

PENGARUH CITRA SEKOLAH, KUALITAS PELAYANAN DAN *WORD OF MOUTH* (WOM) TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH SEKOLAH SMA MAITREYAWIRA KARIMUN

¹Juni Antoni, ²Dany Moenindyah Handarini, ³Ike Kusdyah Rachmawati

¹⁻³Program Studi Magister Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of school brand image, service quality, and Word of Mouth on parents' decisions to choose Maitreyawira Karimun Senior High School, Riau Islands, as the educational institution for their children. This study employed a quantitative approach using a survey method. The research population consisted of 48 parents of Maitreyawira Karimun Senior High School students' chosen using a saturated sampling technique. Data were collected through a questionnaire utilizing a five-point Likert scale. The data were analyzed using SPSS, including validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that all research instruments were valid and reliable and met the classical assumption requirements. Partially, school brand image had a positive effect on parents' decisions in selecting a school. Service quality also had a positive and significant effect on school selection decisions, as indicated by a significance value of 0.000 (<0.05). Furthermore, Word of Mouth had a positive and significant effect on school selection decisions and was identified as the most dominant variable among the independent variables. Simultaneously, school brand image, service quality, and Word of Mouth had a positive and significant effect on parents' decisions to choose Maitreyawira Karimun Senior High School, with an F-value of 21.523 and a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.595 indicates that these three variables explain 59.5% of the variance in parents' school selection decisions, while the remaining 40.5% is influenced by other factors beyond the scope of this study. The findings of this study imply that strengthening the school's brand image, maintaining excellent service quality, and fostering positive word-of-mouth communication are essential strategies for enhancing public trust and influencing parents' decisions to choose Maitreyawira Karimun Senior High School as an educational institution.

Keywords : School Brand Image, Service Quality, Word Of Mouth, School Selection Decision

PENDAHULUAN

Memilih institusi pendidikan menengah bagi anak merupakan salah satu keputusan paling penting dan memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi bagi orang tua. Secara teoretis, pengambilan keputusan ini adalah sebuah proses pemecahan masalah di mana orang tua bertindak sebagai konsumen rasional yang mengevaluasi berbagai alternatif sekolah untuk memaksimalkan utilitas dan jaminan masa depan anak. Ketepatan dalam pengambilan keputusan memilih sekolah akan berdampak positif pada pembentukan kecerdasan akademik sekaligus fondasi moral anak, serta memberikan kepuasan bagi orang tua bahwa investasi pendidikan mereka tidak sia-sia.

Dalam proses pengambilan keputusan, teori perilaku konsumen menunjukkan bahwa orang tua dipengaruhi oleh

berbagai stimulus pemasaran dari institusi maupun dari lingkungan sosialnya. Terdapat faktor-faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap kemantapan keputusan memilih sekolah, yakni Citra Sekolah, Kualitas Pelayanan, dan *Word of Mouth* (WOM). Citra Sekolah yang baik berfungsi sebagai jangkar keyakinan pertama yang mampu menurunkan persepsi risiko orang tua terhadap jasa pendidikan yang bersifat abstrak. Kualitas Pelayanan memberikan bukti fungsional yang nyata seperti keandalan guru dan fasilitas fisik. Sementara itu, *Word of Mouth* (WOM) bertindak sebagai afirmasi dan bukti sosial (*social proof*), di mana rekomendasi informal dari sesama orang tua atau kerabat sering kali dianggap jauh lebih tepercaya.

SMA Maitreyawira Karimun merupakan lembaga pendidikan swasta yang secara

khusus menonjolkan nilai-nilai karakter dan moralitas. Namun, di tengah ketatnya persaingan dengan sekolah swasta lainnya di wilayah Kabupaten Karimun, sekolah ini menghadapi fenomena stagnansi pendaftaran siswa baru. Pada tahun pertama, terdapat 29 siswa yang terdaftar, namun pada tahun kedua, hanya 22 siswa yang mendaftar, mencatatkan total murid jenjang SMA pada tahun ajaran 2025–2026 hanya berjumlah 48 orang. Kondisi ini menjadi sinyal kuat adanya hambatan dalam proses pengambilan keputusan orang tua di masyarakat terkait citra sekolah, kualitas pelayanan, dan WOM. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: 1. Menganalisis dan membuktikan pengaruh citra sekolah secara parsial terhadap pengambilan keputusan orang tua memilih SMA Maitreyawira Karimun. 2. Menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap pengambilan keputusan orang tua memilih SMA Maitreyawira Karimun. 3. Menganalisis dan membuktikan pengaruh *Word of Mouth* (WOM) secara parsial terhadap pengambilan keputusan orang tua memilih SMA Maitreyawira Karimun.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis melalui analisis statistik inferensial (Regresi Linier Berganda). Tempat penelitian dilaksanakan di SMA Maitreyawira Karimun yang berlokasi di Jalan Soekarno-Hatta No.1, Tanjung Balai Karimun pada bulan Mei hingga Juni 2026.

