsikan tetap maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,200.
4. Koefisien regresi variabel kepercayaan diperoleh nilai sebesar 0,365 yang berarti bahwa kepercayaan mengalami kenaikan satu poin sementara variabel kualitas pendidikan dan citra diasumsikan tetap maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,365.

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau dikenal dengan Uji Simultan bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh semua variabel bebas (independent) dalam hal ini kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (dependent). Adapun hasil Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel Anova di bawah ini.

Tabel 4.14 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	372.358	3	124.119	81.811	.000 ^b
	Residual	122.889	81	1.517		
	Total	495.247	84			

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 81,811. Sementara itu nilai F_{tabel} yang dilihat pada Tabel Nilai-nilai Untuk Distribusi F adalah. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai $F_{hitung} = 81,811 >$ dari $F_{tabel} = 2,710$. Ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok.

3. Koefisien Determinasi

Setelah variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok, maka untuk melihat seberapa besar pengaruhnya dapat dilihat pada Tabel Summary hasil perhitungan dengan menggunakan *Stastical Program for Social Sciene* (SPSS), seperti terlihat dibawah ini:

Tabel 4.15 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 ^a	.752	.743	1.232	1.265

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,743 atau 74,3%. Ini berarti bahwa variabel independen berupa kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok sebesar 74,3% sedangkan sisanya sebesar 25,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya lokasi, harga, promosi dan sebagainya.

4. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Tahap terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t, yang juga dikenal sebagai Uji Parsial. Berbeda dengan Uji F yang bertujuan untuk melihat pengaruh secara keseluruhan, Uji t ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau parsial. Dalam penelitian ini, akan dianalisis bagaimana pengaruh kualitas pendidikan terhadap kepuasan, pengaruh citra terhadap kepuasan, serta pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan orang tua murid di SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok.

Hasil Uji t dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel Coefficients 4.12 di atas, dengan memperhatikan nilai t dan nilai signifikansinya (sig). Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada salinan tabel di bawah ini.

Tabel 4.16. Hasil Uji t (Uji Parsial)

VARIABEL	t		sig		KESIMPULAN
	t _{hitung}	t _{tabel}	HASIL	$\alpha = 5\%$	
Kualitas Pendidikan	2,721	> 1,663	0,008	< 0,05	Berpengaruh Signifikan
Citra	2,981	> 1,663	0,004	< 0,05	Berpengaruh Signifikan
Kepercayaan	4,758	> 1,663	0,000	< 0,05	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Guna melihat H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} diatas dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 1,663. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Secara parsial kualitas pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum karena t_{hitung} (2,721) > t_{tabel} (1,663) serta nilai signifikasinya 0,008 kurang dari 0,05.
- Secara parsial citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum karena t_{hitung} (2,981) > t_{tabel} (1,663) serta nilai signifikasinya 0,004 kurang dari 0,05.
- Secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum karena t_{hitung} (4,578) > t_{tabel} (1,663) serta nilai signifikasinya 0,000 kurang dari 0,05.

5. Pengaruh Dominan

Untuk mengetahui variabel independen yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen, dapat dilakukan dengan melihat nilai *Standardized Coefficient Beta* seperti yang terlihat pada Tabel 4.12 di atas. Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dengan nilai *Standardized Coefficient Beta* terbesar adalah variabel kepercayaan, yaitu sebesar 0,365 yang berarti bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok.

4.2 Pembahasan

Penelitian melibatkan 85 responden untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel X1 yaitu kualitas Pendidikan, X2 yaitu citra, X3 yaitu kepercayaan terhadap pengaruhnya pada variabel Y yaitu kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok. Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana saat ini penulis menganalisis apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi orang tua murid menyekolahkan anaknya ke sekolah SDIT Miftahul Ulum sehingga perlu dilakukan penelitian diantaranya dengan menggunakan variabel kualitas, citra, dan kepercayaan maka permasalahan tersebut mulai terjawab.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah disebar dinyatakan valid karena rhitung $> 0,3$. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua memiliki koefisien keandalan atau cronchbach's alpha $> 0,6$. Hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian adalah $Y = 1.252 + 0,115X_1 + 0,200X_2 + 0,365X_3$.

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 1.252 yang berarti jika variabel kualitas, citra, dan kepercayaan dianggap nol maka variabel kepuasan hanya sebesar 1.252.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas pendidikan diperoleh nilai sebesar 0,115 yang berarti bahwa kualitas mengalami kenaikan satu poin sementara variabel citra dan kepercayaan diasumsikan tetap maka kepuasan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,115.
- c. Koefisien regresi variabel citra diperoleh nilai sebesar 0,200 yang berarti bahwa citra mengalami kenaikan satu poin sementara variabel kualitas dan kepercayaan

diasumsikan tetap maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,200.

- d. Koefisien regresi variabel kepercayaan diperoleh nilai sebesar 0,365 yang berarti bahwa kepercayaan mengalami kenaikan satu poin sementara variabel kualitas dan citra diasumsikan tetap maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,365.

