

Pengaruh Citra Sekolah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Dengan Word of Mouth (WOM) Sebagai Variabel Intervening pada SMP Bruder Pontianak

Benus Syamsiar¹ Theresia Pradiani² Dany Moenindyah Handarini³

Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana, Institut Teknologi dan Bisnis Asia
Malang, Indonesia^{1,2,3}

Email: benusspd61@guru.smp.belajar.id¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh citra sekolah (brand image), kualitas pelayanan, terhadap keputusan orang tua memilih sekolah dengan WOM sebagai intervening pada SMP Bruder Pontianak sebagai sebuah Lembaga Pendidikan bagi anak-anak mereka. Penelitian ini memiliki latar belakang atau fenomena objek yang positif dimana dengan banyaknya jumlah sekolah swasta di Kota Pontianak dengan berbagai keunggulan masing-masing, namun SMP Bruder Pontianak tetap mendapat kepercayaan dari masyarakat untuk menyekolahkan anaknya pada lembaga ini. Target penerimaan sebanyak tujuh kelas selalu terpenuhi. Berdasarkan hasil wawancara sederhana pada saat Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dan hasil pengamatan dilapangan dan pra penelitian dilakukan, didapatkan ada tiga faktor yang menjadi pertimbangan bagi orang tua yaitu citra sekolah (brand image), kualitas pelayanan, dan word of mouth sebagai intervening. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei yang melibatkan 157 orang tua kelas tujuh dengan teknik acak (random). Data analisis menggunakan regresi untuk menguji hubungan antar variabel bebas (citra sekolah dan kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (keputusan orang tua memilih sekolah) dan word of mouth (intervening) dengan pengolahan data menggunakan SPSS 27. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Citra Sekolah (brand image) memiliki pengaruh signifikan terhadap word of mouth. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth dan terhadap keputusan memilih sekolah. Citra sekolah memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan memilih sekolah. Temuan ini memunculkan implikasi bagi SMP Bruder Pontianak untuk meningkatkan citra sekolah agar citra sekolah mampu menjadi salah satu faktor keputusan bagi orang tua memilih sekolah, selain itu memaksimalkan kualitas pelayanan agar semua warga sekolah atau orang tua mendapatkan pelayanan standar yang diberikan. Selain itu Word of Mouth telah berperan sebagai mediasi antar orang tua, teman, keluarga dan orang lain.

Kata Kunci: Citra Sekolah, Brand Image, Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Keputusan Memilih

Abstract

This study aims to analyze the influence of school image (brand image) and service quality on parents' decision to choose a school, with word of mouth (WOM) as an intervening variable, in the context of SMP Bruder Pontianak as an educational institution for their children. The background of this research is a positive phenomenon: despite the growing number of private schools in Pontianak City, each offering various strengths, SMP Bruder Pontianak continues to gain the trust of parents in enrolling their children at the institution. The school consistently meets its target of admitting seven classes annually. Based on preliminary interviews during the student admission process (PPDB) and field observations prior to the study, three main factors emerged as key considerations for parents: school image (brand image), service quality, and word of mouth as an intervening factor. This research adopts a quantitative method with a survey approach, involving 157 randomly selected parents of seventh-grade students. The data were analyzed using regression techniques to test the relationships between independent variables (school image and service quality), the dependent variable (parents' decision to choose the school), and the intervening variable (word of mouth), with data processing conducted through SPSS 27. The results reveal that school image (brand image) significantly influences word of mouth, but does not directly affect the decision-making process. Service quality, on the other hand, has a positive and significant effect both on word of mouth and on the decision to choose the school. These findings suggest important implications for SMP Bruder Pontianak: to enhance its school image so it becomes a more decisive factor in parents' school

selection, and to optimize service quality to ensure that all stakeholders—especially parents—receive standardized, high-quality services. Additionally, word of mouth serves as a mediating influence through interactions among parents, friends, family members, and others.

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



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan aspek penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Melalui pendidikan kehidupan manusia diharapkan meningkat ke taraf yang lebih baik. Proses pembelajaran yang didapatkan melalui pendidikan diharapkan mampu mengembangkan pengetahuan, keterampilan, nilai dan sikap agar dapat berkontribusi positif dalam kehidupan sebagai individu maupun dalam komunitas masyarakat. Menurut Nietzsche (2005) pendidikan merupakan proses yang membebaskan individu dari keterbatasan sosial yang normatif. Nietzsche menekankan pentingnya pendidikan moral yang baik agar dapat membantu siswa tumbuh sebagai individu yang lebih baik secara moral. (Yacek, 2023) Guna mencerdaskan kehidupan bangsa, negara memberikan hak pemenuhan pendidikan terhadap individu sebagai warga negara. Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional sebagai jaminan untuk mendapatkan kesempatan pendidikan dengan kualitas pendidikan yang merata. Maulido, *et al* (2024) pendidikan tidak sebatas memperkuat aspek kognitif tetapi juga aspek afektif dan spiritual dalam pembentukan individu secara menyeluruh. Pendidikan juga merupakan salah satu bentuk fasilitas yang diberikan oleh negara terhadap warga negaranya. Perkembangan dunia pendidikan di Kota Pontianak terus mengalami perubahan seiring waktu. Jumlah sekolah negeri maupun swasta terus berkembang seiring dengan pertumbuhan masyarakat. Sekolah negeri dan sekolah swasta juga turut berkontribusi dalam menyediakan kebutuhan dalam dunia pendidikan. Beberapa sekolah swasta berusaha dan berupaya untuk memberikan pelayanan dan berusaha untuk meningkatkan kualitas pendidikan agar seiring dan sejalan dengan perkembangan jaman. Daftar jumlah sekolah SMP Negeri dan SMP Swasta di Kalimantan Barat pada periode tahun 2021 – 2023 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Jumlah Sekolah SMP Negeri dan Swasta di Kalimantan Barat dibawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Pada Tahun 2021 – 2023