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausalitas (sebab-akibat). Desain penelitian kausalitas dipilih untuk membuktikan dan menganalisis hubungan pengaruh antara variabel independen, yaitu Citra Sekolah (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan *Word of Mouth* (X_3), terhadap variabel dependen,

yaitu Pengambilan Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah (Y).

Jenis dan Sumber Data

- **Jenis Data:** Data yang digunakan adalah data kuantitatif berupa angka atau skor yang diperoleh dari hasil pengukuran instrumen penelitian (kuesioner).
- **Sumber Data Primer:** Data utama diperoleh secara langsung dari responden, yaitu para orang tua siswa SMA Maitreyawira Karimun, melalui pengisian kuesioner berskala Likert.
- **Sumber Data Sekunder:** Data pendukung berupa sejarah singkat sekolah, data jumlah pendaftaran siswa, profil sekolah, serta berbagai literatur dari buku dan jurnal terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di **SMA Maitreyawira Karimun**, yang berlokasi di Jalan Soekarno-Hatta No.1, Tanjung Balai Karimun, Provinsi Kepulauan Riau. Adapun waktu pelaksanaan penelitian (penyebaran kuesioner hingga pengumpulan data) dilakukan pada bulan Mei hingga Juni 2026.

Populasi dan Sampel

- **Populasi:** Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua dari siswa-siswi yang secara aktif terdaftar di SMA Maitreyawira Karimun pada tahun ajaran 2025–2026, yang berjumlah 48 orang.
- **Sampel dan Teknik Sampling:** Mengingat jumlah populasi relatif kecil dan kurang dari 100 orang, penelitian ini menggunakan teknik Sampling Jenuh (Sensus). Dengan demikian, seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian, yaitu sebanyak 48 responden.

Teknik Analisa Data

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner diolah menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Tahapan teknik analisis data meliputi:

1. Uji Kualitas Data:

- Uji Validitas: Untuk mengukur ketepatan atau kesahihan kuesioner (menggunakan *Pearson Correlation*).
 - Uji Reliabilitas: Untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian (menggunakan *Cronbach's Alpha* > 0,60).
2. **Uji Asumsi Klasik:** Terdiri dari Uji Normalitas (untuk memastikan residual berdistribusi normal), Uji Multikolinearitas (untuk memastikan tidak ada korelasi antar variabel independen), dan Uji Heteroskedastisitas (untuk memastikan ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain).
3. **Analisis Regresi Linier Berganda:** Digunakan untuk memprediksi arah dan besaran pengaruh variabel X_1, X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y .

Persamaan regresinya adalah: $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$

4. **Uji Hipotesis:**

- Uji t (Parsial): Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
- Uji F (Simultan): Untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

5. **Uji Koefisien Determinasi (R^2):** Untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen (X_1, X_2, X_3).

Definisi Operasional Variabel

Untuk mengukur variabel-variabel tersebut, instrumen dijabarkan ke dalam sejumlah indikator yang diukur menggunakan Skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, hingga 5 = Sangat Setuju).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Citra Sekolah (X_1)	Representasi atau kesan keseluruhan yang terbentuk di benak orang tua mengenai SMA Maitreyawira Karimun berdasarkan informasi dan pengalaman.	1. Reputasi institusi yang baik 2. Identitas moralitas sekolah 3. Kredibilitas manajemen/pengelola 4. Atribut visual (kebersihan/kerapian)	Likert (1-5)
Kualitas Pelayanan (X_2)	Penilaian orang tua terhadap keunggulan layanan pendidikan yang diberikan sekolah dibandingkan dengan harapan mereka.	1. <i>Tangibles</i> (Fasilitas fisik, ruang kelas) 2. <i>Reliability</i> (Keandalan guru mengajar) 3. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap staf) 4. <i>Assurance</i> (Jaminan mutu pendidikan) 5. <i>Empathy</i> (Perhatian pada siswa)	Likert (1-5)
Word of Mouth (X_3)	Komunikasi lisan, rekomendasi, dan ulasan positif antarindividu di masyarakat mengenai kualitas SMA Maitreyawira Karimun.	1. Membicarakan hal positif sekolah 2. Merekomendasikan kepada orang lain 3. Mendorong orang lain mendaftar 4. Testimoni kepuasan yang menyebar	Likert (1-5)

