

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH SEKOLAH DASAR
(STUDI KASUS ORANG TUA SISWA SD MUHAMMADIYAH 1
KETELAN SURAKARTA)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi SI Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

DESY GUNAWATI

19.13.0001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2023

PERSETUJUAN

Nama : Desy Gunawati
NIM : 19130001
Program Studi : S I Manajemen
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Dasar (Studi
Kasus Orang Tua Siswa SD Muhammadiyah 1 Ketelan

Disetujui dan disahkan :

Hari : Jumat
Tanggal : 31 Maret 2023

Pembimbing,



Dr. Budi Istiyanto, S.E., MM., MH.
NIDN. 0625127401

Mengetahui

Kepala Program Studi S1 Manajemen/Akuntansi



Tri Ratna Pamikatsih, S.E., MBA
NIDN. 0610119201

PENGESAHAN

Nama : Desy Gunawati
NIM : 19130001
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan
Orang Tua Memilih Sekolah Dasar (Studi Kasus Orang
Tua Siswa SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta)

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah
Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi
persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Jumat
Tanggal : 19 Mei 2023

Tim Penguji

Ketua : Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H
Anggota : Aditya Liliyan, S.M.D., M.M

Tanda Tangan

()
()

Mengetahui

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH SEKOLAH DASAR
(STUDI KASUS ORANG TUA SISWA SD MUHAMMADIYAH 1
KETELAN SURAKARTA)**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Surakarta, 31 Maret 2023

Yang memberikan pernyataan



Desy Gunawati

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Barang siapa yang menunjuki kepada kebaikan, maka ia akan mendapat pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya"

HR. Muslim.

"Sukses bukanlah final; kegagalan tidak fatal: Ini adalah keberanian untuk melanjutkan yang penting."

Winston S. Churchill

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT, suami, anak-anakku dan orang tua tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan, sahabat yang selalu memberi semangat dan teman-temanku yang selalu membantuku.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum.Wr.Wb.

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan anugerah dan nikmat kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini, sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarganya, para sahabat dan umatnya yang senantiasa istiqomah di jalan kebenaran

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu tak lepas dari arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait tersebut diantaranya sebagai berikut :

1. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E.,MBA., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan dalam menyelesaikan studi.
2. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E.,MM.,MH. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan dukungan, saran dan masukannya kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen beserta karyawan STIES Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan, nasehat dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan
4. Ibu Hj. Sri Sayekti, S.Pd.,M.Pd., selaku Kepala SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta yang selalu memberikan motivasi dan bimbingan demi keberhasilan peneliti
5. Seluruh Guru dan karyawan SD Muhammadiyah 1 Ketelan yang telah memberikan motivasi, arahan dan membantu peneliti selama melaksanakan penelitian.
6. Suami, anak-anakku dan orang tua serta saudara tercinta yang selalu mendo'akan, memberikan dukungan, dan semangat baik moril maupun materiil dalam menyelesaikan studi dari awal sampai selesai.

7. Sahabat dan teman-teman R3 yang memberikan dorongan dan semangat dalam mengerjakan skripsi.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak dengan segala keterbatasan penulis dalam penyusunan skripsi ini,penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari masih banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun.

Wassalamualaikum.Wr.Wb.

Surakarta, 6 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	13
1. Pemasaran.....	13
2. Persepsi Kualitas Pelayanan.....	14
3. <i>Ewom</i>	15
4. Sarana Prasarana.....	16
5. Pengambilan Keputusan.....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pikir.....	20
D. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Objek Penelitian.....	24

	B. Jenis dan Sumber Data.....	24
	C. Populasi dan Sampel.....	25
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
	1. Metode Wawancara.....	26
	2. Metode Kuesioner.....	26
	3. Studi Kepustakaan.....	27
	E. Definisi Operasional	27
	F. Teknik Analisa Data	30
	1. Uji Instrumen Data.....	30
	2. Uji Asumsi Klasik.....	31
	3. Uji Hipotesis.....	32
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Objek Penelitian	34
	B. Deskripsi Responden	34
	C. Hasil Analisis Data	37
	D. Pembahasan	46
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	49
	B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. APM Penduduk Indonesia Tahun 2021	3
Tabel 2. Jumlah Siswa SD Muhammadiyah 1 Ketelan	9
Tabel 3. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4. Skala Likert	26
Tabel 5. Defenisi Operasional	27
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Hubungan dengan Siswa	34
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	35
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	36
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas Pelayanan	37
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Ewom</i>	38
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Sarana Prasarana	39
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan	39
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	41
Tabel. 17. Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 19. Coefficients	43
Tabel 20. Hasil Uji t	44
Tabel 21. Model Summary	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	20
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.	55
Lampiran 2. Tabulasi Data	
Lampiran 3. Hasil uji Valisitas dan Reabilitas	
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik	
Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	

ABSTRAK

Desy Gunawati, 19.13.0001, Halaman, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Dasar (Studi Kasus Orang Tua Siswa SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta),2023

Pendidikan merupakan faktor penting bagi kelangsungan suatu bangsa dan menjadi sarana untuk mengembangkan pengetahuan yang dibutuhkan didalam memajukan masyarakat suatu negara, serta menghadapi persaingan global. Fenomena munculnya sekolah-sekolah baru mengharuskan setiap lembaga pendidikan dasar dapat mengembangkan usahanya dengan berbagai cara salah satunya yaitu pemasaran yang strategis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan, ewom dan sarana prasarana terhadap keputusan orang tua memilih sekolah dasar (Studi kasus orang tua siswa SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta)

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan tehnik sampling non probability sampling dengan metode sampel jenuh sejumlah populasi sebanyak 97 orang sebagai sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji instrument data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis berganda yang terdiri dari analisi regresi linear berganda, uji t, dan uji koefisien determinasi. Pengelohan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS *Statistic for Windows* versi 23