Tahun	SMP Negeri	SMP Swasta
2023	1.030	347
2022	1.023	340
2021	1.018	333

Sumber : <https://kalbar.bps.go.id> Tahun 2024

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa jumlah SMP Negeri lebih banyak dibandingkan dengan SMP Swasta, dan setiap tahun jumlah sekolah mengalami peningkatan baik SMP Negeri maupun SMP Swasta. Berbeda halnya dengan Kota Pontianak, dimana jumlah SMP Swasta lebih banyak dibandingkan dengan SMP Negeri. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Jumlah SMP Negeri dan SMP Swasta Dibawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Kalimantan Barat Tahun 2023/2024

Kabupaten / Kota	SMP Negeri	SMP Swasta
Sambas	104	26

Bengkayang	70	15
Landak	70	36
Mempawah	36	14
Sanggau	95	28
Ketapang	116	42
Sintang	114	16
Kapuas Hulu	95	6
Sekadau	57	5
Melawi	99	16
Kayong Utara	39	3
Kubu Raya	87	71
Kota Pontianak	28	51
Kota Singkawang	20	18
Kalimantan Barat	1.030	347

Sumber : <https://kalbar.bps.go.id>, Tahun 2024

Dari data perbandingan jumlah SMP Negeri dan SMP Swasta pada setiap Kabupaten / Kota di Kalimantan Barat jumlah SMP Negeri lebih banyak dibandingkan dengan SMP Swasta, berbanding terbalik dengan Kota Pontianak dimana SMP Swasta lebih banyak dibandingkan dengan SMP Negeri. Pentingnya pendidikan telah disadari oleh orang tua, berbagai inovasi dan peningkatan kualitas pelayanan harus dilakukan untuk menarik minat calon orang tua murid baru. Erah J. Anis Z (2023) setiap satuan pendidikan dihadapkan pada kompetisi yang semakin kompetitif agar lebih profesional dalam memberikan layanan. Sekolah menghadapi tantangan zaman yang mengharuskan perubahan sesuai kebutuhan masa kini. Penulis sempat melakukan survei sederhana kepada beberapa orang tua yang kembali memutuskan untuk menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak. Kotler, P and K.L. Keller (2012) mengatakan bahwa *brand image* adalah persepsi seseorang tentang suatu lembaga atau organisasi berdasarkan apa yang dilihat, dirasakan, dan dialami sendiri hingga muncul penilaian baik atau buruk terhadap lembaga atau organisasi tersebut. SMP Bruder Pontianak dianggap sebagai salah satu sekolah favorit dengan fasilitas lengkap dengan biaya terjangkau bagi kalangan menengah ke bawah. Bagi orang tua, hal ini sangat membantu dalam hal memberikan pendidikan yang bermutu bagi anak-anaknya dengan harga terjangkau. Beasiswa bagi siswa berprestasi juga diberikan dengan membebaskan biaya SPP bagi peringkat pertama hingga lima secara umum di tiap jenjang. Untuk siswa-siswi yang berasal dari keluarga kurang mampu juga diberikan keringanan biaya pendidikan. Bahkan bagi juara satu hingga juara tiga ujian sekolah tingkat SD dibebaskan dari biaya pendaftaran ke SMP Bruder Pontianak.

Menurut McDaniel (2006), proses pengambilan keputusan memilih sekolah terdiri dari mengevaluasi kebutuhan anak, mengumpulkan atau mencari informasi dan mengevaluasi semua alternatif yang tersedia. Mencari referensi di internet atau mendapatkan informasi dari rekan, kerabat, atau pihak yang dapat dipercaya (WOM) merupakan salah satu usaha dalam mendapatkan pendidikan yang berkualitas dan tepat bagi anak. Orang tua yang kembali memutuskan untuk menyekolahkan anaknya menyampaikan bahwa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada mereka. Informasi terkini dari sekolah selalu disampaikan melalui grup whatsapp orang tua. Kalender akademik yang dapat dilihat pada website sekolah, orang tua dapat menyampaikan ijin jika anaknya sakit melalui whatsapp kepada wali kelas tanpa harus membuat surat yang resmi kecuali jika lebih dari tiga hari. *Word of mouth* memiliki kontribusi terhadap peningkatan loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui mediasi kepercayaan. Semakin tinggi *word of mouth*, maka kepercayaan pelanggan pun meningkat, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas (Huda dan Nugroho, 2020). Bagi orang tua dan siswa yang telah memiliki pengalaman baik terhadap sekolah akan berbagi informasi kepada teman,

keluarga atau kerabat. Penyebaran informasi melalui *word of mouth* tidak hanya terbatas pada komunikasi lisan saja dari mulut kemulut, tetapi dapat juga di sebarakan melalui media sosial pribadi orang tua seperti status whatsapp, Instagram, facebook, tiktok, dan YouTube.