Lebih lanjut dalam upaya mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam nilai *Adjusted R Square* adalah 0,743 atau 74,3%. Ini berarti bahwa variabel independen berupa kualitas, citra, dan kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere sebesar 74,3% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor-faktor lain sebesar 25,7%.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh jawaban dari rumusan masalah yang diteliti. Pertama, pembahasan menjelaskan pengaruh kualitas, citra, dan kepercayaan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere secara simultan.

Berdasarkan uji F, didapatkan nilai F hitung sebesar 81,811 dengan nilai signifikansi 0,000. Sebagai perbandingan diperoleh nilai F tabel pada derajat bebas 3 dan 81 pada alpha 5 persen sebesar 2,710. Hasil tersebut menunjukkan nilai F hitung lebih dari nilai F tabel ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($sig < 0,05$) sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pendidikan (X1), citra (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap kepuasan (Y) secara simultan. Lebih lanjut, diketahui pula pengaruh antar variabel penelitian.

Secara keseluruhan, analisis penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel meliputi variabel antara kualitas pendidikan (X1), citra (X2), dan kepercayaan (X3) pengaruh signifikansi terhadap kepuasan (Y). hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Asrie Githa Andayu (2019) yang menunjukkan bahwa analisis hubungan antara kualitas, citra dan kepercayaan terhadap kepuasan. marisa, *et al* (2022) menunjukkan bahwa variabel kualitas dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.

Kedua, pembahasan menerangkan pengaruh kualitas terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok secara parsial. Berdasarkan uji parsial menunjukkan bahwa t_{hitung} variabel kualitas adalah 2,721. Sedangkan angka t_{tabel} adalah

1,663 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) artinya bahwa variabel kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin besar upaya kualitas yang dilakukan SDIT Miftahul Ulum maka kepuasan orang tua murid juga semakin tinggi.

Hal ini sesuai dengan teori dari Hidayat (2021:2) menyatakan bahwa kualitas yang diberikan oleh sekolah dikatakan berhasil apabila mencapai tujuan dengan dukungan banyak pihak dan sesuai dengan keinginan pelanggan salah satunya orang tua murid. Dengan itu sekolah SDIT Miftahul Ulum memberikan kualitas pendidikan tidak hanya pelajaran yang umum ditambah pelajaran agama bahkan mempunyai kelas tambahan yaitu kelas tahfidz. Yang dirasa mampu memberikan kualitas yang baik untuk siswa.

Ketiga, pembahasan menerangkan pengaruh citra terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere secara parsial. Berdasarkan uji parsial menunjukkan bahwa t_{hitung} variabel citra adalah 2,981. Sedangkan angka t_{tabel} adalah 1,663 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) artinya bahwa variabel citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin besar upaya citra yang dilakukan SDIT Miftahul Ulum maka kepuasan orang tua murid juga semakin tinggi.

Hal ini sesuai dengan teori dari Kotler dan Armstrong dalam Firmansyah (2019:61) menyatakan bahwa citra merek adalah seperangkat keyakinan konsumen terhadap suatu merek tertentu. Maka sekolah SDIT Miftahul Ulum mempunyai Akreditasi A supaya orang tua yakin memasukan anaknya ke sekolah SDIT Miftahul Ulum.

Keempat, pembahasan menerangkan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere secara parsial. Berdasarkan uji parsial menunjukkan bahwa t_{hitung} variabel kepercayaan adalah 2,981. Sedangkan angka t_{tabel} adalah 4,758 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) artinya bahwa variabel citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin besar upaya kepercayaan yang dilakukan SDIT Miftahul Ulum maka kepuasan orang tua murid juga semakin tinggi.

Lebih lanjut, hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum Cinere. Hal ini memberikan pengertian bahwa semakin tinggi kepercayaan yang diberikan oleh sekolah SDIT Miftahul Ulum, maka semakin

tinggi pula rasa percaya orang tua murid memasukan anaknya ke sekolah SDIT Miftahul Ulum Cinere.

Hal ini sesuai dengan teori dari Rifai (2023:58), kepercayaan adalah Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih akan terjadi jika masing-masing memiliki kepercayaan satu sama lain. Maka dari itu sekolah SDIT Miftahul Ulum mempunyai kelas yaitu kelas Tahfidz. Kelas Tahfidz dirasa mampu memenuhi kebutuhan pendidikan agama yang lebih baik dibanding dengan sekolah islam yang ada di sekitar Cinere. Membuat orang tua percaya bahwa memasukan anaknya ke sekolah SDIT Miftahul Ulum tidak salah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan evaluasi yang dilakukan terhadap variabel dalam penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan dan saran, antara lain:

5.1 Simpulan

Sesuai dengan uraian-uraian diatas serta hasil analisis interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Secara serempak kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum karena nilai $F_{hitung} = 81,811 > \text{dari } F_{tabel} = 2,710$.
2. Secara parsial kualitas pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum karena $t_{hitung} (2,721) > t_{tabel} (1,663)$ serta nilai signifikasinya 0,008 kurang dari 0,05.
3. Secara parsial citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum karena $t_{hitung} (2,981) > t_{tabel} (1,663)$ serta nilai signifikasinya 0,004 kurang dari 0,05.
4. Secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum karena $t_{hitung} (4,578) > t_{tabel} (1,663)$ serta nilai signifikasinya 0,000 kurang dari 0,05.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil Penelitian diatas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kepuasan orang tua murid dari segi kualitas pendidikan, sebaiknya fokus pada pengembangan kurikulum yang relevan, pelatihan guru, peningkatan infrastruktur, penerapan metode pengajaran inovatif, keterlibatan orang tua, sistem evaluasi yang menyeluruh, program ekstra kurikuler, lingkungan belajar positif, pendidikan karakter, dan pemanfaatan teknologi pendidikan.
2. Untuk meningkatkan kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum dari segi citra merek, fokuslah pada penguatan identitas sekolah melalui komunikasi yang

jelas tentang keunggulan pendidikan dan nilai-nilai inti, peningkatan visibilitas melalui kegiatan komunitas dan media sosial, penyediaan fasilitas berkualitas tinggi, serta pencapaian akademik dan non-akademik yang menonjol yang mencerminkan komitmen terhadap pendidikan dan perkembangan karakter siswa.

3. Untuk meningkatkan kepuasan orang tua murid SDIT Miftahul Ulum dari segi kepercayaan, penting untuk menunjukkan transparansi dalam manajemen, membangun reputasi melalui prestasi akademik dan kegiatan positif, berkomunikasi secara terbuka dengan orang tua dan masyarakat, menyediakan laporan perkembangan siswa yang terperinci, dan memastikan bahwa kualitas pendidikan serta fasilitas selalu memenuhi standar tinggi.
4. Bagi peneliti yang akan datang disarankan melakukan penelitian dengan menambah variabel independen yang lainnya yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan misalnya harga, lokasi dan lain sebagainya agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih banyak variabel independen yang bisa mempengaruhi kepuasan orang tua murid.

DAFTAR PUSTAKA

- Aigata Dipa I Made, Anggaraini Nita Ni Putu, Ribek Ketut Pande. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Orang tua peserta didik pada Tk Kartika Mandala Denpasar. ISSN: 2721-6810 Vol 3, Hal 586-597.
- Andayu Githa Asrie. (2019). Analisis Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Orang Tua Murid Di Sanggar Seni Ayodya Pala. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* ISSN: 2598-4888 Hal 25-43.
- Fauzy, Akhmad. (2019). Metode Sampling. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Firmansyah, Anang, Muhammad. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy). Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Harjadi, Dikdik, dan Arrarini, Iqbal. 2021. Experientel Marketing Dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Milenial. Cirebon: Insenia.
- Hermanto. 2019. Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Hidayat, Rofiq. 2021. Manajemen Pendidikan Pemasaran. Sleman: Komojoyo Press.
<https://dataindonesia.id/pendidikan/detail/kemendikbud-catat-436707-sekolah-di-indonesia-pada-20232024>, (diakses 19 Januari 2024).
- Ibrahim, Tatang dan Rusdiana, A. 2021. Manajemen Mutu Terpadu *Total Quality Management*. Bandung: YRAMA WIDYA.
- Indrasari Meithiana. 2019. Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Junaris, Imam, dan Haryanti, Nik. 2022. Manajemen Pemasaran Pendidikan. Purbalingga: CV Eureka Media Aksara.
- Malay, Muhammad Nursalim. (2022). Belajar Mudah & Praktis Analisis Data dengan SPSS dan JASP. Bandar Lampung: CV Madani Jaya.
- Marisa Maya, Yolandia, dan Lusia Vivi. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan serta dampaknya terhadap Loyalitas Orang

Tua (studi kasus pada SDIT Al Muhajirin Jakarta). *Jurnal Manajemen FE-UB*
ISSN: 2746-3680 Vol 10, Hal 23-47.

Nalendra, Aditya, R A, dkk. 2021. *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Bandung:
media sains Indonesia.

Ningsih, Rahayu, Ekawati. 2021. *Prilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan
Praktek dalam Pemasaran*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta.

Purnomo, Hery, dkk. 2020. *Signifikan Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel*.
Nganjuk: CV Adjie Media Nusantara.

Rahman, Akil, Muhammad. 2021. *Manajemen Kualitas Suatu Penghantar*. Sulawesi
Selatan: CV Berkah Utami.

Rifai, Khamdan. 2023. *Kepuasan Konsumen*. Jember: UIN Khas Press.

Saat, Sulaiman, dan Mania, Sitti. 2020. *Penghantar Metodologi Penelitian*. Sulawesi:
pusaka almada.

Sahir, Hafni, Syafrida. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: kbm Indonesia.

Siregar, Wahyuni, Rini, dkk. 2022. *Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*. Medan:
CV Pusdikara Mitra Jaya.

Sitorus, Ade, Sunday, dkk. 2022. *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung:
CV Media Sains Indonesia.

Syafaruddin dan Syukri, Makmur. 2022. *Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*.
Medan: CV Pusdikra Mitra Jaya

Widiyarti, dan Suranto. 2019. *Konsep Mutu Dalam Manajemen Pendidikan Vokasi*.
Semarang: Alprin.

Widodo, Slamet, dkk. 2023. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkalpinang: cv
science tehcnodirect.