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan, variabel *electronic word of mouth* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan, dan variabel sarana prasarana (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*, Sarana prasarana, Pengambilan Keputusan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ilmu pengetahuan sangat penting bagi masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dan untuk dapat berkompetisi. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju harus dapat diikuti oleh masyarakat salah satunya melalui pendidikan. Pendidikan selain penting untuk membangun pemberdayaan masyarakat terpelajar, juga menjadi landasan yang kuat untuk memacu pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan tenaga kerja yang memiliki pengetahuan, menguasai teknologi, mempunyai keahlian, ketrampilan dan dapat meningkatkan kualitas hidup. Pendidikan menjadi investasi yang memberi keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan bangsa bermartabat dan individunya menjadi manusia yang memiliki derajat (Engkoswara dan Komariah, 2010)

Dalam pembukaan Undang-undang dasar (UUD) 1945 telah dijelaskan bahwa tujuan pendidikan nasional adalah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan mandiri serta rasa tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan (Haryanto, 2015)

Pemerintah kemudian mengeluarkan peraturan perundang-undangan (UU) yang mengatur sistem pendidikan nasional. Dalam UU nomor 20 tahun 2003

tentang sistem pendidikan nasional menjelaskan bahwa, "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar Peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan religious keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara.

Pendidikan merupakan faktor penting bagi kelangsungan suatu bangsa dan menjadi sektor kehidupan manusia. Manusia membutuhkan pendidikan dalam hidupnya. Pendidikan adalah sarana dalam mengembangkan pengetahuan yang dibutuhkan didalam meningkatkan kemajuan masyarakat suatu negara, serta menghadapi persaingan global. Pendidikan merupakan media pembelajaran dan juga pembentukan karakter yang akan mempengaruhi manusia dalam menjalani hidupnya baik dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Pembentukan karakter melalui pembelajaran di dapat dimulai sejak usia dini yaitu di Sekolah Dasar (SD).

Sekolah dasar (SD) sebagai lembaga pendidikan yang memberikan pendidikan dasar, jelas memegang peranan penting dalam pembangunan wawasan anak bangsa (Septi Andryana 2009:1). SD adalah jenjang paling dasar pada pendidikan formal di Indonesia dimana lulusan SD dapat melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau sederajat (Kemdiknas 2012). UU Nomor 20 Tahun 2012 tentang sistem Pendidikan Nasional mendefinisikan pendidikan dasar sebagai jenjang pendidikan yang melandasi jenjang pendidikan menengah.

Kualitas pendidikan dasar di Indonesia dapat dilihat salah satunya dari besarnya daya serap sistem pendidikan dasar terhadap penduduk usia sekolah dasar yang diukur melalui Angka Partisipasi Murni (APM) dalam pendidikan dasar (BPS 2016). Tabel 1 memperlihatkan persentase APM dalam pendidikan dasar di Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Tabel 1
Persentase Angka Partisipasi Murni (APM) Penduduk Indonesia
Dalam Pendidikan SD/MI/Paket A Tahun 2017-2021

2017	2018	2019	2020	2021
97,19	97,58	97,64	97,69	97,80

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa Angka Partisipasi Murni penduduk Indonesia dalam pendidikan dasar pada tahun 2018 sebesar 97,58 persen meningkat 0,39 persen dari tahun 2017. Pada tahun 2019, persentase APM meningkat 0,06 dari tahun 2018 menjadi 97,64. Pada tahun 2020, persentase APM meningkat 0,05 persen menjadi 97,69. dan Pada tahun 2021, persentase APM meningkat 0,11 persen menjadi 97,80. Peningkatan persentase APM dalam pendidikan dasar ini menandakan bahwa setiap tahunnya semakin banyak penduduk usia sekolah baik di SD, MI, maupun Paket A di Indonesia yang mengalami peningkatan.

Saat ini banyak bermunculan sekolah-sekolah baru yang mengusung metode partisipatif berdasarkan kompetensi. Fenomena hadirnya sekolah dasar dengan metode partisipatif tersebut merupakan jawaban dari munculnya kebutuhan atas pentingnya kualitas pendidikan dalam membangun pendidikan karakter dan pengenalan bakat serta minat siswa. Maka tidak heran apabila

banyak orang tua yang bingung dalam memilih lembaga pendidikan dasar yang tepat untuk putra-putrinya. Untuk itu, lembaga pendidikan dasar dituntut dapat menggunakan dan mengembangkan usahanya dengan berbagai cara salah satunya yaitu pemasaran yang strategis melalui kemampuan mengenali target pasar yang menjadi konsumen lembaga pendidikan dasar (Nur Hadi dan Saino, 2015).

Beberapa Sekolah Dasar melakukan bauran pemasaran yang menarik salah satunya yaitu lewat *ewom*. Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat membuat seseorang memiliki ruang untuk dapat mengungkapkan dan mendapatkan informasi dalam berbagai platform yang tersedia dan dengan mudah menyebarkannya ke seluruh dunia. Dengan adanya internet menyebabkan pergeseran dari tradisional word of mouth menjadi electronic word of mouth. Komunikasi yang ada di *ewom* berupa pernyataan positif, netral, maupun negatif dari konsumen potensial, aktual, maupun mantan konsumen mengenai produk, jasa, merek atau perusahaan yang tersedia untuk banyak orang dan lembaga melalui internet (Henning-Thurau *et al.*, 2004).

Pemasaran viral atau disebut dengan istilah *Electronic word of mouth* menurut Kotler dan Keller (2016) adalah pemasaran menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut untuk mendukung usaha dan tujuan pemasaran. Pemasaran dapat mendorong konsumen menceritakan produk dan jasa yang dikembangkan dalam bentuk *audio, video* dan tulisan kepada orang lain secara online. Dengan adanya *ewom* orang tua murid

dapat mempengaruhi orang tua murid lainnya dengan memberikan opini dan pengalaman mereka saat menyekolahkan putra-putrinya di sekolah tersebut. Hal ini membuat sekolah akan mendapatkan dampak positif dan juga negatif, apabila sekolah tersebut mendapatkan ulasan positif oleh orang tua di media online maka sekolah akan mendapatkan promosi tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar untuk dapat mempengaruhi minat orang tua saat memutuskan memilih sekolah untuk anaknya. Tetapi jika sekolah mendapatkan ulasan negatif atau ulasan yang tidak begitu memuaskan, maka orang tua murid akan memberikan review yang buruk mengenai sekolah tersebut, bahkan sampai arah tidak menyarankan sekolah tersebut kepada orang tua lainnya. Maka dari itu pentingnya membangun persepsi orang tua wali siswa agar terus memberikan opini yang positif terhadap sekolah agar tetap diminati oleh masyarakat.

Berikut penelitian pengaruh *ewom* terhadap keputusan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Hedra (2020) dengan judul pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap *brand image* dan *purchase intension* menyatakan bahwa *electronic Word Of Mouth* tidak berpengaruh terhadap niat pembelian smartphone Iphone, atau oleh Rieka Aprilia Hermansyah pada mahasiswa Difabel Pusat Studi dan Layanan Disabilitas (PSLD) dengan judul pengaruh *ewom* dan media social terhadap keputusan memilih berkuliah di Universitas Brawijaya menyatakan bahwa *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih berkuliah di Universitas Brawijaya. Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Ruhamak,M.D dan Rahmadi,A,N (2022) dengan judul Pengaruh *Ewom*, Reputasi dan *Webqual* terhadap keputusan konsumen pada pengguna lembaga kursus bahasa Inggris yang menyatakan bahwa *ewom* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Inggris.

Selain strategi pemasaran diatas bauran pemasaran yang perlu dilakukan oleh sekolah yaitu membangun persepsi kualitas pelayanan. Menurut Wijaya dan Ratnasari,(2016:5) Kualitas pelayanan (Service Quality) adalah mengukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai harapan konsumen Sekolah harus mulai memikirkan pentingnya program pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan.. Adapun dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan aspek utama pada suatu pertimbangan keputusan pembelian barang atau jasa. (Ahmad, Noor dan Wel, 2014).

Studi mengenai keputusan pembelian khususnya keputusan orang tua dalam memilih sekolah untuk putra-putrinya menjadi pembahasan menarik dalam penelitian ini. Penelitian mengenai keputusan orang tua dalam memilih jasa pendidikan yang dilakukan oleh Sulistia,Sutono (2020) dengan judul analisis pengaruh persepsi terhadap keputusan orang tua memilih jasa pendidikan di TK Bunder Singkawang menyatakan bahwa persepsi pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih jasa pendidikan, sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Siti Maimunah

(2019) pada kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai mie kiro Gresik.hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindy Kirana Widyaningrum R R(2019) dengan judul Analisis engaruh persepsi harga,promosi,dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa penginapan oyo di kota Yogyakarta menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain strategi pemasaran yang menarik, yang dapat mempengaruhi keputusan wali murid dalam memilih sekolah, terdapat beberapa faktor lainnya yang mempengaruhi. Salah satunya faktor yaitu sarana prasarana.Sarana pendidikan adalah peralatan atau perlengkapan yang secara langsung dipergunakan dan menunjang proses belajar mengajar seperti gedung,ruang kelas,meja kursi,serta alat-alat dan media pengajaran (Mulyasa, 2004:49). Sarana pendidikan adalah semua fasilitas yang diperlukan dalam proses belajar-mengajar,baik yang bergerak maupun tidak bergerak agar pencapaian tujuan pendidikan dapat berjalan dengan lancar,teratur,efektif,dan efesien (Suharsimi, 2008:273).

Penelitian yang dilakukan RH Ervina dan ESF Hasan(2019) dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi minat orang tua dalam memilih SMKN 2 Semarang menyatakan bahwa sarana prasarana berpengaruh terhadap minat orang tua dalam memilih SMKN 2 Semarang.Penelitian tersebut tidak sama dengan yang dilakukan Imadudin,Budiandriani,dan A.F Bahari(2021) dengan judul Analisi peningkatan kunjungan wisatawan melalui

promosi, sarana prasarana dan pelayanan menyatakan bahwa variable promosi dan pelayanan berpengaruh signifikan, sedangkan sarana prasarana tidak berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke pantai seruni. hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva Harfani yang berjudul pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan memilih sekolah di SD Islam Ulil Albab Kebumen yang menyatakan sarana prasarana tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah..

Seiring dengan pesatnya perkembangan di bidang informasi dan teknologi, sekolah saat ini meningkatkan fasilitas serta sarana prasarana yang dapat menunjang bidang-bidang tersebut. Begitupun dengan Sekolah Dasar Swasta yang harus menyediakan sarana prasarana yang memadai agar tidak tertinggal oleh zaman yang semakin maju serta dapat bersaing dengan sekolah-sekolah unggulan swasta lainnya serta dapat menjadi pilihan utama orang tua dalam menyekolahkan putra-putrinya.

SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta salah satu sekolah swasta unggulan yang berada di kota Solo dan sudah menjadi sekolah dasar Penggerak dimana kurikulum yang digunakan yaitu kurikulum merdeka belajar, serta diajarkan oleh guru yang telah lolos sebagai guru penggerak. SD Muhammadiyah 1 Ketelan merupakan sekolah dengan keunikan yang arif dan sangat khas, yaitu selalu menyeimbangkan budaya dan kearifan lokal serta unggul dalam prestasi dan berakhlak mulia. selain mengajarkan pendidikan agama kepada muridnya juga membangun karakter lewat kegiatan ekstra seperti: Tapak Suci, HW, Robotik, Panahan, Olahraga, Dokter Kecil, Seni,

Kewirausahaan, Keagamaan dan Olimpiade. Selain itu para murid juga diajarkan ilmu teknologi informasi yang tidak kalah dengan sekolah lainnya. Dengan sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta, diharapkan bisa meningkatkan kemampuan generasi penerus bangsa yang pandai dan memiliki karakter dan akhlak yang mulia.

Berikut Data Jumlah murid tahun ajaran 2018/2019 sampai tahun ajaran 2022/2023 akan disajikan pada tabel berikut :

Tabel 2. Jumlah Siswa SD Muhammadiyah 1 Ketelan

Tahun Ajaran	Jenis Kelamin		Total Murid
	Laki-laki	Perempuan	
2018-2019	378	423	801
2019-2020	375	420	795
2020-2021	381	382	763
2021-2022	348	359	707
2022-2023	346	335	681

Sumber : Data Siswa SD Muh 1 Ska

Berdasarkan tabel diatas jumlah murid SD Muh 1 mengalami penurunan akibat dari pandemi *Covid-19* dan pembatasan kuota jumlah murid dari Dinas Pendidikan yaitu 28 siswa perkelas, oleh karena itu SD Muh 1 Ketelan dalam kurun waktu 5th terus mengalami penurunan.

Agar SD Muhammadiyah 1 Ketelan dapat terus bersaing dengan sekolah swasta lainnya dan meningkatkan jumlah muridnya, maka SD Muhammadiyah 1 Ketelan berusaha meningkatkan bauran pemasaran orang tua dengan meningkatkan kualitas yang tidak kalah dengan sekolah swasta lainnya selain kualitas pelayanan serta meningkatkan fasilitas dan sarana prasarana yang lengkap dan lebih maju.

Berdasarkan Riset gap dan Data siswa diatas penulis tertarik untuk menguji apakah variable-variabel bebas yang meliputi persepsi kualitas pelayanan,*ewom*, dan sarana prasarana memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta. Maka dari itu diperlukan pengukuran mengenai perilaku orang tua murid dalam pengambilan keputusan, mengapa orang tua memilih SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta sebagai sekolah untuk putra-putrinya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Persepsi Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta ?
2. Apakah *Ewom* berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta ?
3. Apakah Sarana Prasarana berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta
2. Mengetahui pengaruh *eWOM* terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta
3. Mengetahui pengaruh Sarana Prasarana terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta memberikan masukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan keputusan memilih sekolah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan, pemahaman dan pengalaman berhubungan dengan persepsi kualitas pelayanan, *eWOM*, dan sarana prasarana terhadap keputusan memilih sekolah serta faktor lain yang mempengaruhinya.

b. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat bagi SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta dalam rangka meningkatkan kualitas sekolah agar menjadi lebih baik dan maju supaya dapat bersaing dengan sekolah swasta lainnya.

c. Bagi Dinas Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk dapat meningkatkan pengembangan dan mutu pendidikan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pemasaran

Pemasaran (Marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial menjadi peluang bisnis yang menguntungkan (Kotler & Keller, 2012). Pemasaran mempunyai kontribusi yang sangat besar dengan lingkungan eksternal perusahaan. Sesuai konsep yang dikemukakan oleh Kotler (2009:5), pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Strategi bauran pemasaran jasa merupakan strategi bagi penyedia jasa yang berkaitan dengan bagaimana penyedia jasa menyajikan penawaran jasa pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya. Yoyon (2016) mendefinisikan pendidikan sebagai produk jasa yang merupakan sesuatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik dengan pengguna jasa yang memiliki sifat tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.

Kotler dan Fox dalam David Wijaya (2012) mendefinisikan tujuan utama pemasaran jasa pendidikan yaitu untuk memenuhi misi sekolah dengan tingkat keberhasilan yang besar, meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan, meningkatkan ketertarikan terhadap sumber daya pendidikan, dan meningkatkan efisiensi pada aktivitas pemasaran jasa pendidikan. Kotler dan Armstrong (2008) menjabarkan bahwa dalam produk jasa terdapat tujuh elemen bauran pemasaran jasa yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses.

2. Persepsi Kualitas Pelayanan

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan yaitu proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat responnya, kemudian stimulus diteruskan ke pusat susunan syaraf yaitu otak, dan otak merupakan proses psikologisnya sehingga individu bisa mempersepsi stimulus yang diterimanya (Walgito, 2002).

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014:282) terdapat indikator dari kualitas layanan diantaranya adalah :

- a. *Reliability* (keandalan), yaitu yang diberikan perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan dan memuaskan.

- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu yang diberikan perusahaan dalam bentuk keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- c. *Assurance* (jaminan), yaitu yang diberikan perusahaan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- d. *Emphaty* (empati), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.
- e. *Tangibels* (bukti fisik), yaitu yang diberikan perusahaan kepada konsumen meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.

3. *Ewom*

Pesan *Ewom* adalah pesan yang sangat penting bagi konsumen ketika ingin mendapatkan informasi mengenai kualitas produk atau jasa, dan akan menjadi referensi penting dalam proses pembuatan keputusan (Chevaier and Mayzlin, 2006).

Menurut Hening-Thurau, et al., (2004) *ewom* (*electronic-word of mouth*) adalah pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh konsumen potensial mengenai produk atau perusahaan yang dapat diakses oleh banyak orang atau institusi melalui internet.