Pengambilan Keputusan (Y)	Proses evaluasi dan seleksi yang dilakukan orang tua hingga mencapai kemantapan untuk mendaftarkan anaknya di sekolah ini.	1. Kemantapan sebuah pilihan (pilihan tepat) 2. Keyakinan akan masa depan anak 3. Pemenuhan kebutuhan/harapan orang tua	Likert (1-5)
----------------------------------	--	---	--------------

HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif Variabel

- Citra Sekolah (X1): Rata-rata skor variabel Citra Sekolah adalah 4,19 (kategori tinggi). Indikator tertinggi adalah "Lingkungan fisik sekolah terlihat bersih dan rapi" dengan mean 4,27.
- Kualitas Pelayanan (X2): Rata-rata skor variabel Kualitas Pelayanan adalah 4,17 (kategori tinggi). Indikator tertinggi meliputi ruang kelas yang nyaman dan perhatian sekolah terhadap pembentukan karakter/moral dengan mean masing-masing 4,23.
- *Word of Mouth* (X3): Rata-rata skor variabel WOM adalah 4,16

(kategori tinggi). Indikator tertinggi dengan mean 4,23 menunjukkan bahwa masyarakat sekitar memberikan penilaian positif dan sering terdengar ungkapan kepuasan orang tua terhadap sekolah.

- Keputusan Memilih Sekolah (Y): Rata-rata skor keputusan berada pada 4,18 (kategori tinggi). Indikator kemantapan bahwa memilih SMA Maitreyawira Karimun adalah keputusan tepat memperoleh nilai tertinggi dengan mean 4,25.

Tabel 2. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	143	55
	Perempuan	117	45
	Total	260	100
Usia	17 – 27 tahun	183	70
	28 – 37 tahun	35	13
	39 – 49 tahun	23	9
	> 50 tahun	19	7
	Total	260	100
Pendidikan	SMP Sederajat	7	3
	SMA Sederajat	29	11
	Diploma / S1	201	77
	Pascasarjana	23	9
	Total	260	100

Uji Kualitas Data

Berdasarkan hasil uji statistik, seluruh item pernyataan pada instrumen variabel Citra Sekolah (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terbukti valid, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Seluruh instrumen penelitian juga

dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat uji asumsi klasik.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang terangkum:

1. Pengaruh Parsial Citra Sekolah (X1): Citra sekolah terbukti berpengaruh positif terhadap

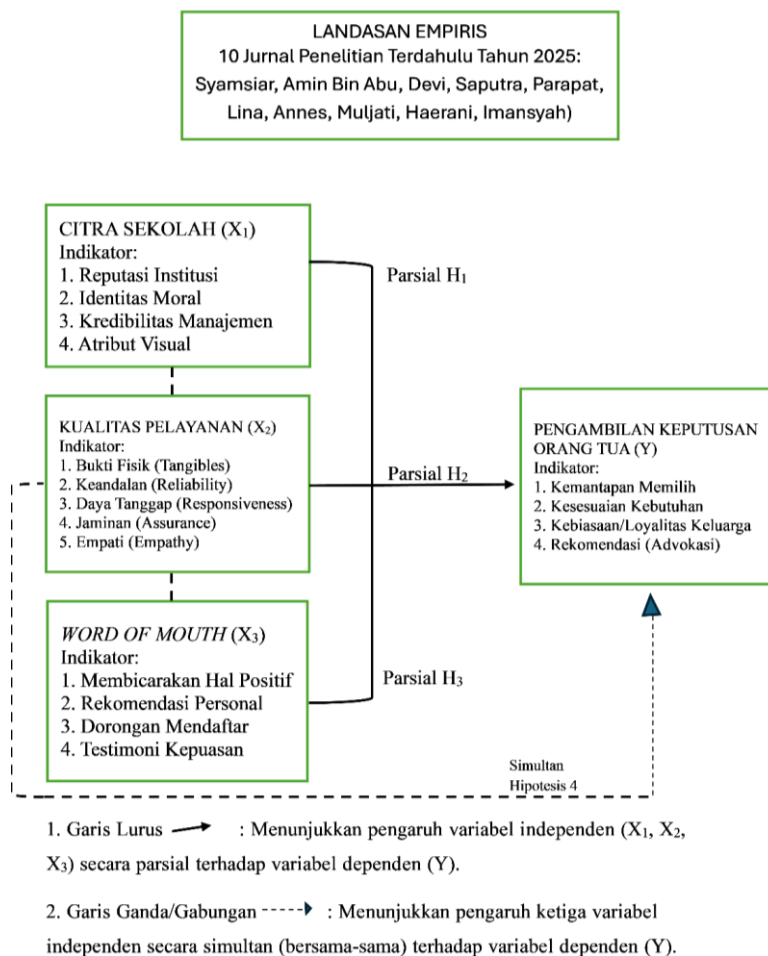
- keputusan orang tua dalam memilih sekolah.
2. Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan (X_2): Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah, ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$).
 3. Pengaruh Parsial WOM (X_3): *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah, serta diidentifikasi menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya.
 4. Pengaruh Simultan (X_1 , X_2 , X_3): Secara simultan, citra sekolah,

kualitas pelayanan, dan *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih SMA Maitreyawira Karimun, dengan nilai F hitung sebesar 21,523 dan signifikansi 0,000.

