

Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Menyekolahkan Anak di Sekolah Kasih Baptist Pangkalpinang

Putri Nadia S¹Fathorrahman² Theresia Pradiani³

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

Email: putrinadia@gmail.com¹

Abstrak

SMP Kasih Baptist Pangkalpinang tidak mencapai target penerimaan peserta didik selama 3 tahun berturut-turut sementara itu *brand image* dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh sekolah sangat baik serta menawarkan biaya pendidikan yang cukup bersaing. Tentu saja hal ini menimbulkan masalah akibat tidak kuota peserta didik yang tidak memenuhi target. Untuk itu tujuan dari penelitian ini untuk melihat pengaruh *brand image*, kualitas pelayanan dan biaya pendidikan terhadap keputusan orangtua menyekolahkan anak di SMP Kasih Baptist. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner tertutup yang diberikan secara luring. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu sampel jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 66 responden. Data penelitian diolah secara kuantitatif deskripsi dengan uji Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F dan Uji R melalui bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua menyekolahkan anak di SMP Kasih Baptist, (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua menyekolahkan anak di SMP Kasih Baptist, (3) Biaya pendidikan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan orangtua menyekolahkan anak di SMP Kasih Baptist.

Kata Kunci: Brand Image, Kualitas Pelayanan, Biaya Pendidikan, Keputusan Orang Tua

Abstract

Kasih Baptist Junior High School Pangkalpinang has not achieved the target of student admissions for 3 consecutive years, while the brand image and quality of service offered by the school are very good and offer quite competitive education costs. Of course this causes problems due to the quota of students who do not meet the target. For this reason, the purpose of this study is to see the effect of brand image, quality of service and education costs on parents' decisions to send their children to Kasih Baptist Junior High School Pangkalpinang. The data used in this study are primary data obtained from the results of distributing closed questionnaires given offline. The sampling method in this study is a saturated sample with a sample size of 66 respondents. The research data were processed quantitatively descriptively with Multiple Linear Regression tests, T Tests, F Tests and R Tests through the help of the SPSS application. The results of the study show that: (1) Brand image has a significant effect on parents' decisions to send their children to Kasih Baptist Junior High School Pangkalpinang, (2) Service quality has a significant effect on parents' decisions to send their children to Kasih Baptist Junior High School Pangkalpinang, (3) Education costs do not have a significant effect on parents' decisions to send their children to Kasih Baptist Junior High School Pangkalpinang.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Education Costs, Parents' Decisions



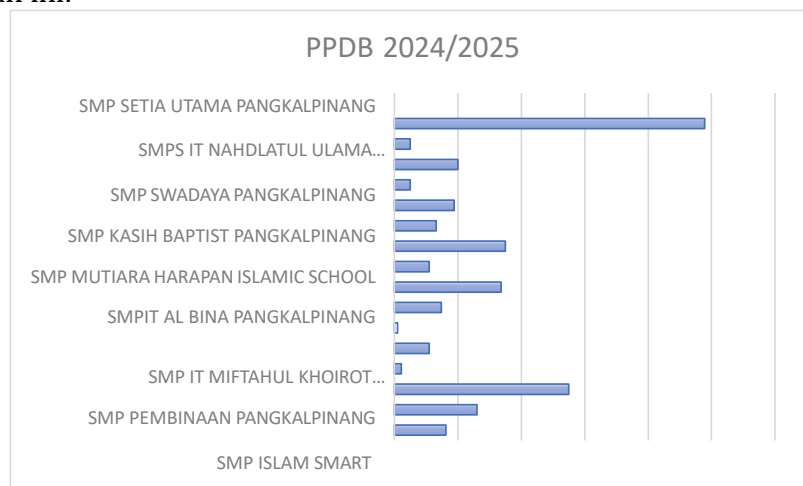
This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Pangkalpinang didominasi oleh sekolah-sekolah swasta dengan tawaran kualitas yang beragam yang tentu saja menawarkan biaya pendidikan yang beragam pula sesuai dengan program-program yang ditawarkan. Sekolah swasta di Pangkalpinang berbondong-bondong mempromosikan sekolah dengan daya tarik brand image tersendiri sehingga orang tua memiliki cukup banyak pilihan sekolah tempat anaknya menempuh pendidikan. Salah satu

sekolah swasta di Pangkalpinang yang menawarkan program unggulan yaitu SMP Kasih Baptist. SMP Kasih Baptist menawarkan Program unggulan diantaranya yaitu pembelajaran digitalisasi, pembelajaran sistem tuntas, dan bekerjasama dengan instansi kebahasaan (Inggris dan Mandarin). Meskipun demikian, SMP Kasih Baptist Selama 3 tahun berturut-turut tidak mencapai target penerimaan peserta didik yaitu 30 peserta didik. Jika dibandingkan dengan sekolah lain, terlebih kompetitor, SMP Kasih Baptist memiliki program unggulan terlebih dibidang teknologi. Hal ini tentulah didasari oleh keputusan orangtua dalam memilih sekolah tempat anaknya menimba ilmu. Pengambilan keputusan adalah hal yang mendasar bagi setiap orang untuk menentukan pilihannya, hal ini dilakukan secara sadar dengan mempertimbangkan harapan (Chaniago, 2017). Dunia pendidikan sudah selayaknya setiap orang tua mengumpulkan informasi serta mempertimbangkannya sebelum menyekolahkan anaknya di sekolah tertentu. Keputusan pembelian yang dibuat orang tua bergantung pada nilai-nilai pribadi mereka dan tujuan pendidikan yang diinginkan (Sastradiharja & Sari, 2019).