Lin dan Chang,(2013) *ewom* adalah pernyataan positif maupun negatif tentang produk atau perusahaan yang dibuat oleh pelanggan potensial, pelanggan saat ini maupun mantan pelanggan, yang tersedia bagi banyak orang dan institusi melalui internet.

Menurut Jalilvand dan Samie (2012:22) terdapat 5 indikator *ewom* diantaranya adalah :

- a. Membaca ulasan online produk konsumen lain.
- b. Mengumpulkan informasi dari review produk konsumen melalui internet
- c. Berkonsultasi secara online
- d. Perasaan khawatir apabila seseorang tidak membaca ulasan online sebelum pembelian
- e. Peningkatan rasa percaya diri setelah membaca ulasan online

4. Sarana Prasarana

Pengertian sarana dan prasarana pendidikan adalah semua keperluan yang diperlukan dalam proses belajar-mengajar, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak agar pencapaian tujuan pendidikan dapat berjalan dengan lancar, teratur, efektif,dan efesien. Menurut Rohman dan Amri (2012:267) Sarana pendidikan adalah peralatan dan perlengkapan yang secara langsung dipergunakan dan menunjang proses pendidikan, khususnya proses belajar mengajar.

Sarana pendidikan adalah semua fasilitas yang diperlukan dalam proses belajar-mengajar, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak agar pencapaian tujuan pendidikan dapat berjalan dengan lancar, teratur, efektif dan efisien (Suharsimi, 2008:273).

Menurut Barnawi dkk, (2012) Sarana Pendidikan adalah semua perangkat alat, bahan, dan perabot yang langsung digunakan dalam proses belajar mengajar di sekolah.

Menurut Nurul (2013) terdapat indikator Sarana Prasarana diantaranya adalah:

- a. Lahan.
- b. Ruang.
- c. Bangunan.
- d. Perabotan dan peralatan
- e. Sarana Transportasi
- f. Lingkungan yang aman dan nyaman

5. Pengambilan Keputusan

Menurut Kanuk dan Schiffman (2009:485), pengambilan keputusan merupakan proses pemilihan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain keputusan adalah sebuah pilihan dari beberapa alternatif yang mungkin.

Indikator Pengambilan Keputusan menurut Syamsi dalam Hevi (2013) sebagai berikut :

a. Tujuan

Tujuan tersebut harus disesuaikan dengan tingkat relevansi dengan kebutuhan, kejelasan dan kemampuan memprediksi.

b. Identifikasi Alternatif

Identifikasi alternatif maksudnya adalah untuk mencapai tujuan tersebut. kiranya perlu dibuatkan beberapa alternatif, yang nantinya perlu dipilih salah satu yang dianggap paling tepat.

c. Faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya

Faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya artinya adalah keberhasilan pemilihan alternatif itu baru dapat diketahui setelah putusan itu dilaksanakan.

d. Dibutuhkan sarana untuk mengukur hasil yang dicapai

Dibutuhkan sarana untuk mengukur hasil yang dicapai maksudnya adalah masing-masing alternatif perlu disertai akibat positif dan negatifnya, termasuk sudah di perhitungkan di dalamnya *uncontrollable events*-nya.

B. Penelitian Terdahulu

Hasil- hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

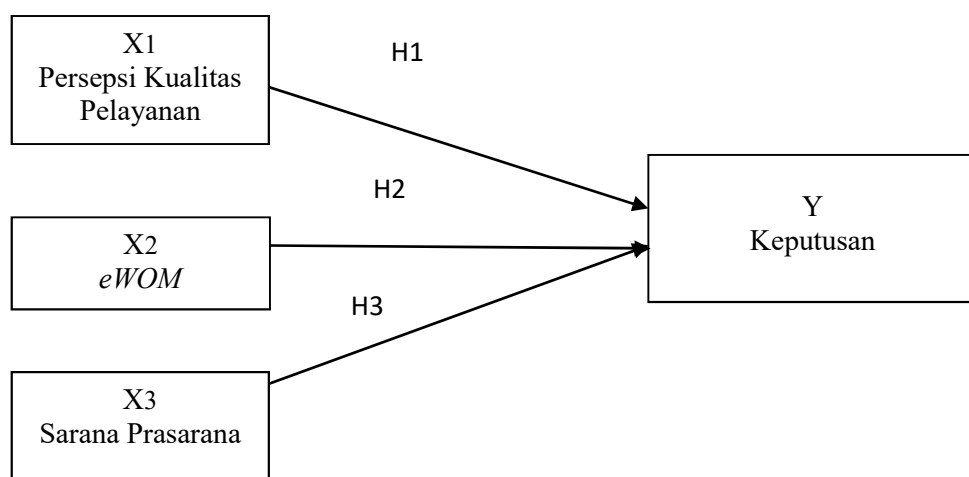
Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil
1	Sulistia,Sutiono (2020)	Analisis Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan Di TK Bruder Singkawang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi fasilitas,persepsi harga,persepsi kualitas pelayanan,dan persepsi lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua wali murid memilih jasa pendidikan di TK Bruder Singkawang .
2	Waseso Seguro (2008)	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Suatu Penelitian Pada Penyedia Jasa Telepon Selular Di Jawa Barat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsikualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada penyedia jasa telepon selular di Jawa Barat
3	Rieka Aprilia Hermansyah(2016)	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Berkuliah di Universitas Brawijaya pada MahasiswaDifabel Pusat Studi dan Layanan Disabilitas (PSLD)Universitas Brawijaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>eWOM</i> tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih kuliah di Universitas Brawijaya sedangkan media sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih kuliah di Universitas Brawijaya
4	Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A, N.(2022)	Pengaruh <i>E-Wom</i> , Reputasi dan <i>Webqual</i> TerhadapKeputusan Konsumen pada Pengguna Lembaga KursusBahasa Inggris.	Hasil penelitian menunjukan bahwa <i>E-WoM</i> , Reputasi dan <i>Webqual</i> berpengaruh signifikan terhadap Keputusan konsumen pada pengguna lembaga kursus Bahasa Inggris
5	Zeshasina Rosha, Linda Wati, Surya Dharma (2017)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Dalam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang secara

		Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Islam Al Azhar 32 Padang	signifikan mempengaruhi orang tua dalam pengambilan keputusan memilih SDIA 32 Padang adalah kualitas pengajaran, agama, citra sekolah, dan biaya sekolah. sedangkan kualitas guru, lokasi sekolah, fasilitas sekolah, lingkungan sekolah, dan keamanan sekolah tidak berpengaruh signifikan
6	Rr. Hawik Ervina I, Efriyani Sumastuti, Farid Hasan (2019)	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sarana dan prasarana, kualifikasi akademik, kompetensi kelulusan, berpengaruh secara signifikan terhadap minat orang tua memilih SMKN 2 Semarang sedangkan biaya pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat orang tua memilih SMKN 2 Semarang

Sumber : Penelitian Terdahulu

C. Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban individu terhadap rumusan masalah penelitian, dimana telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2017).

1. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan(X_1) terhadap keputusan memilih sekolah (Y).

Sulistia,Sutiono (2020) melakukan penelitian terhadap orang tua murid TK Bruder Singkawang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih jasa pendidikan di TK Singkawang.

Penelitian yang dilakukan oleh Waseso Seguro (2008) pada penyedia jasa telepon selular di Jawa Barat penelitian ini menunjukan bahwa persepsi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian diatas kualitas pelayanan sebagai bagian dari strategi pemasaran jasa yang memiliki peranan sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan dan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Persepsi Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta

2. Pengaruh *Ewom* (X_2) terhadap keputusan memilih sekolah (Y)

Penelitian yang dilakukan Ruhamak,M,D.& Rahmadi,A.,N.(2022) pada konsumen hasil penelitian menunjukkan bahwa *Ewom* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen pengguna lembaga kursus bahasa Inggris.

Zalni & Abror (2019) melakukan penelitian pada pelanggan shopee di Kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Ewom* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan Shopee di Kota Padang.

Berdasarkan penelitian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi dengan menggunakan Electronic Word of Mouth (EWOM) menjadi sebuah alat yang efektif untuk mengubah jaringan komunikasi secara elektronik menjadi jaringan untuk menangkap perhatian penerima, mendorong ketertarikan dan akhirnya akan mempengaruhi perilaku dari konsumen.*Ewom* juga memiliki efek yang kuat pada proses membangun kepercayaan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2 : *Ewom* berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta

3. Pengaruh Sarana Prasarana (X_3) terhadap keputusan memilih sekolah (Y)

Pengelolaan sarana dan prasarana merupakan kegiatan yang amat penting di sekolah, karena keberadaannya akan sangat mendukung terhadap suksesnya proses pembelajaran di sekolah. Rr. Hawik Ervina I,Efriyani

Sumastuti, Farid Hasan (2019) melakukan penelitian pada siswa SMK Negeri 2 Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sarana prasarana berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua memilih sekolah SMK Negeri 2 Semarang.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Abdillah dan Andry Herawati (2018) yang meneliti pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya. Penelitian ini menunjukkan bahwa sarana prasarana berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah di SMA Muhammadiyah 9 Surabaya.

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa sarana prasarana merupakan kegiatan yang amat penting di sekolah, karena keberadaannya akan sangat mendukung terhadap suksesnya proses pembelajaran di sekolah. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3 : Sarana Prasarana berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua siswa memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta
2. *Electronic word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua siswa memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta
3. Sarana prasarana berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua siswa memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan bagi SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta yaitu lebih ditingkatkan lagi pelayanan yang baik dan bisa memberikan kepuasan terhadap orang tua siswa.serta melakukan promosi di media social yang sedang dimininati masyarakat saat ini seperti di ig,facebook,dan ulasan digoogle karena selama ini strategi promosi yang dilakukan masih sebatas pemasangan iklan dimedia cetak. Peningkatan strategi promosi dapat dilakukan dengan cara mengelola secara aktif blog dan

social media,serta menggerakkan jaringan alumni untuk melakukan promosi dengan memberikan testimonial di komentar google maupun media social milik SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta.Pada jaman sekarang ini sebagian masyarakat menggunakan media social dan online untuk mencari sekolah yang diminati masyarakat dan baik bagi putra-putrinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Herawati, Andri. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entreprenuer Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya. *Jiabi-vol. 2. No. 2.*
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *1(2), 83–101.*
- Badan Pusat Statistik 2016 Data Angka Partisipasi Murni.
- Barnawi, & M.Arifin. (2012). *Manajemen Sarana Dan Prasarana Sekolah.* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Chevalier, J., & Mayzlin, D. (2006). The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Bookreviews. *Journal of Marketing Research*, 43 (3), 345-354.
- Engkoswara, dan Komariah. (2010). *Administrasi Pendidikan.* Bandung: Alfabeta.
- Ervina, I., Hasan, S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Semarang. *Journal of Management & Business.* Vol.2.No.1
- Haryanto. (2015). Relasi Agama dan Budaya Dalam Hubungan Intern Umat Islam. *Jurnal Smart Vol.1, No 1.*
- Hendra. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Image dan Purchase Intention. *E-Journal. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.* <https://ejournal.uajy.ac.id/22955/1/1603225371.pdf>
- Hennig, T. T., Kevin P.G., Gianfranco, W., & Dwayne, D. G. (2004). Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform: Whatmotives Consumer to Articulates Themeselves on The Internet. *Journal of Interactive Marketing*, Vol 18, 38-52.
- Imanudin, Budi A., & Bahari, A., F. (2021). Analisis Peningkatan Keputusan Kunjungan Wisatawan Melalui Promosi, Prasarana dan Pelayanan. *Jurnal AkMen Jurnal Ilmiah.* 28-35.
- Jalilvand, & Samiei. (2012). ‘The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image And Purchase Intention: Anempirical Study in The Automobile Industry in Iran. *Journal Marketing Intelligence & Planning.* Vol. 30. Issue 4. pp. 460 – 476.
- Kotler, P., dan Kevin, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1 dan 2 (Terjemahan).* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kanuk, dan Schiffman. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh (Terjemahan).* Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kristiani, N. (2016). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha.*

- Nur Hadi & Saino. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-Kanak Islam Terpadu (TK IT) Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*. Vol.4(1).
- Rohman, Muhamad dan Amri Sofan. (2012). Manajemen Pendidikan. Jakarta: PT Prestasi Persada.
- Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2022). Pengaruh E-Wom, Reputasi dan Webqual Terhadap Keputusan Konsumen pada Pengguna Lembaga Kursus Bahasa Inggris. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*,5(2),pp.54-66.
<https://doi.org/10.22225/wedj.5.2.2022.54-66>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Seguro, Waseso. (2008). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Suatu Penelitian Pada Penyedia Jasa Telepon Selular Di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No. 3 Vol. 13.
- Sulista, Sutiono. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan Di TK Bruder Singkawang. *Jurnal Riset Manajemen Ekonomi dan Bisnis*, Vol 1, No 1, 48-61.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syamsi, Ibnu. (2002). Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandi. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Sistem Pendidikan Nasional
- Windyaningrum, R., R., Cindy, K. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Penginapan Oyo di Kota Yogyakarta. Ringkasan Skripsi Thesis. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Zalni, Z., Rahma, & Abror. (2019). Pengaruh Reputasi, Electronic Word of Mouth dan Web Quality Terhadap Kepercayaan Pelanggan Shopee di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(2), 97–107.
- Z.Rosha, Linda Wati, S. Dharma (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Orang Tua Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Islam Al-Azhar 32 Padang. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi* Vol.5.No.3.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER

**Yth. Orang tua/Wali Siswa kelas 1
SD Muhammadiyah 1 Ketelan Ska.**

Assalamualaikum.wr.wb.

Perkenalkan nama saya Desy Gunawati dari Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, memohon kesediaan untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada kuisisioner penelitian ini.

Informasi yang anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Penelitian ini juga bermaksud untuk mengetahui latar belakang serta alasan pengambilan keputusan para orang tua siswa dalam memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta.

Guna mencapai maksud dan tujuan tersebut, peneliti mohon dengan hormat waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuisisioner ini dengan keadaan yang sebenarnya dan sesuai dengan hati nurani anda.

Atas bantuan dan kerjasama yang baik dalam mengisi kuisisioner ini, peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya serta permohonan maaf apabila ada hal-hal yang tidak berkenan.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Peneliti

Desy Gunawati
NIM. 19130001

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

Hubungan dengan Siswa : ☐ Ayah ☐ Ibu ☐ Wali Siswa

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Penghasilan / Bulan : ☐ < 3 Juta ☐ 3-5 Juta ☐ > 5 Juta

Pekerjaan :

Alamat :

B. Petunjuk Pengisian

Mohon Bapak/Ibu/Wali Siswa memberikan pilihan pada salah satu jawaban, dengan cara mengeklik pilihan yang dianggap sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Wali Siswa

Keterangan Jawaban

1. = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. = Tidak Setuju (TS)
3. = Ragu-ragu (RG)
4. = Setuju (S)
5. = Sangat Setuju (SS)

Persepsi Kualitas Pelayanan						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Saya merasa bahwa SD Muhammadiyah 1 Ketelan memiliki standar pelayanan yang jelas dan akurat					

2.	Saya merasa SD Muhammadiyah 1 mampu memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan					
3.	Saya merasa SD Muhammadiyah 1 Ketelan handal dalam menggunakan media pelayanan baik online maupun offline					
4.	Saya merasa SD Muhammadiyah 1 Ketelan merespon dengan cepat dan efisien tentang pertanyaan yang diajukan orang tua murid					
5.	Saya merasa SD Muhammadiyah 1 Ketelan mampu memberikan jawaban yang jelas dari pertanyaan yang saya ajukan					
6.	Saya merasa SD Muhammadiyah 1 Ketelan mampu melakukan pelayanan dengan tepat waktu dan cermat					
7.	Saya merasa SD Muhammadiyah 1 Ketelan memberikan jaminan informasi akurat terkait biaya pendidikan.					
8.	Saya merasa yakin terhadap kualitas jaminan pendidikan di SD Muhammadiyah 1 Ketelan					
9.	Saya merasa petugas SD Muhammadiyah 1 Ketelan selalu bersikap sopan dalam melayani orang tua siswa.					
10.	Saya merasa petugas SD Muhammadiyah 1 Ketelan tidak					

	bersikap diskriminatif (membedakan) saat melayani orang tua siswa					
11.	Saya merasa dilayani dengan penuh perhatian oleh petugas SD Muhammadiyah 1 Ketelan					
12.	Saya merasa petugas SD Muhammadiyah 1 Ketelan selalu melayani dan menghargai setiap orang tua siswa					
13.	Saya merasa petugas SD Muhammadiyah 1 Ketelan selalu berpenampilan rapi dan sopan.					
14.	Saya merasa tempat pelayanan di SD Muhammadiyah 1 Ketelan terasa nyaman dan bersih					

<i>EWOM (Electronic Word of Mouth)</i>						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Saya membaca informasi tentang Sd Muh 1 Ketelan secara keseluruhan dan detail melalui website					
2.	Saya sering membaca review online dari orang tua siswa, untuk mengetahui apakah Sd Muhammadiyah 1 Ketelan memberikan kesan yang baik terhadap orang tua murid lainnya					
3.	Saya merasa ulasan orang lain yang ada diweb mempengaruhi keputusan saya					
4.	Saya sering mengumpulkan informasi dari review online yang ada, sebelum saya memutuskan memilih SD Muhammadiyah 1 Ketelan Surakarta					

5.	Saya pernah mencari informasi di internet tentang SD Muhammadiyah 1 Ketelan					
6.	Saya meminta pendapat dari orang lain secara online mengenai SD Muhammadiyah 1 Ketelan					
7.	Saya sering berkonsultasi pada forum secara online untuk mengetahui sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan					
8.	Saya merasa khawatir apabila tidak membaca ulasan dari orang lain sebelum memutuskan memilih sekolah					
9.	Jika saya tidak membaca review online terlebih dahulu, membuat saya khawatir mengenai keputusan saya.					
10.	Saya merasa percaya diri setelah membaca review online dari orang lain tentang SD Muhammadiyah 1 Ketelan					
11.	Saya merasa jika belum membaca ulasan review online orang lain saya belum yakin dan percaya diri					

Sarana Prasarana						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Saya perhatikan, sekolah ini lahannya luas sehingga anak dengan leluasa bisa belajar bermain dan berkreatifitas					
2.	Sebagai orang tua siswa, saya perhatikan letak sekolah ini sangat terlindung dari pengaruh-pengaruh negative dari luar sekolah					
3.	Saya perhatikan, sekolah ini tanahnya					

	subur sehingga banyak tanaman hijau dan suasana menjadi sejuk					
4.	Saya merasa setiap ruang kelas di SD Muhammadiyah 1 Ketelan sudah terdapat AC					
5.	Saya merasa di SD Muhammadiyah 1 Ketelan semua ruang terlihat bersih dan rapi					
6.	Sebagai orang tua siswa, saya memperhatikan bahwa bangunan sekolah ini sangat kuat dan kokoh baik materialnya maupun konstruksi bangunannya itu sendiri.					
7.	Sebagai orang tua siswa, saya memperhatikan bahwa setiap ruangan yang ada mempunyai jendela dan ventilasi yang cukup sehingga sinar matahari dapat masuk dan pergantian udara pun bisa lancar					
8.	Sebagai orang tua siswa, saya memperhatikan bahwa sekolah ini mempunyai taman yang sangat indah					
9.	Sebagai orang tua siswa, saya memperhatikan bahwa perabotan di sekolah ini enak dan nyaman bila ditempati atau dipakai sehingga tidak mengganggu keamanan anak					
10.	Saya merasa perabotan yang ada di SD muhammadiyah 1 Ketelan sudah sangat bagus dan maju					

11.	Sebagai orang tua siswa, saya memperhatikan bahwa perlengkapan di sekolah ini telah dipilih dan direncanakan dengan teliti dan baik serta benarbenar disesuaikan dengan usia, minat, dan taraf perkembangan anak					
12.	Sebagai orang tua siswa, saya memperhatikan bahwa perabotandan perlengkapan di sekolah ini terbuat dari bahan yang kuat tetapi ringan sehingga mudah untuk dipindah-pindahkan dan tidak membahayakan anak					
13.	Saya memilih sekolah ini untuk anak saya karena lokasinya dekat dengan jalan raya sehingga mudah dijangkau.					
14.	Menurut saya jarak rumah ke sekolah baik jauh maupun dekat tidak menjadi masalah, karena ada fasilitas antar jemput.					
15.	Menurut saya, biaya antar jemput maupun biaya transportasi tidak menjadi masalah buat saya.					
16.	Saya merasa lokasi SD Muhammadiyah 1 Ketelan mudah dijangkau oleh transportasi umum					
17.	Saya memasukkan anak di SD Muhammadiyah 1 Ketelan karena tempatnya aman untuk proses pembelajaran					

18.	Menurut saya, lokasi sekolah ini sangat bagus dan suasananya sejuk sehingga saya tertarik memasukkan anak saya ke sekolah ini.					
19.	Letak sekolah ini yang strategis menjadi salah satu pertimbangan saya menyekolahkan anak saya di sekolah ini					
20.	Saya merasa lingkungan disekitar sekolah SD Muhammadiyah 1 Ketelan tenang dan nyaman					

Pengambilan Keputusan						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Saya memilih SD Muhammadiyah 1 Ketelan sebagai sekolah untuk anak saya karena sekolah islam favorit dan bermutu					
2.	Saya memilih sekolah ini sesuai dengan tujuan saya menyekolahkan anak di sekolah dasar islami					
3.	Saya terlebih dahulu mencari informasi terkait program sekolah SD Muhammadiyah 1 Ketelan sebelum saya memutuskan.					
4.	Saya selalu mengidentifikasi alternatif terbaik dalam memutuskan memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan untuk anak saya					
5.	Saya mengetahui hambatan apa yang akan terjadi saat mengambil keputusan					

	memilih SD Muhammadiyah 1 Ketelan					
6.	Saya mampu memprediksi ketidakpastian setelah saya mengambil keputusan memilih SD Muhammadiyah 1 Ketelan					
7.	Saya siap menerima hasil dari keputusan yang saya ambil memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan					
8.	Saya yakin atas keputusan saya memilih sekolah di SD Muhammadiyah 1 Ketelan					