Word of Mouth (WOM) yang beredar di masyarakat tentang SMP Bruder Pontianak sangat baik. Orang tua mengapresiasi hasil pendidikan karakter, lingkungan sekolah yang strategis, lingkungan sekolah yang aman karena dijaga satpam selama dua puluh empat jam, lingkungan sekolah yang terpadu mulai dari tingkat TK hingga SMA sehingga mempermudah bagi orang tua yang memiliki anak pada usia sekolah berjenjang dalam hal antar jemput, dan pelibatan orang tua dalam mendukung kegiatan sekolah juga diwadahi dalam paguyuban orang tua. Setiap kali ada acara besar seperti Pentas Seni dan Budaya Imlek orang tua menjadi bagian panitia dalam kegiatan tersebut. Orang tua merasa dihargai karena dilibatkan sehingga merasa memiliki peran dalam mendukung kesuksesan anak-anak dalam meningkatkan minat dan bakat anak-anaknya. Acara yang dikemas secara meriah dan profesional membuat orang tua bersemangat dan bangga untuk berperan sebagai humas sekolah membagikan momen tersebut di media sosial pribadi masing-masing. Perilaku ini tanpa disadari meningkatkan citra positif sekolah ditengah-tengah masyarakat. SMP Bruder Pontianak dibawah naungan Yayasan Pendidikan Sekolah Bruder (YPSB) adalah salah satu sekolah Katolik yang sejak tahun 1956 memberikan kontribusi yang nyata dalam dunia pendidikan di Kalimantan Barat. Hal ini dapat dilihat pada usia sekolah yang telah berusia 69 tahun. Sebagai salah satu sekolah swasta Katolik yang ada di Kota Pontianak, SMP Bruder Pontianak selalu berusaha meningkatkan layanan kepada seluruh peserta didik dan orang tua. Hal ini tercermin pada visi misi sekolah untuk memberikan layanan yang prima kepada semua warga sekolah, berpihak pada yang lemah dan dengan *motto* berjuang dalam kasih meraih prestasi.

SMP Bruder Pontianak konsisten mengukir prestasi baik dalam bidang akademik maupun non akademik dengan meraih beberapa penghargaan lomba. Penghargaan lomba tersebut antara lain juara I Lomba Cerdas Cermat Permuseuman dan Kesenian Daerah mewakili Kalimantan Barat di Tingkat Nasional pada tahun 2023, Juara I lomba Vocal Solo Lagu Daerah tingkat Kota Pontianak dalam Festival Lomba dan Seni Siswa Nasional (FLS2N) tahun 2023, Juara II Olimpiade Penelitian Siswa Indonesia Tingkat Nasional Tahun 2024, Juara I English Speech Contest (I Can Read) Kategori B tingkat SMP Tahun 2024, Juara I Lomba Menyanyi Solo Tingkat SMP Katolik se-Kalimantan Barat dalam HUT 115 Gereja Katedral Pontianak Tahun 2024, dan Juara I Tournament Offline Game Free Fire Jurnal Coffee Tahun 2024. Eksistensi SMP Bruder Pontianak sudah dikenal luas oleh masyarakat Kota Pontianak dan sekitarnya. Kedalaman proses pendidikan yang dilalui peserta didik dalam proses pembentukan karakter dapat dilihat pada nilai-nilai sekolah yaitu *Simpliciter*, *Confidenter*, *Community*, dan *Competency*. *Simpliciter* menekankan pada kerendahan hati, keramahan dan anti kekerasan. Memperlihatkan semangat melayani dan mengutamakan kebutuhan orang lain. *Confidenter* menekankan pada rasa percaya diri yang bersumber pada Tuhan, rasa hormat terhadap ciptaan, dan transformasi diri. Menunjukkan semangat untuk bersandar pada Tuhan dan memiliki keyakinan yang kuat. *Community* menekankan pada pentingnya membangun dan menjaga komunitas yang harmonis dan saling mendukung. Nilai *community* ini memperlihatkan semangat untuk bekerja sama dan membangun relasi yang positif. *Competency* menekankan pada pentingnya memiliki kompetensi yang kuat, seperti Tangguh, kreatif, jujur, bertanggung jawab, dan menjunjung tinggi kebenaran. Serta memperlihatkan semangat untuk terus belajar dan mengembangkan diri.

Langkah nyata dalam implementasi nilai-nilai sekolah dapat ditemukan dalam kegiatan pembinaan karakter peserta didik dalam hal spiritual misalnya ada kegiatan rekoleksi di setiap jenjang kelas setiap tahun ajaran, retreat yang dilaksanakan di luar kota, pendampingan dalam

ajang lomba, konseling dengan guru bimbingan konseling, perayaan hari besar keagamaan, kegiatan kelas inspirasi oleh para profesional dalam dunia usaha, bakti sosial ke panti asuhan, dan berpartisipasi mengumpulkan bantuan sosial untuk masyarakat dan bagi warga sekolah yang mengalami musibah. Peningkatan dalam bidang sarana dan prasana juga terus ditingkatkan. Sejak tahun 2018 gedung baru SMP Bruder Pontianak telah diresmikan oleh Walikota Pontianak Sutarmidji dan Bapak Uskup Agung Pontianak Mgr. Agustinus Agus. Ruang kelas yang sebelumnya hanya menggunakan kipas angin dan LCD proyektor sekarang sudah dilengkapi dengan AC dan TV monitor dengan penerangan ruangan yang sangat baik. Halaman sekolah yang luas dan asri. Lahan parkir yang luas bagi orang tua dan guru. Upaya yang dilakukan dalam rangka peningkatan kualitas SMP Bruder tersebut selaras dengan percepatan dalam proses penerimaan peserta didik baru selama empat tahun terakhir. Setiap tahun terjadi peningkatan jumlah penerimaan peserta didik baru dan jumlah yang mendaftar selalu fluktuatif setiap tahunnya. Data penerimaan peserta didik baru dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Data Penerimaan Peserta Didik Baru di SMP Bruder Pontianak Tahun 2019 - 2024

Tahun	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Target
2019 / 2020	123	109	232	245
2020 / 2021	111	117	228	245
2021 / 2022	127	136	263	245
2022 / 2023	130	116	246	245
2023 / 2024	136	115	251	245
2024 / 2025	138	124	272	245