Tahun 2021 jumlah sekolah swasta di Pangkalpinang mengalami peningkatan 33% yang berarti persaingan untuk mendapatkan peserta didik semakin ketat antar sekolah swasta. Data PPDB SMP swasta di Pangkalpinang bahwa jumlah peserta didik yang diterima sedikit jika dibandingkan dengan sekolah negeri. Terjadi ketidakmerataan jumlah peserta didik antar SMP swasta di Pangkalpinang bahkan ditemukan sekolah yang hanya berjumlah 5 siswa. SMP Kasih Baptist menduduki posisi 6 terbawah dari seluruh SMP swasta di Pangkalpinang, fenomena yang terjadi di sekolah ini yaitu ketidakcapaian target peserta didik selama 3 tahun berturut-turut bahkan terjadi penurunan yang signifikan. Adapun data PPDB SMP pangkalpinang tersaji pada Gambar 1 dan target siswa di SMP Kasih Baptist pada Gambar 2 dibawah ini:



Gambar 1. Diagram PPDB SMP Swasta Pangkalpinang 2024/2025

Berdasarkan diagram diatas, terlihat bahwa SMP Kasih Baptist menduduki 7 terbawah berdasarkan jumlah peserta didik. Meskipun demikian, sekolah-sekolah tersebut bukanlah kompetitor sejati dari SMP Kasih Baptist dikarenakan adanya perbedaan nilai spiritual yang ditonjolkan, tetapi diagram tersebut sudah menunjukkan sedikitnya peminat di SMP Kasih Baptist Pangkalpinang. Menyikapi fenomena tersebut, manajemen lembaga pendidikan harus mampu bersaing untuk menciptakan *brand image* yang baik dengan pelayanan yang maksimal. Brand image merupakan suatu pendapat tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap suatu merek tertentu (Margaretha & Edwin, 2012). Hal pertama yang dilihat konsumen adalah citra mereknya, sebelum melihat ke kualitas yang dimiliki produk tersebut.

Citra sekolah memiliki efek mediasi dalam membangun hubungan antara taktik pemasaran dan loyalitas orang tua (Sudiantini, Meutia, Narpati, & Saputra, 2023). Faktor-faktor yang menjadi pendukung brand image alasan orang tua memilih sekolah dikarenakan sebuah *branding* akan menunjukkan atribut yang iconic dimana hal tersebut merupakan ciri khas dari suatu sekolah yang akan teringat didalam pikiran ketika mendengar nama sekolah tersebut (D. L. Putri & Aznuriyandi, 2019). Meskipun demikian brand image dan kualitas memiliki kaitan yang sangat kuat (Sari & Indriyani, 2022). *Brand Image* yang selama ini berkembang selama ini di SMP Kasih Baptist adalah Sekolah penunjang digitalisasi. Pembelajaran di SMP Kasih Baptist tidak lagi berpatokan kepada buku pelajaran, melainkan peserta didik di deri dukungan untuk mengakses informasi/pelajaran dengan melalui *internet* yang dapat diakses melalui *laptop* atau *handphone* pribadi peserta didik, serta Sekolah mendukung hal tersebut dengan menyediakan *chromebook* yang dapat digunakan peserta didik di sekolah. Namun, hal tersebut tidak sepenuhnya dirasakan oleh peserta didik. Orangtua peserta didik sangat menyayangkan ketidakmerataan peminjaman *chromebook*. *Chromebook* yang disediakan tidak dapat menjangkau seluruh peserta didik. Setiap kelas hanya dibagikan 6 *chromebook* sementara itu jumlah peserta didik tidak proporsional dengan jumlah *chromebook* yang disediakan sehingga peserta didik dibebankan membawa *laptop* dan *handphone* dari rumah. Selain itu, *brand image* SMP Kasih Baptist yang berkembang di masyarakat adalah Sistem Belajar Tuntas. Sistem ini dinilai unik karena SMP Kasih Baptist merupakan satu-satunya sistem yang menerapkan sistem ini. Sistem ini dinilai sangat menguntungkan bagi peserta didik dan orangtua sehingga orangtua tidak dipusingkan untuk membantu anak belajar disekolah.

Kebahasaan merupakan salah satu *brand image* baru yang dibentuk oleh SMP Kasih Baptist. SMP Kasih Baptist menambah jam pelajaran khusus untuk Bahasa Inggris dan Bahasa Mandarin. Sekolah bekerjasama dengan tenaga profesional lainnya untuk mendukung kemajuan peserta didik di bidang kebahasaan. Akan tetapi, hal ini dinilai orangtua belum dilakukan secara maksimal mengingat tambahan pelajaran tersebut hanya sebatas pelajaran tidak didampingi dengan praktek percakapan keseharian saat belajar di sekolah. Hal ini berpengaruh pada pandangan masyarakat terhadap *brand image* sekolah. SMP Kasih Baptist Pangkalpinang merupakan salah satu sekolah yang menanamkan nilai kristiani. Tidak hanya dilakukannya kebaktian rutin, tetapi dalam pembelajaran di sekolah nilai Alkitabiah juga disampaikan lewat pesan yang dapat dipelajari dari sebuah materi pelajaran. SMP Kasih Baptist Pangkalpinang juga menerapkan sistem BLOK mingguan dengan 4 pelajaran inti yaitu matematika, IPA, IPS dan bahasa inggris yang tentu saja tetap mempelajari pelajaran esensial yang lain seperti PPKN, agama, olahraga, kesenian, musik, bahasa indonesia disela-sela pembelajaran pokok tersebut. Kualitas memegang peran penting dalam mempengaruhi keputusan membeli seseorang seperti penelitian yang dilakukan oleh Haque (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan memberi keputusan pembelian dengan kontribusi terbesar sebesar 46,8% dibanding biaya pendidikan produk sebesar 36%. Kualitas layanan pendidikan merupakan suatu keniscayaan di era globalisasi karena sekolah yang unggul adalah sekolah yang memelihara hubungan dengan warga sekolah dan memiliki obsesi terhadap kualitas (D. L. Putri & Aznuriyandi, 2019). Kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat dibutuhkan oleh lembaga pendidikan untuk mempertahankan dan mendapatkan pelanggan baru.

Kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh SMP Kasih Baptist di bidang akademik maupun non-akademik cukup baik dinilai oleh orangtua, respon yang cepat atas keluhan menjadi suatu kepuasan bagi orangtua. Hanya saja masih terdapat beberapa pelayanan yang belum maksimal dibidang TU dan Pengaturan parkir sekolah. Sistem Pencatatan manual masih

diterapkan oleh Tata Usaha seringkali membuat orang tua bingung dengan pembayaran SPP. Sering didapati pesan peringatan pembayaran SPP kepada orangtua siswa yang sudah melaksanakan kewajiban membayar uang SPP. Hal ini tidak sejalan dengan cetusan “sekolah digital” yang sudah seharusnya pencatatan pembayaran dilakukan secara digital. Selain itu didapati pihak keamanan yang kurang *aware* pada saat jam penjemputan peserta didik. Kurangnya pengaturan kendaraan orangtua pada saat jam pulang membuat kemacetan. Dengan demikian orangtua akan membandingkan kualitas pelayanan yang didapatkan dengan biaya pendidikan yang dibayarkan kepada pihak sekolah. SMP Kasih Baptist berada di lantai 1 dan lantai 2 gedung B Sekolah Kasih Baptist Pangkalpinang. SMP Kasih Baptist menawarkan ruangan-ruangan kelas yang nyaman dengan adanya AC di tiap ruangan dan dilengkapi dengan smart TV dan akses wifi untuk menunjang proses pembelajaran. Peserta didik diajarkan oleh tenaga pendidik yang profesional dan kompeten di bidangnya mulai dari S1 hingga S2. Dengan kualitas tersebut tenaga pengajar di SMP Kasih Baptist memiliki rasa empati yang tinggi terhadap kebutuhan dan kesulitan peserta didik. Orangtua dapat berkonsultasi dengan tenaga pengajar mengenai anak melalui fasilitas Three-Ways- Conference (WFC) dan diluar fasilitas tersebut tanpa maksimal waktu.

Harga adalah sejumlah nominal yang dibayarkan atas sebuah barang atau jasa yang telah diterima (Philip Kotler & Armstrong, 2018). Dalam dunia pendidikan harga disebut juga biaya pendidikan. Biaya pendidikan yang dimaksud yaitu SPP dan paket pembelajaran. Paket pembelajaran baru diterapkan satu tahun terakhir. Pada saat *parents meeting* dijelaskan paket pembelajaran mencakup uang buku, bahan proyek, dan penggunaan *chromebook*. Akan tetapi kerap ditemukan peserta didik diminta untuk membahwa bahan praktek dari rumah dan penggunaan *chromebook* yang tidak merata. Hal ini menimbulkan rasa kecewa dari orangtua mengingat biaya pendidikan yang dikeluarkan tergolong tidak murah dibanding kebanyakan sekolah swasta yang ada di Pangkalpinang, bahkan ada orangtua yang mengatakan bahwa dengan kualitas yang seperti ini dapat ditemukan di sekolah yang lebih murah. Hal ini akan berdampak kepada citra citra dan kualitas sekolah. Karena biaya pendidikan sering kali menjadi patokan orangtua untuk mengevaluasi suatu lembaga dalam hal kualitas. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *brand image* terhadap keputusan pembelian dilakukan oleh Sari & Indriyani (2022) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dan penelitian yang dilakukan oleh Purwati & Cahyanti (2022) diungkapkan bahwa *brand image* memberikan dampak yang lebih terhadap minat beli jika dibandingkan dengan *brand ambassador*. Jika suatu usaha dapat memberikan citra yang baik maka keputusan pembelian terhadap suatu hal akan meningkat. Begitu pula dengan lembaga pendidikan harus memberikan citra yang baik bagi lembaga tersebut. Sementara itu penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yaitu penelitian yang dilakukan oleh Putri, Aprilia, & Sanusi (2023) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas, semakin baik kualitas pelayanan suatu instansi, maka semakin loyal pelanggan. Dalam dunia pendidikan khususnya sekolah swasta dengan jenjang berkelanjutan (TK-SD-SMP) membutuhkan loyalitas dari orang tua dan siswa sehingga mereka akan terus menyekolahkan anak di lembaga tersebut secara berkelanjutan yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan dalam memilih sekolah. Hasil penelitian ini dipatahkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Cynthia, Hermawan, & Izzuddin (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan faktor-faktor diatas, dapat dilihat *brand image*, kualitas pelayanan dan biaya pendidikan produk memiliki keterikatan satu sama lain yang berdampak pada keputusan pembelian. Jika *brand image* yang dibangun adalah brand image yang menunjukkan ciri khas

suatu sekolah tersebut adalah *image* yang baik, maka secara tidak langsung brand tersebut menunjukkan kualitas sekolah tersebut baik sehingga membuat orang tua berani membayar biaya pendidikan untuk hal tersebut. Akan tetapi terdapat penelitian yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Dan Biaya pendidikan Terhadap Keputusan Menyekolahkan Anak Di Sekolah Kasih Baptist Pangkalpinang”. Berdasarkan latar belakang tersebut adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut: Apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan menyekolahkan anak di Sekolah Kasih Baptist? Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menyekolahkan anak di Sekolah Kasih Baptist? Apakah biaya pendidikan berpengaruh terhadap keputusan menyekolahkan anak di Sekolah Kasih Baptist? Berdasarkan rumusan masalah diatas adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan menyekolahkan anak di Sekolah Kasih Baptist; Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menyekolahkan anak di Sekolah Kasih Baptist; Untuk mengetahui pengaruh biaya pendidikan terhadap keputusan menyekolahkan anak di Sekolah Kasih Baptist.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif kausal yang merupakan pendekatan yang berfokus pada mencari hubungan sebab-akibat antara variabel satu dengan variabel lainnya. Pendekatan ini menggunakan teknik statistik untuk mengolah data dan menarik kesimpulan. Fokus penelitian ini untuk mengamati *brand image*, kualitas pelayanan dan daya saing biaya pendidikan terhadap keputusan menyekolahkan anak (pembelian). Adapun jenis penelitian ini adalah kuantitatif korelasional. Tujuannya adalah untuk mencari tahu pengaruh antara *brand image*, kualitas pelayanan dan biaya pendidikan terhadap keputusan orangtua menyekolahkan anak di Sekolah Kasih Baptist Pangkalpinang.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Kasih Baptist Pangkalpinang yang beralamat di Kec. Girimaya, Kota Pangkalpinang, Kepulauan Bangka-Belitung. Subjek yang diteliti adalah orangtua peserta didik dari SMP Kasih Baptist Pangkalpinang. Waktu pengumpulan data dilakukan pada bulan November 2024 melalui e- kuesioner kepada orangtua peserta didik sebagai responden melalui *google form*. Pengumpulan data adalah responden mengumpulkan kembali kuesioner kepada peneliti. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh orang tua dari peserta didik SMP Kasih Baptist yang terdaftar sebagai peserta didik sampai dengan periode 2024/2025 sebanyak 66 Orangtua. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Teknik sampel jenuh. Teknik sampel jenuh adalah teknik pemilihan sampel dengan menjadikan seluruh populasi menjadi sampel Sugiyono (2019). Dalam hal ini seluruh orang tua peserta didik SMP Kasih Baptist Pangkalpinang menjadi responden dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel, yaitu sebanyak 66 orangtua. Dalam mengumpulkan data diperlukan suatu metode agar pada saat dianalisis data terkategori dengan baik. Adapun data dapat dikumpulkan berdasarkan sebagai berikut:

1. Data Primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya tanpa melalui perantara untuk mencapai tujuan penelitian tertentu. Data ini diperoleh melalui metode seperti survey/kuisisioner, observasi, dan eksperimen. Dalam penelitian ini data primer kan diperoleh dengan metode survey/pengisian kuisisioner yang dilakukan secara daring/*online*.
2. Data Sekunder. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya dan diolah

kembali oleh untuk tujuan yang berbeda dari penelitian yang sedang dilakukan. Data ini biasanya tersedia dalam bentuk laporan, publikasi, statistik, artikel, atau database yang sudah ada. Dalam hal ini data sekunder diperoleh dari data jumlah peserta didik dan target capai peserta didik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Sekolah Kasih Baptist Pangkalpinang merupakan salah satu sekolah swasta yang menanamkan nilai-nilai kristiani di setiap pembelajarannya. Sekolah Kasih Baptist Pangkalpinang dibangun dengan suatu misi mulia yang dimulai dengan unit TK yang didirikan pada tahun 2008. SMP Kasih Baptist pertama kali didirikan pada tahun 2018. Sekolah Kasih Baptist memiliki visi “Menjadi lembaga Kristen yang mewujudkan manusia berkarakter Kristus, Mandiri dalam Intelektual dan membaw dampak bagi Dunia”. Saat ini SMP Kasih Baptist sedang melakukan re-akreditasi yang bekerjasama dengan Global Assessment Association (GAA), sebuah lembaga akreditasi sekolah Kristen tingkat Internasional. Lewat akreditasi ini, sekolah Kristen yang tergabung dalam GAA akan dibimbing untuk berproses menuju sekolah Kristen yang berstandar Internasional. Sekolah Kasih Baptist dipimpin oleh seorang Direktur yang akan menaungi setiap unit sekolah, tentu saja dibantu oleh Kepala Sekolah di tiap unit pendidikan. SMP Kasih Baptist memiliki 7 tenaga pengajar yang memegang kelas sepenuhnya di SMP, 3 tenaga pengajar lainnya juga tegabung kedalam unit SD, hal ini dilakukan mengingat keterbatasan keuangan sekolah dalam meng-hire tenaga pengajar dengan menyesuaikan dengan jumlah peserta didik yang diterima.

Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Orangtua Menyekolahkan Anak di SMP Kasih Baptist Pangkalpinang

Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai t Hitung 5,050 > t Tabel 1,998 dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hasil distribusi frekuensi menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan (X2) ditanggapi dengan setuju oleh konsumen. Melalui indikator dengan nilai rerata tertinggi yaitu sebesar 4,19 oleh keunggulan brand, diikuti oleh indikator kekuatan brand dan keunikan brand sebesar 3,96 dan 3,91. Prediktor tertinggi dengan nilai rerata 4,29 diperoleh dari pernyataan bahwa “SMP Kasih Baptist mengajarkan nilai-nilai keKristenan dalam pembelajaran sehari-hari (X1.6)” Pada dasarnya, hal yang pertama kali menjadi pertimbangan yaitu brand image. Citra merek suatu sekolah merupakan kesan dan persepsi calon siswa dan orang tua terhadap sekolah tersebut. Citra merek suatu sekolah dapat mencerminkan kualitas, reputasi, dan kinerja sekolah tersebut. Anda dapat mengetahui apakah suatu lembaga atau sekolah baik atau buruk melalui gambaran yang disampaikan tentang nilainya. Branding sekolah merupakan proses penciptaan citra suatu sekolah di masyarakat agar tetap dikenal dan diingat. Branding sekolah menjadi penting karena persaingan untuk menarik siswa baru semakin ketat setiap tahunnya. Oleh sebab itu, hasil kajian ini selaras dan mendukung penelitian sebelumnya oleh (Sya'idah & Jauhari, 2024) (Pradiani et al. 2023) (Bukhori et al. 2024) (Fathorrahman et al. 2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orangtua Menyekolahkan Anak di SMP Kasih Baptist Pangkalpinang. Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai t Hitung 5,050 > t Tabel 1,998 dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hasil distribusi frekuensi

menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan (X2) ditanggapi dengan setuju oleh konsumen melalui indikator dengan nilai rerata tertinggi yaitu sebesar 4,10 yaitu tampilan fisik, diikuti oleh indikator jaminan dan empaty sebesar 3,97 dan 3,96. Prediktor tertinggi dengan nilai rerata 4,23 diperoleh dari pernyataan bahwa "Fasilitas sekolah dilengkapi dengan AC tiap ruangan (X2.1)".

Kualitas pelayanan yang diberikan sekolah sangat mempengaruhi keputusan orang tua dalam menyekolahkan anaknya. Orang tua cenderung memilih sekolah yang menawarkan pengajaran efektif dan prestasi akademik yang baik. Lingkungan sekolah yang aman dan mendukung serta pertimbangan terhadap perkembangan sosial dan emosional anak juga sangat mempengaruhi keputusan orang tua. Komunikasi yang baik antara sekolah dan orang tua, misalnya melalui perkembangan terkini anak-anak dan pertemuan rutin, memastikan keterlibatan yang lebih besar dan rasa percaya. Selain itu, kepuasan orang tua terhadap pelayanan yang diberikan, termasuk respon terhadap keluhan dan kebutuhannya, juga akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Jika suatu sekolah mempunyai reputasi yang baik dengan kualitas pelayanan yang konsisten, maka orang tua akan lebih cenderung memilih sekolah tersebut. Sekolah yang melayani perkembangan individu setiap anak melalui program konseling dan pendidikan khusus akan lebih menarik bagi orang tua yang menginginkan pendidikan menyeluruh bagi anaknya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sekolah sangat mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih pendidikan yang paling cocok untuk anaknya. Oleh sebab itu, hasil kajian ini selaras dan mendukung penelitian sebelumnya oleh (Erinawati & Syarifudin, 2021), (Pradiani et al. 2024), (Fatthorrahman et al. 2023), dan (Pradiani et al. 2023).

Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Orangtua Menyekolahkan Anak di SMP Kasih Baptist Pangkalpinang

Hasil pada kajian ini bertolak belakang dengan kebanyakan kajian sebelumnya karena sejalan dengan teori yang menuturkan bahwasanya keputusan orang tua menyekolahkan anak tidak terpengaruh oleh biaya pendidikan/biaya pendidikan yang di tawarkan oleh sekolah. Diketahui variabel biaya pendidikan (X3) memiliki nilai t hitung $1.842 < t$ tabel 1.998 dan signifikansi $0,70 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan variabel promosi (X3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hasil distribusi frekuensi menunjukkan bahwa indikator tertinggi dengan nilai rata-rata 4,01 adalah daya saing terutama pada item pernyataan X3.7 dimana konsumen menyatakan setuju bahwa mereka biaya Pendidikan di SMP Kasih Baptist lebih murah dibandingkan dengan Sekolah lain dengan kualitas yang sebanding. Sedangkan untuk indikator lain yaitu keterjangkauan biaya pendidikan dan kesesuaian biaya pendidikan dengan nilai rata-rata yaitu sebesar 3,83 dan 3,95 ditanggapi netral oleh responden penelitian. Sekolah swasta menawarkan kualitas pendidikan yang baik dan fasilitas lengkap, sering kali membebani orangtua dengan biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan sekolah negeri. Komponen biaya pendidikan seperti uang pendaftaran, SPP, biaya ekstrakurikuler, serta perlengkapan sekolah sering kali menjadi pertimbangan utama orangtua. Bagi keluarga dengan kondisi ekonomi yang terbatas, biaya pendidikan bisa menjadi faktor penghalang untuk menyekolahkan anak di sekolah swasta, meskipun mereka menginginkan pendidikan yang lebih baik. Sebaliknya, orangtua dengan penghasilan lebih stabil cenderung memilih sekolah swasta, karena mereka percaya kualitas pendidikan dan nilai-nilai yang diajarkan akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi masa depan anak mereka. Oleh karena itu, SMP Kasih Baptist menawarkan bantuan kepada peserta didik dalam hal biaya pendidikan seperti program cicilan dan potongan SPP bagi yang kurang mampu. Hal ini dinilai sangat membantu orangtua dalam administrasi sekolah, sehingga biaya pendidikan

tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orangtua dalam menyekolahkan anaknya. Untuk hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Rosha (2017), Nadzifah (2023), dan Putra (2022) yang menemukan bahwa biaya pendidikan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan orangtua.

KESIMPULAN

Brand image secara parsial berpengaruh terhadap keputusan orangtua menyekolahkan anaknya di SMP Kasih Baptist. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan orangtua menyekolahkan anaknya di SMP Kasih Baptist. Biaya pendidikan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan orangtua menyekolahkan anaknya di SMP Kasih Baptist Pangkalpinang.

Implikasi Penelitian

1. Peningkatan Fokus pada *Brand Image*. SMP Kasih Baptist Pangkalpinang harus terus menjaga dan meningkatkan brand image-nya. Citra merek yang positif mempengaruhi persepsi orang tua terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Sekolah hendaknya memperhatikan aspek-aspek yang dinilai dapat membentuk citra mereknya seperti akademik, prestasi, fasilitas dan penerapan teori.
2. Pengelolaan Biaya Pendidikan. Mengingat biaya pendidikan dapat menjadi faktor signifikan dalam keputusan orangtua, SMP Kasih Baptist Pangkalpinang harus melakukan penyesuaian yang bijaksana terhadap biaya pendidikan yang ditetapkan. Penyusunan struktur biaya yang transparan dan memberikan kemudahan dalam pembayaran, seperti beasiswa, dapat membantu orangtua yang terbatas secara finansial tanpa mengurangi kualitas pendidikan.
3. Peningkatan Program Beasiswa dan Bantuan Keuangan. SMP Kasih Baptist Pangkalpinang dapat mengembangkan lebih banyak program beasiswa atau bantuan biaya pendidikan bagi siswa dari keluarga kurang mampu. Hal ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa SMP Kasih Baptist Pangkalpinang bukan hanya sekolah dengan biaya tinggi, tetapi juga menyediakan peluang untuk memperoleh pendidikan berkualitas bagi semua kalangan.
4. Peningkatan dan Pemeliharaan Brand Image. Sekolah perlu lebih fokus pada pembangunan dan pemeliharaan brand image yang positif. Brand image yang kuat akan membantu meningkatkan daya tarik sekolah bagi orangtua dan masyarakat, serta menciptakan kepercayaan bahwa sekolah mampu memberikan pendidikan berkualitas. Untuk itu, SMP Kasih Baptist Pangkalpinang perlu melakukan upaya berkelanjutan untuk menjaga reputasi akademik, meningkatkan prestasi siswa, serta memperkuat partisipasi dalam kegiatan sosial dan kemasyarakatan. Selain itu, penting untuk memanfaatkan media sosial dan pemasaran digital untuk menyebarluaskan informasi positif mengenai prestasi dan fasilitas sekolah, yang akan memperkuat citra sekolah di mata calon orangtua siswa.
5. Peningkatan Kualitas Pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keputusan orangtua. SMP Kasih Baptist Pangkalpinang harus memastikan bahwa kualitas pengajaran dan layanan kepada siswa selalu dalam standar terbaik. Hal ini mencakup: Peningkatan profesionalisme guru: Sekolah perlu memberikan pelatihan dan pengembangan profesional kepada guru agar dapat memberikan pengajaran yang lebih baik dan lebih relevan dengan kebutuhan siswa. Perhatian terhadap kebutuhan individu siswa: Memastikan bahwa setiap siswa mendapatkan perhatian yang tepat, baik dalam hal akademik, sosial, maupun emosional. Pengelolaan komunikasi dengan orangtua: Sekolah perlu membangun jalur komunikasi yang terbuka dan transparan dengan orangtua, seperti

melalui pertemuan rutin, laporan perkembangan siswa, atau aplikasi sekolah yang memudahkan orangtua untuk mendapatkan informasi.

6. Fokus pada Peningkatan Fasilitas dan Infrastruktur. Sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas pelayanan, SMP Kasih Baptist Pangkalpinang perlu terus memperbarui dan meningkatkan fasilitas dan infrastruktur sekolah, baik itu fasilitas kelas, laboratorium, ruang olahraga, atau sarana penunjang lainnya. Fasilitas yang baik akan memberikan kenyamanan bagi siswa dan menjadi daya tarik tambahan bagi orangtua dalam memilih sekolah. Misalnya: Investasi dalam teknologi pendidikan, seperti penggunaan perangkat digital atau sistem pembelajaran berbasis IT, yang dapat meningkatkan kualitas proses belajar mengajar. Fasilitas pendukung kegiatan ekstrakurikuler: Sekolah perlu menyediakan fasilitas untuk kegiatan non-akademik yang dapat membantu pengembangan bakat dan minat siswa.
7. Meningkatkan Keterlibatan Alumni. Sekolah juga bisa melibatkan alumni dalam membangun brand image yang positif. Alumni yang sukses bisa menjadi duta sekolah yang memperkenalkan kualitas pendidikan yang mereka dapatkan di SMP Kasih Baptist Pangkalpinang. Program jejak alumni yang melibatkan mereka dalam kegiatan sekolah, seperti seminar atau mentoring, dapat memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan menghasilkan lulusan yang berprestasi.
8. Penciptaan Lingkungan Belajar yang Inklusif dan Positif. Sekolah harus memastikan bahwa mereka menciptakan lingkungan yang inklusif dan mendukung keberagaman. Lingkungan yang positif dan aman bagi semua siswa akan menjadi daya tarik bagi orangtua yang mencari sekolah yang tidak hanya mengutamakan prestasi akademik, tetapi juga kesejahteraan emosional dan sosial anak seperti pendekatan yang lebih personal terhadap siswa, dengan memberi perhatian khusus bagi siswa yang mungkin mengalami kesulitan baik akademik maupun pribadi.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak lepas dari adanya beberapa keterbatasan, antara lain adalah:

1. Pengumpulan data kuisioner dilakukan secara luring. Hal ini menjadi keterbatasan penelitian karena peneliti harus menginput data secara manual ke dalam aplikasi pengolahan data. Adapun hal ini dilakukan dengan tujuan memperkecil bias data. Jika pengumpulan data dilakukan secara online melalui *Google-form*, peneliti tidak dapat mengontrol responden untuk mengumpulkan data tepat waktu dan dilakukan oleh responden itu sendiri.
2. Kesulitan menyesuaikan waktu responden untuk dilakukan sosialisasi dan pemberian kuisioner.

Saran

Beberapa saran dari peneliti setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut yang sejenis khususnya terkait dengan variabel brand image, kualitas pelayanan, dan biaya pendidikan. Penelitian selanjutnya, dapat menggunakan sampel yang lebih luas meliputi skala yayasan yaitu Yayasan Sahabat Kader Bangsa.
2. Penelitian ini tidak menggunakan variabel intervening, ada baiknya peneliti selanjutnya mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi variabel independen yang dapat digunakan sebagai variabel intervening.
3. Pada penelitian ini terdapat variabel biaya pendidikan, tetapi peneliti tidak memasukkan data pekerjaan responden yang dinilai dapat mempengaruhi variabel biaya pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmeka, F.; R. N. Wathoni, & A. S. Santoso, 2019. The Influence of Discount Framing Towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in E-Commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858.
- Anwar, I. 2015. Pengaruh Biaya pendidikan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Arianto, N., & B. D. A. Octavia, 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98–107.
- Benhardy, K.; H. Hardiyansyah.; A. Putranto, & M. Ronadi, 2020. Brand Image and Price Perceptions Impact on Purchase Intentions: Mediating Brand Trust. *Management Science Letters*, 10(14), 3425–3432.
- Chaniago, A. 2017. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Cynthia, D.; H. Hermawan, & A. Izzuddin, 2022. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Publik*, 9(1), 104–112.
- Dharmawan, E., & I. Hidayat, 2018. Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Word of Mouth (Wom) yang Dimediasi Kepuasan Konsuen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 7(2).
- Diani, F. U.; R. Dewi, & I. Amalia, 2021. Pengambilan Keputusan Orang Tua dalam Pemilihan Sekolah Bagi Anak. *Jurnal Psikologi Terapan (JPT)*, 4(1), 47–60.
- Djarmiko, T., & R. Pradana, 2015. Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227.
- Erinawati, F., & A. Syafarudin, 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146.
- Fadillah, S. M., & A. Rahim, 2022. Faktor-Faktor Pendukung Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Anak di Madrasah Ibtidaiyah Raudlatul Muttaallimin Darul Abror Bekasi Tahun 2019. *Joel: Journal Of Educational And Language Research*, 1(12), 2021–2046.
- Fauzi, D. H., & L. Mileva, 2018. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 190–199.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haque, M. G. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Huda, N. 2020. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43.
- Kasiono, B. A.; A. L. Tumbel, & J. J. Pondaag, 2022. Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pengunjung Di Cafe Kopi Lain Hati Tondano). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1795–1806.
- Kotler, A., & G. Armstrong, 2016. *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. T., & K. L. Keller, 2017. *Manajemen Pemasaran* (8th ed.). England: Pearson Higher Ed.
- Kotler, Philip, & G. Amstrong, 2018. *Principles of Marketing* (15th ed.). England: Pearson.
- Kotler, Philip, & K. L. Keller, 2006. *Marketing Management*. New Jersey: John Wiley & Son.
- Kotler, Philip, & K. L. Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran* (7th ed.). Jakarta: Indeks.
- Kotler, Phillip, & K. L. Keller, 2016. *Marketing Management 15th Global Edision*. In Small Business Marketing.

- Kotler, Philip, 2006. *Service Management*. New Jerse: Springer.
- Margaretha, S. F., & J. Edwin, 2012. Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(2).
- Martín-Consuegra, D.; A. Molina, & Esteban, A. 2007. An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: an Empirical Analysis in the Service Sector. *Journal of Product & Brand Management*, 16(7), 459–468.
- Martínez, P. 2014. CSR Influence on Hotel Brand Image and Loyalty. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 27(2), 267–283.
- Mukti, A. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–245.
- Nunnally, J. 1978. *Psychometric Theory*.
- Phillip Kotler, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). In Prinsip- Prinsip Pemasaran.
- Prastiyani, M., & S. Suhartono, 2020. Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Smartphone Advan melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening di Wilayah Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 7(1), 58–74.
- Purwati, A., & M. M. Cahyanti, 2022. Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Putra, P., & W. N. L. A Abiyoga, 2023. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 343–351.
- Putri, A. B.; I. E. Aprilia, & A. Sanusi, 2023. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 249–267.
- Putri, D. L., & A. Aznuriyandi, 2019. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Memilih Bimbingan Belajar pada Lembaga Pendidikan Ganesha Operation di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(3), 234–238.
- Sahara, N. I., & F. A. Prakoso, 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, ISSN, 2776, 1–11.
- Sari, N. A., & S. Indriyani, 2022. Pengaruh Syariah Marketing, Kualitas Pelayanan, Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Bandar Lampung. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(1).
- Sastradiharja, E. J., & W. D. Sari, 2019. Pengaruh Persepsi Faktor Rasional dan Emosional terhadap Kepuasan Orang Tua Siswa di Sekolah Dasar Islam Terpadu Lentera Ilmu Kota Tangerang. *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 103–130.
- Sekaran, J. 2009. *Cronbachs Alpha: A tool for Assessing the Reliability of Scales*. New York: Wiley Online Library.
- Sudiantini, D.; K. I. Meutia,; B. Narpati, & F Saputra, 2023. Hubungan Kualitas Pelayanan, Citra Sekolah, Loyalitas Siswa dan Keputusan Memilih Sekolah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 404–408.
- Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, P. 2013. Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli pada Sepeda Fixie Di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1).

- Swastha, B. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty. Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Zhang, L. 2015. Does one Bad Apple Ruin a Firm's Green Brand Image? Examining Frontline Service Employees' Environmentally Irresponsible Behaviors. *European Journal of Marketing*, 54(10), 2501–2521.