5. Nilai koefisien determinasi (R^2) diketahui sebesar 0,595. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 59,5% variasi keputusan memilih sekolah, sedangkan 40,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

KERANGKA MODEL

Gambar 1.
Kerangka Model Penelitian



KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan orang tua dalam memilih SMA Maitreyawira Karimun dipengaruhi secara kuat oleh citra sekolah, kualitas pelayanan yang dirasakan, serta efek dorongan dari *Word of Mouth* di masyarakat. Ketiga faktor tersebut secara parsial dan simultan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kemantapan keputusan orang tua, dengan variabel *Word of Mouth* menjadi faktor penentu yang paling dominan di antara yang lain. Keputusan memilih sekolah tidak sekadar dipengaruhi oleh informasi sepihak, melainkan didasarkan pada kepuasan fungsional dan bukti sosial (*social proof*) di lingkungan Kabupaten Karimun.

Implikasi

Temuan penelitian ini memberikan implikasi strategis bagi pihak yayasan maupun manajemen sekolah:

1. Peningkatan citra sekolah dan penanaman identitas moralitas sekolah harus terus dipertahankan.
2. Kualitas pelayanan yang prima, khususnya dari segi sarana prasarana fisik kelas dan keandalan kompetensi guru, harus selalu ditingkatkan agar memenuhi atau melampaui harapan orang tua.
3. Komunikasi *Word of Mouth* yang positif harus terus dirawat dengan menjadikan para orang tua siswa yang telah merasa puas sebagai mitra atau promotor organik di tengah masyarakat, guna meningkatkan kepercayaan publik terhadap SMA Maitreyawira Karimun.

DAFTAR PUSTAKA

Bin, Abu Amin. (2025). *Pengaruh brand image, fasilitas, dan kualitas layanan terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anak di SD Kidsstar Makassar* [Tesis, Program

Pascasarjana, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang].

Fadhilah, Lina Amalia Nur, & Sudarwanto, Tri. (2024). Pengaruh brand image dan kualitas layanan terhadap keputusan orang tua dalam memilih jasa pendidikan di SD Labschool UNESA 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.

Devi. (2025). *Analisis kualitas pelayanan, fasilitas dan biaya pendidikan terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di TK Bina Bangsa PIK Jakarta Utara* [Tesis, Program Pascasarjana, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang].

Haerani, Bibah, Iskandar, Rhoma, & Darmeinis. (2025). Pengaruh reputasi sekolah terhadap keputusan orang tua dalam memilih Sekolah Menengah Pertama (SMP) Islam Darul Kirom Bekasi. *Economics and Digital Business Review*.

Imansyah, Resky Gustiandi Candra. (2025). *Analisis pengaruh promosi Instagram, harga dan citra merek terhadap keputusan membeli Kopi Kepo di Arut Mentaya Coffee Sampit* [Tesis, Program Pascasarjana, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang].

Muljati, Inge Sri. (2025). *Pengaruh biaya pendidikan, kualitas akademik, dan lokasi terhadap keputusan orang tua menyekolahkan di SD Pelita Jakarta Barat* [Tesis, Program Pascasarjana, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang].

Parapat, Aghata Chrisye. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan akademik dan fasilitas terhadap loyalitas orang tua yang dimediasi oleh kepuasan orang tua dalam memilih SD Batari Medan* [Tesis, Program Pascasarjana, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang].

Wijayanti, Annes Angki, & Cahyono, Krido Eko. (2024). Pengaruh word of mouth, brand image, kualitas pelayanan terhadap keputusan orang

- tua memilih pendidikan di SDIT Hasanah Fiddaroin. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Syamsiar, Benus. (2025). *Pengaruh citra sekolah dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah dengan word of mouth (WOM) sebagai variabel intervening pada SMP Bruder Pontianak* [Tesis, Program Pascasarjana, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang].
- Saputra, Eko. (2025). *Pengaruh kualitas program, brand image dan word of mouth terhadap keputusan orang tua untuk menyekolahkan anaknya di SDIT Nurul Azmi Medan* [Tesis, Program Pascasarjana, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang].