

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOYALITAS, DAN CITRA
SEKOLAH TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH PADA TK
STRADA INDRIYASANA DI JAKARTA**

**Klementina Adepuspita Aji
Ike Kusdyah Rachmawati
Yunus Handoko**

Institut Teknologi dan Bisnis Asia, Jalan Soekarno Hatta - Rembuksari 1A
Malang, Jawa Timur

klement.adepuspitaaji@gmail.com

Abstrak

Peserta didik pada sebuah lembaga pendidikan merupakan bagian yang terpenting untuk melaksanakan program pembelajaran. Namun, saat ini lembaga pendidikan harus berjuang sungguh-sungguh untuk mendapatkan peserta didik. Hal ini dapat terjadi karena banyaknya satuan lembaga pendidikan yang berada pada satu daerah yang sama dan terjadinya penurunan angka kelahiran pada satu daerah. Meningkatkan skill (hard & soft skill) dari pengajar dan karyawan sesuai dengan perkembangan zaman merupakan salah cara untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi dari orang tua. Hal ini diharapkan dapat berdampak pada sikap loyalitas orang tua dan citra sekolah yang terbangun secara positif di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, loyalitas dan citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana di Jakarta. Penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling dengan mengambil sampel 44 responden orang tua dengan kriteria sudah 2x memilih TK Strada Indriyasana padah tahun ajaran 2023-2024. Data penelitian diolah secara kuantitatif deskripsi dengan Teknik Analisa menggunakan software aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini didukung oleh data primer dengan emnggunakan kuesioner. Analisis penelitian menunjukkan bahwa; (1) Kualitas layanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan memilih sekolah. (2) Loyalitas berpengaruh positif terhadap keputusan memilih sekolah. (3) Citra sekolah berpengaruh positif terhadap keputusan memilih sekolah. (4) Kualitas layanan, Loyalitas dan Citra sekolah secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana di Jakarta.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Loyalitas, Citra sekolah, Keputusan memilih sekolah

Abstract

Students in an educational institution are the most important part of implementing a learning program. However, currently educational institutions must struggle hard to get students. This can happen because of the large number of educational institutions in the same area and the decline in birth rates in one area. Improving the skills (hard & soft skills) of teachers and employees in accordance with the times is one way to provide services

that meet parents' expectations. This is expected to have an impact on the attitude of parental loyalty and the school's image which is built positively in the community. This study aims to determine the effect of service quality, loyalty and school image on the decision to choose a school at Strada Indriyasana Kindergarten in Jakarta. This study uses a purposive sampling technique by taking a sample of 44 parent respondents with the criteria of having chosen TK Strada Indriyasana twice in the 2023-2024 academic year. The research data was processed quantitatively and descriptively with the Analysis Technique using the SPSS application software. The results of this study are supported by primary data using a questionnaire. The research analysis shows that; (1) Service quality does not have a positive effect on the decision to choose a school. (2) Loyalty has a positive effect on the decision to choose a school. (3) School image has a positive effect on the decision to choose a school. (4) Service quality, Loyalty and School image simultaneously have a positive effect on the decision to choose a school at TK Strada Indriyasana in Jakarta.

Keywords: Service quality, Loyalty, School image, Decision to choose a school

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peserta didik dalam satuan lembaga pendidikan merupakan salah satu bagian terpenting dalam terlaksananya proses belajar mengajar. Peserta didik juga memiliki pengaruh besar terhadap eksistensi suatu lembaga pendidikan. Oleh karena itu, pada semua jenjang lembaga pendidikan melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan eksistensi mereka dengan meningkatkan kuliatas pendidikan dan membangun citra sekolah dengan terus meningkatkan mutu pembelajaran sehingga mendapatkan peserta didik yang sesuai dengan target pencapaian tiap tahun ajaran. Mendapatkan peserta didik saat ini tidaklah mudah karena banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan orang tua untuk mendaftarkan sekolah pada lembaga pendidikan yang dituju. Salah satu faktornya adalah banyaknya pilihan sekolah. Salah satunya pada jenjang pendidikan anak usia dini, berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik kota Jakarta Selatan menyebutkan bahwa jumlah TK pada tahun 2022 sebanyak 52 sekolah yang terdiri dari 50 TK Swasta dan 2 TK Negeri yang berlokasi di kecamatan Pasar Minggu, Jakarta Selatan (BPS, 2022). Dengan jumlah sekolah untuk jenjang Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) tentu saja menjadi banyak pilihan bagi orang tua murid untuk membandingkan penawaran yang diberikan antara sekolah satu dengan lainnya.

KB/TK Strada Indriyasana mengalami perubahan zaman dari tahun ke tahun yang cukup signifikan, sehingga KB/TK dituntut untuk meningkatkan kualitas layanan. Peningkatan kualitas layanan dapat berupa pendidik, manajemen, program dan fasilitas Menurut Kotler dalam (Pertiwi, 2021: 68) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kinerja dari seseorang kepada orang lain dapat berupa tindakan yang tidak berwujud dan tidak berpengaruh pada kepemilikan suatu barang atau kepada siapapun. Oleh karena itu KB/TK Strada Indriyasana berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan upgrade para pendidik dengan memberikan

kesempatan untuk mengikuti program S2, webinar secara berkala, dan pelatihan dengan mendatangkan narasumber yang berkompeten dibidang pendidikan.

Loyalitas yang ditunjukkan orang tua terhadap sekolah berupa rasa puas yang dialami orang tua terhadap sekolah layanan yang diterima dari sekolah. Menurut Oliver (1999) dalam Chandra Warsito (2021) menyampaikan bahwa loyalitas bisa menjadi hasil kepuasan konsumen. Orang tua murid yang loyalitas terhadap sekolah bersedia untuk berkerjasama dengan sekolah untuk mempromosikan pengalaman yang mereka dapat dengan orang lain. Hal ini dapat melalui word of mouth dan post dokumentasi berupa foto atau video ke sosial media pribadi orang tua. Selain itu, Menurut Beerli et al. (2002) Loyalty has been, and continues to be defined as repeat purchasing frequency or relative volume of same brand purchasing. Dapat diartikan bahwa loyalitas dapat dilihat ketika memiliki frekuensi pembelian berulang pada merek yang sama. KB/TK Strada Indriyasana telah berdiri sejak tahun 1971 yang artinya sudah 53 tahun memberikan layanan pendidikan untuk kurang lebih 6000 peserta didik. Sehingga, memungkinkan untuk orang tua memiliki frekuensi pembelian atau memilih sekolah kembali di KB/TK Strada Indriyasana.

TK Strada Indriyasana memberikan layanan yang dapat mempengaruhi Citra sekolah. menurut (Jasfar, 2009) that image represent the process of giving value to customers, as well as potential customer or costumers who are not yet loyal, who are included in other groups related to the company. Sejalan dengan pendapat diatas, KB/TK Strada Indriyasana berupaya membangun citra sekolah yang positif yang berhubungan dengan pendidikan, seperti: pendampingan anak untuk mendapatkan prestasi, program sekolah yang eksploratif dan melibatkan anak langsung, up to date dengan perubahan kurikulum, dan membangun hubungan yang baik dengan peserta didik dan orang tua. Sesuai dengan pendapat (Cheng, 2008) explain the image of the company describe the existence of trust in the relationship between parties (business-to-business and business-to-customer). Dapat diartikan bahwa hubungan yang baik dapat mendefinisikan citra sekolah yang dapat terpercaya. Hubungan yang baik dapat membangun kepercayaan orang tua untuk dapat memilih sekolah di KB/TK Strada Indriyasana. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan (Enjina et al., 2019) menyatakan citra merek dan minat berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan orang tua memilih jasa pendidikan.

Nindi (2022) dengan judul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan dengan Variabel Intervening Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Di TK ID menyimpulkan hasil penelitian bahwa citra merek tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara langsung, melainkan membutuhkan pengaruh minat beli untuk dapat memberikan pengaruh secara penuh. Ditambahkan dalam penelitian Christina, Lelys (2018) menyebutkan hal yang berbeda bahwa kualitas layanan guru menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah murid pada suatu sekolah. Guru menjadi salah satu bahan pertimbangan orang tua untuk memutuskan memilih sekolah. Hal ini dapat menjadi faktor

batalnya atau tidak minat orang tua memilih sekolah karena pengalaman secara personal yang orang tua dapat dari layanan yang diberikan oleh salah satu Guru. Selain itu, akan membuat citra sekolah mengarah pada hal negative. Hasil penelitian yang dijelaskan, dapat dinyatakan bahwa orang tua akan memilih sekolah berdasarkan minat membeli atau memilih yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang meliputi kualitas layanan yang diberikan oleh sekolah melalui Guru sebagai tenaga pendidik. Hal ini menjadi penanda bahwa sosok Guru diduga dapat menjadi hal penentu dalam memberikan layanan kepada orang tua murid dan peserta didik.

Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : Apakah pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan memilih sekolah di TK Strada Indriyasana? Apakah pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keputusan memilih sekolah di TK Strada Indriyasana? Apakah pengaruh citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah di TK Strada Indriyasana? Apakah kualitas layanan, loyalitas dan citra sekolah dapat berpengaruh secara bersama atau simultan terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di TK Strada Indriyasana?

KAJIAN TEORI

Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti terkait dengan pengaruh Kualitas layanan, Loyalitas pelanggan dan Citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah disajikan berikut ini:

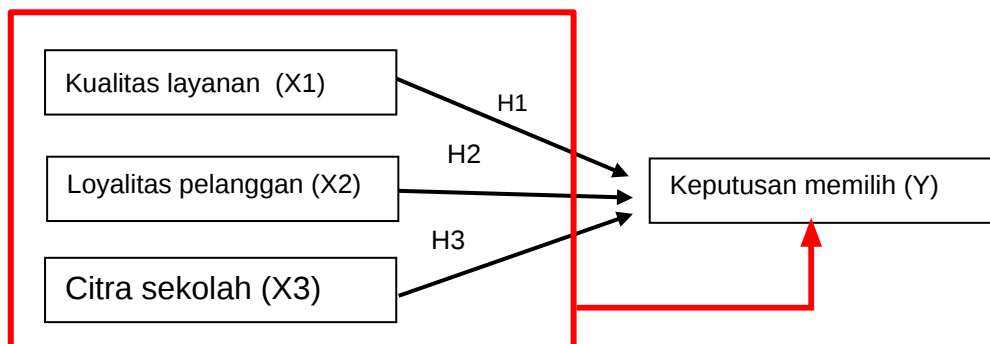
- 1) Pada penelitian yang dilakukan oleh Enno Setiawan dan Haryantini (2024) ditemukan perbedaan objek penelitian. Persamaan penelitian terletak pada variabel bebas yaitu citra merek dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan memilih sekolah. Populasi pada penelitian ini yakni semua orang tua SMP Katolik Sang Timur di Tangerang. Populasi pada penelitian tahun ini adalah orang tua yang mendaftar pada tahun ajaran 2022/2023. Survei ini dilakukan dengan kuisioner yang disebarkan ke 50 orang responden. Hipotesis diuji dengan analisis data berupa analisis asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 33 % 2 variabel Citra merek dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.
- 2) penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Aulia Mahbub, Roni Jayawinangun dan Diana Amaliasari (2023) ditemukan perbedaan dalam menguji hipotesis regresi linear sederhana. Peneliti menggunakan SPSS 25. Persamaan ditemukan pada variabel bebas yaitu citra sekolah. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan citra sekolah memiliki pengaruh yang nyata terhadap keputusan orang tua memilih sekolah. Hal ini ditunjukkan dengan 63% sedangkan sisanya 37% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian kali ini.
- 3) Pada penelitian yang dilakukan Mutamainah, Miswan Gumanti, Yolla Zelika Desastra dan Evi Novitasari (2024) ditemukan perbedaan pada objek penelitian dan tidak ada variabel bebas tentang citra sekolah dan

loyalitas pelanggan. Persamaan penelitian ditemukan pada variabel bebas kualitas layanan pendidikan. Penelitian ini menggunakan metode Slovin diperoleh 83 responden. Data penelitian menggunakan kuisioner dengan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa STES Tunas Palapa.

- 4) Pada penelitian yang dilakukan Rio Septian (2022), ditemukan perbedaan pada objek penelitian yaitu upaya meningkatkan daya saing. Sementara persamaan penelitian terletak pada variabel bebas yaitu brand image. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif mendeskripsikan strategi membangun citra ditinjau dari fungsi manajemen layanan pendidikan. Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik wawancara, observasi dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan prestasi kepala sekolah, staff dan pegawai, serta peserta didik menjadi faktor pendukung untuk menciptakan brand image.
- 5) Pada penelitian yang dilakukan oleh Sugeng Lubar Prastowo dan Bagus Manunggal (2022) ditemukan persamaan pada objek penelitian yaitu jasa Pendidikan. Sementara itu perbedaan penelitian terletak pada variabel bebas yaitu manajemen marketing di era digital. Metode penelitian menggunakan literatur review dengan sumber analisis dari artikel artikel jurnal ilmiah yang bereputasi. Hasil analisis menyatakan bahwa untuk melakukan manajemen marketing di era digital memerlukan Teknik pemasaran 7p yaitu penentuan produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik.
- 6) Penelitian dilakukan oleh Ramadani Hidayat, Nusyirwan, Safrizal (2023) menunjukkan perbedaan objek penelitian. Tetapi persamaan yang ditemukan adalah variabel bebas yaitu kualitas pelayanan. Hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan dan loyalitas siswa. Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling dan Amos Microsoft Excel 2013. Selain itu penelitian ini menggunakan ANOVA untuk menggambarkan dan menguji perbedaan respon berdasarkan karakteristik demografis responden.
- 7) Dalam penelitian Dian Sudiantini, Kardinah Indrianna Meutia, Bintang Narpati dan Farhan Saputra (2023) menunjukkan adanya persamaan dari variabel bebas yaitu kualitas layanan sekolah, loyalitas wali siswa dan keputusan orang tua memilih sekolah. Penelitian ini berbeda dalam menentukan populasi penelitian penelitian menggunakan Partial Least Square (PLS). Penelitian ini menggunakan 5 sekolah dengan perolehan siswa terbanyak dan 5 sekolah dengan perolehan siswa terendah. Dalam penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara loyalitas wali murid dengan keputusan orang tua memilih sekolah.
- 8) Pada penelitian Ezra Karamang (2022), terdapat perbedaan pada variabel bebas yaitu sosial media marketing. Sedangkan persamaan ditemukan pada variabel bebas lainnya yaitu brand image. Penelitian ini menggunakan metode Riset deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sample 100 mahasiswa. Teknik sampling menggunakan non probability

sampling dengan alat statistic regresi linear berganda dengan Tingkat signifikansi 5% untuk uji t dan uji F. Hasil peneilitian ini menunjukkan bahwa variabel Social media marketing dan Brand image berpengaruh terhadap keputusan memilih, diman brand image memiliki kontribusi lebih besar dibandingkan social media marketing.

Kerangka konseptual ini menggambarkan hubungan setiap variabel besar yaitu pengaruh kualitas layanan (X1).loyalitas pelanggan (X2). citra sekolah (X3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan memilih sekolah (Y). Adapun kerangka konseptual seperti dibawah ini :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan :



: Pengaruh secara parsial



: Pengaruh secara simultan

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam sebuah penelitian merupakan bentuk yang mendasari penelitian tersebut. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada penelitian kuantitatif peneliti akan menerjemahkan data menjadi angka untuk menganalisis hasil temuannya. Hal ini diungkapkan oleh Kasiram (2008) penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu proses menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui.

Pendekatan ini dipilih karena dalam penelitian ini meneliti hubungan antar variabel independen dan variabel dependen serta menggunakan angka dalam menganalisis hubungan antar variabel (Sugiyono, 2012). Tujuan pada penelitian ini adalah menguji hubungan antara variabel kualitas layanan pendidikan, loyalitas pelanggan dan citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah TK Strada Indriyasana

HASIL ANALISIS DATA

Hasil penelitian bersifat obyektif dan dapat diukur sehingga memungkinkan pembaca mengevaluasi dan reliabilitas penelitian. Data yang telah dikumpulkan selama penelitian dan kemuadia disajikan dalam bentuk fakta dan angka secara sistematis.

Analisa Deskripsi Karakteristik Responden

Peneliti mengumpulkan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner secara purposive sampling dan mendapatkan 44 (Empat puluh empat) responden. Cara penyebaran kuesioner adalah dengan menyebarkan *google form* langsung kepada responden. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah didistribusikan dan diisi oleh responden terdapat presentase pengembalian kuesioner yang ditunjukkan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Tingkat Pengembalian Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah	Prosentase
1	Jumlah Responden	44	100%
2	Jumlah Kuesioner yang dapat digunakan	44	100%

Berdasarkan data pada Tabel 1 jumlah responden yang telah mengisi kuesioner adalah 100% sehingga dapat digunakan sebagai bahan uji oleh peneliti. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut dapat diketahui karakteristik dari masing-masing responden.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden jika ditinjau berdasarkan usia responden disajikan dalam Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2 Data usia Responden

Usia	Frequency	Valid Precent	Comulative Percent
30 – 35	8	18.2	18.2
36 – 40	20	45.5	63.6
41 – 45	13	29.5	93.2
46 – 50	3	6.8	100
Total	44	100	

Berdasarkan data pada tabel 2 diatas, jumlah responden usia 30 – 35 sebanyak 8 orang atau 18.2 % , usia 36 – 40 sebanyak 20 orang atau 45.5 %, usia 41 – 45 sebanyak 13 orang atau 29.5% dan usia 46 – 50 sebanyak 3 orang atau 6.8 %. Hal ini disebabkan karena rata-rata usia orang tua yang memiliki anak ke dua dengan usia 3-6 tahun lebih didominasi dengan orang tua muda dengan *range* usia 30 – 35 dan 36 – 40 tahun. Sedangkan, untuk orang tua dengan usia 41 – 45 dan 46 – 50 merupakan orang tua dari anak ke 3 atau anak ke 4.

Hasil Uji Regresi

Model regresi dari pengaruh Kualitas layanan, loyalitas, citra sekolah terhadap keputusan memilih seolah pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Regresi linear berganda

Model	Unstandardize d Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
-------	------------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta	Untuk	
Constant	6.470	1.674	3.865	<0.001	
Kualitas Layanan	-0.025	0.74	-0.50	-0.335	0.739
Loyalitas	0.418	0.107	0.524	3.890	<0.001
Citra sekolah	0.377	0.133	0.439	2.841	0.007

a. Dependent variable : keputusan memilih sekolah

mengetahui pengaruh variabel independen terhadap pengaruh dependen digunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = A + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan memilih

A = Nilai konstanta

B₁ B₂ B₃ = koefisien determinasi

X₁ = Kualitas layanan

X₂ = loyalitas

X₃ = citra sekolah

Dari tabel 3 diatas mengenai hasil analisis SPSS dan output *Coefficients* maka model regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 6.470 + 0.085X_1 + 0.0025X_2 + 0.377X_3 + e$$

Nilai koefisien dari model regresi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta a = 6.470 yang artinya apabila seluruh variabel X nilainya 0, maka nilai Y adalah 6.470
2. Koefisien Kualitas Layanan (X₁) nilai koefisien sebesar – 0.025. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas layanan tidak akan diikuti terjadinya kenaikan Keputusan memilih sekolah sebesar – 0.025 dengan asumsi Loyalitas (X₂) dan Citra sekolah (X₃) tetap.
3. Koefisien Loyalitas (X₂) nilai koefisien sebesar 0.418. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk loyalitas akan diikuti terjadinya kenaikan Keputusan memilih sekolah sebesar 0.418 dengan asumsi Kualitas Layanan (X₁) dan Citra sekolah (X₃) tetap.
4. Koefisien Citra sekolah (X₃) nilai koefisien sebesar 0.377. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk citra sekolah akan diikuti terjadinya kenaikan Keputusan memilih sekolah sebesar 0.377 dengan asumsi Kualitas layanan (X₁) dan Loyalitas (X₂) tetap.

Hasil Uji Hipotesis

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas (independen) dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikat (variabel dependen). Uji koefisien determinasi (R²) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji determinasi ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model summary				
Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.869	0.756	0.737	1.123

a. Predicators : (constant), Citra sekolah, Loyalitas, Kualitas layanan
Hasil uji R bernilai 0.869 dan R square bernilai 0.756. hal ini menunjukkan bahwa Kualitas layanan (X1), Loyalitas (X2) dan Citra sekolah (X3) mampu menjelaskan Keputusan memilih sekolah (Y) sebesar 75,6 % dari total kersulurhan variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 24.4 % dijelaskan oleh variabel independen lain selain Kualitas layanan (X1), Loyalitas (X2) dan Citra sekolah (X3) yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Kualitas Layanan* terhadap Keputusan memilih sekola pada TK Strada Indriyasana

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan memilih sekolah TK Strada Indriyasana sebesar $0.739 > 0.05$ dan nilai thitung $-0,335 < t_{tabel} 2.020$ sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara variabel Kualitas layanan terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana. Hal ini tercermin dari hasil kuesioner dari responden, bahwa item pernyataan yang diberikan mendapatkan hasil yang kurang mampu membuat variabel Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana.

Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Sudiantin, Karninah Indrianna Meutia, Bintang Narpati dan Farhan Saputra (2023) dengan judul Hubungan Kualitas pelayanan, Citra sekolah dan Loyalitas siswa dan Keputusan memilih sekolah. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan orang tua memilih.

Artinya apabila Kualitas layanan yang diberikan semakin baik dapat mempengaruhi keputusan orang tua untuk memilih sekolah.

Pengaruh *Loyalitas* terhadap Keputusan memilih sekola pada TK Strada Indriyasana

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa Loyalitas memiliki pengaruh terhadap Keputusan memilih sekolah TK Strada Indriyasana sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai thitung $3.890 > t_{tabel} 2.020$, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara variabel loyalitas terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana. Hal ini tercermin dari hasil kuesioner dari responden, bahwa item pernyataan yang diberikan mendapatkan hasil yang mampu membuat variabel Loyalitas berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana.

Terdapat persamaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dian Sudiantin, Karninah Indrianna Meutia, Bintang Narpati dan Farhan Saputra (2023) dengan judul Hubungan Kualitas pelayanan, Citra sekolah dan Loyalitas siswa dan Keputusan memilih sekolah. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara Loyalitas siswa terhadap keputusan orang tua memilih. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini diukur dari

loyalitas siswa langsung. Sehingga memungkinkan untuk siswa menilai dan menunjukkan tindakan yang dapat mempengaruhi keputusan memilih sekolah.

Pengaruh *Citra sekolah* terhadap Keputusan memilih sekola pada TK Strada Indriyasana

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa Citra Sekolah memiliki pengaruh terhadap Keputusan memilih sekolah TK Strada Indriyasana sebesar $0.07 > 0.05$ dan nilai thitung $2.841 > t_{tabel} 2.020$, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara variabel citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana. Hal ini tercermin dari hasil kuesioner dari responden, bahwa item pernyataan yang diberikan mendapatkan hasil yang mampu membuat variabel Citra Sekolah berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aulia Mahbub, Roni Jayawinangun, Diana Amaliasari (2023) dengan judul Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Di SDIT Zaid Bin Tsabit. Hasil penenilitian menunjukkan citra sekolah mendapatkan rata-rata variabel dengan katogori sangat baik dari orang tua, sehingga memiliki pengaruh nyata terhdapa keputusan orang tua memilih sekolah di SDIT Zaid Bin Tsabit.

Berdasarkan hasil penelitian terhadulu Citra sekolah harus sesuai dengan ekspektasi dari orang tua sebagai bahan pertimbangan untuk memilih sekolah.

Pengaruh Kualitas layanan, Loyalitas dan Citra Sekolah terhadap Keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana.

Dari hasil penelitian diketahui signifikansi untuk pengaruh Kualitas layanan, Loyalitas, Citra sekolah secara simultan terhadap Keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana adalah sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai Fhitung $41.202 (41.2\%) > f_{tabel} 2.833$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas layanan, Loyalitas, dan Citra sekolah secara simultan terhadap Keputusan Memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana.

Dari penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Enno Setiawan dan Haryantini (2024) dengan judul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Pada SMP Katolik Sang Timur Di Tangerang. Menunjukkan hasil yang sejalan bahwa keputusan memilih sekolah merupakan hasil sinergi antara Citra merek dan Kualitas layanan yang berkontribusi mempengaruhi keputusan memilih sekolah.

Penelitian terdahulu diatas merupakan penelitian Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih keputusan memilih sekolah hal ini bisa diasumsikan bahwa jika secara parsial ketiga variable berpengaruh positif dan signifikan, maka secara simultan ketiga variabel ini juga akan berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah.

SIMPULAN dan SARAN

Bagian ini memuat kesimpulan yang diperoleh dalam bentuk uraian paragraf dengan mengacu pada rumusan masalah. Penulisan kesimpulan tidak menggunakan penomoran atau *bullet points*, tetapi berupa narasi dalam bentuk paragraf.

penelitian ini adalah untuk mencari tahu pengaruh kualitas layanan, loyalitas dan citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana di Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana; Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana; Citra Sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada Indriyasana; Kualias layanan, Loyalitas dan Citra sekolah secara simultan memiliki berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah pada TK Strada indriyasana.

DAFTAR PUSTAKA

- Amina Divina P, Ahmad Saifullah, Maisyaroh (2023). *Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Dasar*. Media Menejemen Pendidikan.
- Benhardy, K. A., Hardiyansyah, Putranto, A., & Ronadi, M. (2020). Brand image and price perceptions impact on purchase intentions: Mediating brand trust. *Management Science Letters*, 10(14), 3425–3432. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.035>
- Enno Setiawan, Haryantini (2024). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Orang tua dalam memilih sekolah pada SMP Katolik Sang Timur di Tangerang*. JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation.
- Faridhoh, Eneng Muslihah, Umi Kultsum, Agus Gunawan, (2020). *Education Marketing Management : Strategy for Improving Customer Loyalty in Cilegon Private Vocational School*. Tarbawi : Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan.
- Hardani, Andriani, R. F. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Imam Safi'i, Budhi Akbar, Ishaq Nuriadin, Subali, (2022). *Survei Kepuasan Lulusan terhadap Kualitas pelayanan di Perguruan Tinggi : Upaya Evaluasi Pengendalian Dan Peningkatan Muti Lembaga*. Manajemen Pendidikan.
- Lala Aulia Sanria Rani, Jaka Nugraha, (2021). *The Effect of Service Quality, School Image, and Student Satisfaction on Loyalty*. E
- Lenny Meitha Wulur, Theresia Militina, Gusti Noorlitaria Achamd, (2020). *Effect of Service Quality and Brand Trust On Customer Satisfation and Customer Loyalty Pertamina Hospital Balikpapan*. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR).
- Muhamamd Aulia Mahbub, Roni Jayawiangun, Diana Amaliasari (2023). *Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan Orang tua memilih*

Sekolah di SDIT Zaid bin Tsabit. Jurnal Riset Public Relations (JRPR).

- Paul Mensah Agyei, James M. Kilika, (2014). *Relationship between Corporate Image and Customer Loyalty in the Mobile Telecommunication Market In Kenya*. Management Studies.
- Rahmadani Hidayat, Nusyirwan, Safrizal, (2023). *The Effect Of Service Quality on Student Satisfaction and Student Loyalty at Madrasah Aliyah Negeri Pekanbaru*. Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting (DIJEFA).
- Setio Pramono, Ma'mun Sarna, Jono M Munandar (2017). *Kepuasan dan Loyalitas Siswa dan Orang tau terhadap Penggunaan Layanan Online Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Tampilan Laman (Web) di SMK Negeri 1 Kota Bogor*. Jurnal Manajemen dan Organisasi.
- Slamet Heri Winarno, Aloysius Rangga Aditya Nalendra, Bryan Givan, (2020). *The Effect of Service Quality, Corporate Image, and Price Perceived in Creating Customer Satisfaction and Loyalty on Education Busines*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Wardhana, A. (2022). Brand Image dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art Of Branding, January*.
- Yu-Chuan Chen, (2016). *The Impact of Marketing Strategies and Satisfaction on Student Loyalty: A Structural Equation Model Approach*.