Sumber: Tata Usaha SMP Bruder Pontianak, Tahun 2024

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa setiap tahun terjadi peningkatan dalam jumlah penerimaan peserta didik baru. Peningkatan jumlah peserta didik baru ini tentu memunculkan rasa ingin tahu penulis mengenai faktor-faktor apa yang mempengaruhi orang tua untuk memilih SMP Bruder Pontianak. Penulis sempat melakukan wawancara sederhana kepada beberapa orang tua tentang citra sekolah, layanan yang diberikan, fasilitas yang memadai, pendekatan yang humanis maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang memfokuskan pembahasan pada Pengaruh Citra Sekolah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah dengan *Word of Mouth* sebagai variabel Intervening pada SMP Bruder Pontianak. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan dkk (2023), Damanik dkk (2022), Sya'idah dan Jauhari (2024) menyatakan bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih sekolah. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Zainurin (2011) di Malaysia, yang berjudul "*Factor that Influence Parent's Choice of Pre-School Education in Malaysia*". Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sekolah yang dipilih orang tua adalah sekolah berbasis Bahasa Inggris dan berbasis agama. Lebih lanjut, faktor yang mempengaruhi pemilihan tersebut adalah branding terkenal, fasilitas keselamatan dan keamanan, dan kualitas pengajaran dan kebersihan. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Nobita dkk (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sekolah memiliki pengaruh lebih besar, disusul dengan citra sekolah dan budaya sekolah.

Hasil penelitian tersebut tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustikaningrum Hidayati (2018) mengenai kepuasan pelanggan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap *word of mouth*, selain itu ditemukan kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth*. Selain itu ada juga penelitian yang berbeda dengan yang telah disebutkan di beberapa alinea sebelumnya yakni penelitian oleh Justin Roy Balinado, Yogi Tri Prasetyo, Michael Nayat Young, Satria Fadil Persada, Bobby Ardiansyah Miraja, Anak Agung Ngurah Perwira Redi (2021). Penelitian tersebut

menyimpulkan bahwa tiga dari lima indikator dalam kualitas pelayanan yakni *tangibles*, *responsiveness* dan *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. I Gede Sindy Artha Wiguna, Saparso, Lidia Sandra (2024) dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth (WOM) yang Dimediasi oleh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Orang Tua Siswa di Sekolah Cendekia Harapan Badung Bali menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan, namun beberapa penelitian terdahulu yang menganalisis *brand image* dalam keputusan pembelian menemukan hasil yang berlawanan Hidayat, (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa citra merek (*brand image*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal yang sama didukung oleh penelitian Parengkuan et al, (2014) yang menyatakan bahwa *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pemaparan penelitian tersebut, maka terdapat celah permasalahan/ penelitian (gap research).

Berdasarkan beberapa teori dan fakta yang ada, judul penelitian Pengaruh Citra Sekolah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Dengan Wom Sebagai Variabel Intervening Pada Smp Bruder Pontianak dipilih untuk diteliti oleh peneliti. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah citra sekolah (*brand image*) berpengaruh terhadap *word of mouth*? Apakah ada pengaruh langsung kualitas pelayanan yang diberikan terhadap *word of mouth*? Apakah citra sekolah berpengaruh terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak? Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak? Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak? Apakah citra sekolah (*brand image*) berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih SMP Bruder Pontianak melalui *word of mouth*? Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya ke SMP Bruder Pontianak melalui *word of mouth*?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, tujuan penelitian yang ingin di capai adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui apakah citra sekolah (*brand image*) berpengaruh langsung terhadap *word of mouth*. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung kualitas pelayanan yang diberikan terhadap *word of mouth*. Untuk mengetahui apakah citra sekolah berpengaruh terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak. Untuk mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak. Untuk mengetahui apakah citra sekolah (*brand image*) berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih SMP Bruder Pontianak melalui *word of mouth*. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya ke SMP Bruder Pontianak melalui *word of mouth*. Penelitian ini difokuskan pada orang tua yang anaknya sedang menempuh pendidikan SMP Bruder Pontianak pada jenjang kelas tujuh. Penelitian ini meneliti dua variabel independen, yaitu citra sekolah (*brand image*), dan kualitas pelayanan, serta satu variabel terikat yaitu *word of mouth* dan satu variabel dependen yaitu keputusan orang dalam memilih SMP Bruder Pontianak.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan sebuah cara atau metode penelitian yang berfokus pada nilai-nilai positif, dengan menganalisa data statistik untuk menguji hipotesis berdasarkan data yang dikumpulkan melalui instrument terstruktur dari populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini untuk mengamati citra sekolah dan kualitas

pelayanan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah dengan *word of mouth* sebagai variabel intervening. Tujuannya adalah untuk mencari tahu pengaruh antara citra sekolah dan kualitas pelayanan dengan *word of mouth* sebagai intervening terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anak di SMP Bruder Pontianak. Lokasi penelitian dilaksanakan di SMP Bruder Pontianak, dengan alamat Jl. A.R. Hakim No. 92 Darat Sekip, Kec. Pontianak Kota. Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78243. Subjek yang diteliti adalah orang tua peserta didik kelas tujuh SMP Bruder Pontianak tahun pelajaran 2024-2025. Waktu pengumpulan data dilakukan pada rentang bulan Mei – Juni 2025 melalui kuesioner kepada orang tua siswa-siswi SMP Bruder Pontianak. Pengumpulan data dengan cara responden mengisi kuesioner melalui *google-form* yang dikirim atau disebarakan melalui whatsapp group orang tua masing -masing kelas.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah orang tua siswa-siswi kelas tujuh SMP Bruder Pontianak yang masih aktif pada tahun pelajaran 2024-2025 sebanyak 258 orang. Sampel adalah bagian dari populasi yang ditentukan menggunakan teknik tertentu dan dipakai untuk mewakili keseluruhan populasi dalam proses analisis dan penarikan kesimpulan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random* (acak) dengan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error (5%), maka diperoleh perhitungan

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \qquad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{258}{1 + 258(0.05)^2} = \frac{258}{1 + 258(0.0025)} = \frac{258}{1 + 0.645} = \frac{258}{1.645} \approx 156.83$$

Dilakukan pembulatan maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 157 orang.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Jenis-jenis data tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Data Primer. Data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penggunaan kuesioner disertai dengan pilihan jawaban berskala likert dengan menentukan tingkat penilaian mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari lima poin pilihan yang tersedia.
2. Data Sekunder. Data yang didapatkan tidak secara langsung dari objek atau subjek penelitian yang dapat diperoleh dari sumber data kedua yaitu orang tua siswa kelas tujuh SMP Bruder Pontianak dan diambil dari sumber literatur untuk tinjauan pustaka seperti jurnal penelitian yang telah terbit sebelumnya dan buku yang relevan. Studi Pustaka yang digunakan sebagai data dan sumber-sumber yang relevan seperti buku teks dan jurnal ilmiah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum SMP Bruder Pontianak

SMP Bruder Pontianak merupakan pengembangan karya pendidikan para Bruder dalam kongregasi Maria Tak Bernoda (MTB). Hal ini sebagai salah satu wujud kepedulian dan keprihatinan akan ketertinggalan bangsa dan negara di bidang pendidikan, khususnya di

Kalimantan Barat. Penyerahan kedaulatan dari kolonial Belanda kepada Indonesia membawa perubahan besar termasuk dalam dunia Pendidikan termasuk sekolah-sekolah yang dikelola para Bruder MTB yang ada di Pontianak. Dalam pengakuan kedaulatan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) disepakati bahwa para pejabat kolonial (sebagai guru, para Bruder termasuk dalam kalangan ini) diberi kesempatan untuk memilih kewarganegaraan. Mgr. Van Valenberg dengan mengutip ensiklik 'Maximum Illud' yang menyatakan bahwa para misionaris dianjurkan tidak melibatkan diri dalam politik, menyesuaikan diri dengan masyarakat setempat dengan mempelajari bahasanya dan tidak membawa adat kebiasaan tanah air sendiri serta tidak mengabdikan diri demi kepentingan tanah air sendiri. Setelah mendengar kutipan dari Mgr. Van Valenberg, para Bruder yang waktu itu menjabat sebagai kepala sekolah atau pimpinan lokal dengan senang hati menjadi warga Negara Indonesia dan terus menangani pendidikan (sekolah). Kemudian para Bruder mendirikan sebuah yayasan yang diberi nama Yayasan Pendidikan Sekolah Bruder (YPSB) dengan alamat Jl. A.R. Hakim No 92 Pontianak untuk menaungi lembaga pendidikan yang telah ada sebelumnya. Sebelum menjadi SMP Bruder Pontianak, sekolah ini dikenal sebagai Sekolah Dagang. Di mulai pada tahun 1937 sampai 1946. Bruder Bruno MTB kala itu dipercayai sebagai kepala sekolah. Sekolah dagang ini didirikan karena keprihatinan para pioneer Bruder-Bruder MTB akan situasi anak-anak yang kurang bisa diterima serta enggan untuk bersekolah di sekolah-sekolah orang Belanda saat itu. Karena pekerjaan orang tuanya kebanyakan berniaga baik kecil-kecilan maupun besar.

Sekolah ini kemudian menjadi sangat favorit karena lulusannya segera bisa mendapatkan pekerjaan di kantor-kantor pemerintahan dan kantor perusahaan. Bahkan pengusaha-pengusaha dari pulau Jawa memakai jasa perantara untuk menarik lulusannya agar bekerja pada perusahaannya. (huijbergen dan ujung-ujung dunia 179, 2004). Kemudian berganti menjadi SMEP (Sekolah Menengah Ekonomi Pertama). Sekolah ini tidak berlangsung lama juga usianya. Karena setelah Indonesia merdeka sistem pendidikan Indonesia hanya mengenal 3 tingkatan sekolah yaitu Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan Sekolah Menengah Atas (SMA)/SMEA/STM. Maka pada tahun 1956-1957 setelah Indonesia merdeka, SMEP beralih menjadi SMP. Sesuai dengan tuntutan zaman, SMEP oleh pemerintah telah diperuntukan untuk anak setingkat SMP maka menjadi SMP pada tahun 1956 sampai sekarang. Sejarah ini menunjukkan SMP Bruder Pontianak bukan hanya lembaga pendidikan yang mapan, tetapi juga memiliki peran penting dalam perkembangan pendidikan di Pontianak. SMP Bruder Pontianak beralamat di Jl. A.R. Hakim No. 92, Darat Sekip, Pontianak Kota, Kalimantan Barat. Di bawah naungan Yayasan Pendidikan Sekolah Bruder (YPSB), yang merupakan bagian dari kongregasi Bruder Maria Tak Bernoda (MTB). Sekolah dengan visi *komunitas pendidikan yang berintegritas kristiani, berkarakter Pancasila, unggul akademik dan non akademik, dengan berpihak pada yang lemah*. Disertai misi (1). Membentuk siswa yang bertaqwa kepada Tuhan yang Maha Esa sesuai nilai-nilai kristiani. (2). Membentuk keharmonisan dalam keberagaman budaya tanpa diskriminasi. (3). Membentuk siswa berkarakter sesuai dengan nilai-nilai Pancasila. (4). Meningkatkan semangat kebersamaan membangun lingkungan hijau (*green environment*). (5). Membentuk siswa unggul dalam bidang iptek, seni budaya, dan olah raga. (6). Membentuk suasana belajar aktif, inovatif, kreatif, efektif, dan menyenangkan menuju generasi 5.0.

SMP Bruder Pontianak menggunakan Kurikulum Merdeka (P5 Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila). Sistem pembelajaran lima hari penuh dalam seminggu. Terdapat bimbingan belajar dan pengayaan sebagai persiapan lomba ditambah dengan berbagai kegiatan ekstrakurikuler untuk pengembangan minat dan bakat. Gedung tiga lantai. Ruang kelas berjumlah 21 ruang. Masing-masing ruang dilengkapi dua unit AC, TV monitor, lemari buku, meja kursi, pencahayaan terang dan sirkulasi udara yang baik. Laboratorium (komputer,

Bahasa, dan IPA) Fasilitas olah raga (lapangan voli, lapangan basket, tenis meja, badminton), ruang musik, Aula, dan perpustakaan. SMP Bruder Pontianak adalah sekolah dengan Akreditasi "A" No. SK Akreditasi 746/BAN-SM/SK/2019. Kepala Sekolah (2023-sekarang) Ferdianus Jelahu, S.Pd. Jumlah siswa tahun 2024/2025 berjumlah 767 siswa yang terdiri dari 404 laki-laki, dan 363 perempuan. 21 rombongan belajar, rasio siswa per rombel 36 – 37 orang. Jumlah guru 31 orang. Keunggulan yang dimiliki SMP Bruder Pontianak adalah sekolah yang mampu membentuk disiplin dan kepribadian siswa-siswi dengan kegiatan budaya sekolah diantaranya retreat dan rekoleksi, latihan dasar kepemimpinan bagi pengurus OSIS, selalu ikut berpartisipasi dalam ajang lomba Olimpiade Nasional, menyelenggarakan kompetisi bagi internal dan eksternal dalam ajang SMP Bruder Cup, dan festival dan budaya Imlek. Hal ini memperkuat citra sekolah sebagai lembaga yang memfasilitasi pengembangan potensi siswa secara menyeluruh. Upaya pengembangan mutu pendidikan juga terus dilakukan seperti renovasi gedung baru, pembangunan gedung indoor olah raga, perbaikan dan peningkatan sarana dan prasarana. Hal ini menunjukkan komitmen sekolah dalam menciptakan lingkungan belajar yang nyaman dan berkualitas.

Pembahasan

Pengaruh Citra Sekolah terhadap *Word of Mouth*

Hasil analisis penelitian menunjukkan pengaruh citra sekolah terhadap *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan. Dengan hasil pengujian koefisien jalur 0,007 dengan nilai $p=0,012$. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p<0,05$) sehingga dinyatakan bahwa citra sekolah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *word of mouth* yang artinya hipotesis 1 diterima. Hasil penelitian yang juga didukung oleh deskripsi variabel, dengan rata-rata mean (4,18) dengan kategori yang tinggi. Orang tua mau merekomendasikan informasi tentang sekolah kepada teman, saudara dan orang lain. Dengan skor rata-rata 4,10. Orang tua juga bersedia menyampaikan informasi positif tentang kegiatan di SMP Bruder Pontianak dengan skor rata-rata 4,25. Selain itu, orang tua sanggup membagikan informasi prestasi melalui media sosial mereka, dengan skor rata-rata 3,69. Orang tua juga akan mengajak teman, saudara, atau orang lain untuk mendaftarkan anaknya di SMP Bruder Pontianak, dengan skor rata-rata 3,99. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu milik Anggraini, (Anggraini dan Zulfa, 2021), menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*. Jelaslah bahwa Citra Sekolah (*brand image*) adalah dua hal saling saling mempengaruhi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth*

Hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth*. Dengan hasil pengujian koefisien jalur 0,198 dengan nilai $p=0,001$. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p<0,05$) sehingga dinyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. Dengan demikian hipotesis 2 dinyatakan diterima. Hasil penelitian yang juga didukung oleh deskripsi variabel, dengan rata-rata mean (4,06) dengan kategori yang tinggi. Indikator *Tangibles* atau bukti fisik (fasilitas sekolah yang mendukung proses belajar, materi pelajaran yang sesuai, dan akurat) dengan skor 4,17. Indikator *Reliable* atau keandalan (guru hadir tepat waktu, pelajaran yang diberikan sesuai, dan guru memberikan solusi dalam materi pelajaran) dengan skor rata-rata 4,09. Indikator *Responsiveness* atau daya tanggap (sekolah cepat memberikan respon terhadap pertanyaan dan keluhan dari orang tua) dengan skor 4,14. Indikator *Assurance* atau jaminan dengan skor 3,98. Indikator *Empathy* atau empati (bimbingan kelas, penyampaian informasi perkembangan siswa oleh wali kelas kepada orang tua dan kelas tambahan bagi peserta yang

akan mengikuti lomba) dengan skor rata-rata 4,06. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi orang tua terhadap kualitas pelayanan SMP Bruder Pontianak sangat baik dan sesuai dengan harapan mereka, maka jelaslah bahwa pengalaman positif yang dialami orang lain akan meningkatkan penyebaran informasi positif kepada orang lain sehingga tidak mengherankan bahwa kualitas pelayan sangat mempengaruhi keputusan orang tua memilih sekolah. Hal ini sesuai dengan Eusebia Vercelli Jese Pertwi et al., (2024) yang menyatakan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan membuat orang tua mau secara positif menyampaikan informasi tentang kualitas pelayanan SMP Bruder Pontianak.

Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan

Hasil analisis pengaruh citra sekolah terhadap keputusan. Diperoleh hasil pengujian koefisien jalur 0,037 dengan nilai $p=0,081$. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($p<0,05$) sehingga dinyatakan bahwa citra sekolah memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan. Dengan demikian hipotesis 3 dinyatakan diterima. Fenomena ini dapat diasumsikan bahwa citra sekolah (*brand image*) tidak menjadi tolak ukur utama bagi responden atau tidak mempengaruhi keputusan dalam memilih sekolah. Citra sekolah dengan pengalaman panjang sudah diakui dan dipercaya oleh responden, selanjutnya responden atau orang tua siswa mengharapkan hal yang lebih yaitu pada kualitas pelayanan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan

Hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan. Diperoleh hasil pengujian koefisien jalur 0,354 dengan nilai $p=0,010$. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p<0,05$) sehingga dinyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan. Dengan demikian hipotesis 4 dinyatakan diterima. Indikator *Tangibles* atau bukti fisik (fasilitas sekolah yang mendukung proses belajar, materi pelajaran yang sesuai, dan akurat) dengan skor 4,17. Indikator *Reliable* atau keandalan (guru hadir tepat waktu, pelajaran yang diberikan sesuai, dan guru memberikan solusi dalam materi pelajaran) dengan skor rata-rata 4,09. Indikator *Responsiveness* atau daya tanggap (sekolah cepat memberikan respon terhadap pertanyaan dan keluhan dari orang tua) dengan skor 4,14. Indikator *Assurance* atau jaminan dengan skor 3,98. Indikator *Empathy* atau empati (bimbingan kelas, penyampaian informasi perkembangan siswa oleh wali kelas kepada orang tua dan kelas tambahan bagi peserta yang akan mengikuti lomba) dengan skor rata-rata 4,06. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi orang tua terhadap kualitas pelayanan SMP Bruder Pontianak sangat baik dan sesuai dengan harapan mereka maka variabel ini menjadi salah satu parameter bagi orang tua untuk memutuskan memilih SMP Bruder Pontianak untuk Pendidikan anaknya. Hasil ini sesuai dengan penelitian Anita Nur Isnaini (2020) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua memilih sekolah. Hasil analisis ini memberikan gambaran jelas bahwa kualitas pelayanan sangat menentukan bagi orang tua untuk memilih SMP Bruder Pontianak.

Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan

Hasil analisis data pengaruh word of mouth terhadap keputusan. Diperoleh hasil pengujian koefisien jalur 1,669 dengan nilai $p=0,001$. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p<0,05$) sehingga dinyatakan bahwa word of mouth memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan. Dengan demikian hipotesis 5 dinyatakan diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian Putri Dian Selasih Napitupulu, Mariana Simanjuntak, (2024) yang menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap

keputusan orang tua memilih sekolah untuk anaknya. Jelaslah berdasarkan data diatas pengaruh word of mouth positif mampu membuat orang tua mengambil keputusan pasti terhadap keputusan memilih SMP Bruder Pontianak.

Pengaruh Citra Sekolah terhadap *Word of Mouth* terhadap Keputusan

Hasil analisis data pengaruh citra sekolah terhadap word of mouth terhadap keputusan. Diperoleh hasil pengujian koefisien jalur 0,1285 dengan nilai $p=0,029$ Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p<0,05$) sehingga dinyatakan bahwa citra sekolah terhadap *word of mouth* terhadap keputusan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan. Dalam hal ini, citra sekolah dimata masyarakat sudah sangat baik mampu dimediasi oleh *word of mouth* yang memiliki dampak positif terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Word of mouth berperan sebagai mediator. Dengan demikian hipotesis 6 dinyatakan diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian Hanaya Jihan Putri, Rita Mardiana, dan Ahman Juhari (2024) yang menyatakan bahwa citra sekolah berpengaruh positif terhadap keputusan memilih sekolah. Citra Sekolah SMP Bruder Pontianak yang baik mampu membuat orang tua menyampaikan informasi secara positif kepada keluarga dan teman sehingga mampu mempengaruhi keputusan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *word of mouth* terhadap Keputusan

Hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap word of mouth terhadap keputusan. Diperoleh hasil pengujian koefisien jalur 0,3305 dengan nilai $p=0,000$. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p<0,05$) sehingga dinyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* terhadap keputusan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan. Kualitas pelayanan yang dimiliki oleh sekolah telah dirasakan manfaat positifnya bagi masyarakat terutama orang tua murid dan murid, sehingga terjadilah pertukaran cerita baik diantara orang tua, orang tua kepada keluarga, orang tua kepada teman, teman kepada orang lain yang pada akhirnya word of mouth berhasil memediasi keputusan orang tua dalam memilih SMP Bruder Pontianak. Dengan demikian hipotesis 7 dinyatakan diterima. Hal ini sesuai dengan Dewi Murtiningsih, Koen Hendrawan (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan. Hasil ini menunjukkan pengaruh yang sangat positif dari kualitas pelayanan SMP Bruder Pontianak dan terhadap cerita positif atau *word of mouth* sehingga berdampak positif dan signifikan kepada keputusan memilih sekolah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yaitu: Citra Sekolah (*brand image*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* dari orang tua siswa SMP Bruder Pontianak. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *word of mouth* dari orang tua siswa SMP Bruder Pontianak. Citra Sekolah (*brand image*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak. *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak. Citra Sekolah berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak.

Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian ini yaitu: SMP Bruder Pontianak tetap dapat menjaga citra sekolah yang memiliki rekam jejak historis yang panjang, menjaga hasil akreditasi lembaga tetap pada level "A", menerapkan disiplin, berprestasi, meningkatkan kualitas akademik dan sarana prasarana guna menunjang proses belajar yang baik. Profesionalisme guru selalu ditingkatkan dengan mengutamakan pelayanan yang humanis dan ramah. Kualitas pelayanan yang baik dengan hasil data yang sangat memuaskan menuntut setiap warga sekolah untuk selalu memberikan layanan yang prima sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan jaman yaitu cepat, ringkas, mudah, dan professional sehingga meningkatkan animo dan jumlah masyarakat yang menyekolahkan anaknya di SMP Bruder Pontianak bangga. Informasi yang positif secara rutin diberikan baik lisan maupun dengan media sosial sekarang ini menjadi hal yang wajib dilakukan mengingatkan masyarakat dengan mudah mencari sumber informasi secara mandiri. Hal ini bisa juga membawa dampak buruk apabila salah kelola dalam penanganan informasi yang akhirnya citra sekolah bisa berdampak negatif.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah tidak semua kuesioner dapat diisi oleh responden mengingat kualitas peralatan HP yang mungkin tidak mampu mensupport dalam membuka aplikasi *google form* ditambah dengan kesibukan responden. Selain itu, peneliti juga tidak mampu memastikan bahwa responden menjawab kuesioner dengan jujur.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, beberapa saran yang dianggap relevan disampaikan sebagai berikut: SMP Bruder Pontianak perlu memperhatikan dan mempertimbangkan dengan serius variabel Citra Sekolah (*brand image*) dan Kualitas Pelayanan yang secara ilmiah signifikan terhadap *word of mouth*. Hal ini akan membantu SMP Bruder Pontianak dalam hal mempromosikan budaya baik sebuah lembaga. SMP Bruder Pontianak diharapkan secara kontinyu memposting aktifitas budaya baik yang dimiliki sekolah karena masih ada responden yang merasa tidak mendapat informasi dari sekolah. Jika hal ini selalu dilakukan maka akan memunculkan cerita lisan antar orang tua, teman dan keluarga. Melihat masih adanya 6,9% orang tua yang tidak setuju serta 12,3% yang bersikap netral terhadap citra sekolah, disarankan agar pihak sekolah meningkatkan strategi komunikasi dan publikasi yang dapat memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap sekolah. Sekolah perlu membangun citra institusi yang lebih kuat melalui peningkatan kualitas program pendidikan, pencapaian siswa, pelayanan publik yang responsif, serta kegiatan promosi yang konsisten dan transparan. Selain itu, penting bagi sekolah untuk melibatkan orang tua dalam berbagai kegiatan sekolah guna menciptakan keterikatan emosional dan kepercayaan yang lebih tinggi terhadap lembaga pendidikan. Berdasarkan data pada variabel kualitas pelayanan, terdapat 5,10% responden yang menyatakan *sangat tidak setuju* dan 14,66% yang menyatakan *tidak setuju*. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada sebagian orang tua yang belum merasakan pelayanan sekolah sesuai dengan ekspektasi mereka. Oleh karena itu, disarankan agar pihak sekolah melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap implementasi standar pelayanan yang berlaku, serta memastikan bahwa seluruh warga sekolah memperoleh pelayanan yang merata dan berkualitas, sesuai dengan komitmen yang telah ditetapkan oleh institusi pendidikan. SMP Bruder Pontianak diharapkan memberikan apresiasi kepada orang tua yang memiliki anak masih bersekolah di SMP Bruder Pontianak jika berhasil mempengaruhi calon orang tua lainnya untuk membuat keputusan memilih sekolah SMP Bruder Pontianak bagi anaknya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan penggunaan variabel lain, seperti kurikulum yang diterapkan, biaya pendidikan, serta prestasi akademik, guna

memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, P. (2018). Pengaruh Citra Lembaga, Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah SMA Negeri 1 SUMBERREJO. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. <https://beritabojonegoro.com>
- Alamsyah, Bukhori, M., & Agustina, T. (2023). *Pengaruh Brand Image, Digital Marketing Dan Reference Group Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Madrasah Aliyah Muhammadiyah 1 Malang*. <https://journal.s2asia.ac.id/index.php/jiram>
- Angraini, D., Zulfa, Z., 2021. The Analisis Pengaruh Brand image Terhadap Minat Ulang Pasien Rawat Inap dengan Word Of Mouth (WOM) sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Rumah Sakit Swasta di Kota Padang). *JIKM* 10, 277–286. <https://doi.org/10.33221/jikm.v10i04.942>
- Cindy Angelina. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Siswa Pada Smk Strada Daan Mogot. *Prosodin: Ekonomi Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Fadli, A. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Sekolah pada SMK Swasta Teladan Sumut 1. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan Ke-4, September*, 628–636.
- Fredy, F., Tembang, Y., & Purwanty, R. (2019). Analisis Kepuasan Orangtua dan Siswa terhadap Kualitas Layanan Pendidikan Dasar. *Musamus Journal of Primary Education*, 2(1), 59–66. <https://doi.org/10.35724/musjpe.v2i1.1874>
- Indriyani, W., Fathorrahman, & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Kompetensi Guru, Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Anak Pada SMAK Seminari Agats, Asmat, Papua Selatan. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 80–87. <https://doi.org/10.59086/jeb.v2i1.235>
- K Ali. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project. *Jurnal.Umitra.Ac.Id*, 1(2), 2745–2892. <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JMB/article/view/453>
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Fox. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions* 2nd Editions. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Leticia, V. (2024). Pengaruh Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih SD Methodist-11 (Vol. 2024, Issue 1).
- Mahbub, M. A., Jayawinangun, R., & Amaliasari, D. (2023). Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah di SDIT Zaid bin Tsabit. *Jurnal Riset Public Relations*, 85–94. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.2482>
- Putri, S. S., Karnawati, A., Handarini, D. M., Kunci, K., Pelayanan, K., & Merek, C. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SD Kids Republic Di Jakarta Timur. *Agustus*, 5(8).
- Yacek, D.W. (2023). Nietzsche and Moral Education. Dalam D.W. Yacek, M. E. Jonas, & K. H. Gary (Ed.), *Moral Education in the 21st Century* (1 ed., hlm. 69 – 93). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/978100917029.006>