

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keputusan Memilih

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Memilih

Menurut Peter dan Olson dalam buku Indrasari (2019:70), menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Menurut Simarmata, dkk (2021:102), menuturkan bahwa pengambilan keputusan adalah proses memilih dari berbagai macam alternatif yang ada serta proses *reasoning* yang bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti *value* dan keyakinan. Adapun hasil akhir dari proses pengambilan keputusan adalah suatu pilihan terbaik dari yang ada.

Menurut Firmansyah (2018:27), memaparkan bahwa keputusan membeli merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Menurut Indrasari (2019:70), menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Menurut Kholidah dan Arifiyanto (2020:21), menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu tindakan akhir yang dilakukan konsumen sebagai bentuk jawaban atas kebutuhan konsumen melalui serangkaian proses evaluasi beberapa alternatif yang ada.

Berdasarkan keseluruhan pendapat para ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu untuk membeli atau menggunakan suatu produk/jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan yang di mana individu akan memilih pilihan yang paling baik dari berbagai pilihan alternatif yang ada.

2.1.1.2 Struktur Keputusan Memilih

Menurut Firmansyah (2018:37), terdapat struktur keputusan membeli yang mempengaruhi keputusan memilih dari konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Keputusan tentang jenis produk.

Dalam setiap pengambilan keputusan mengenai pembelian suatu produk, harus memperhatikan mana kebutuhan yang penting di dahulukan dan jumlah uang yang dimiliki sesuai dengan pendapatan rumah tangga, juga menetapkan dan menggunakan berbagai kriteria evaluasi termasuk harga, merek, kualitas, dan lain – lain pada saat membuat keputusan pembelian.

2. Keputusan tentang merek.

Konsumen memutuskan memilih merek yang akan digunakan. Sekolah harus mengetahui karakteristik setiap orang tua dalam memilih sekolah untuk anak – anak berdasarkan nama dari sekolah tersebut.

3. Keputusan tentang penjualan.

Konsumen memutuskan dimana akan membeli. Sekolah harus mengetahui bagaimana orang tua memilih suatu sekolah yang tepat untuk anak – anak.

4. Keputusan tentang jumlah produk.

Konsumen memutuskan jumlah produk yang akan dibeli. Sekolah harus memikirkan bagaimana merancang sekolah agar sesuai keinginan setiap orang tua yang berbeda – beda.

5. Keputusan tentang waktu pembelian.

Konsumen memutuskan kapan harus membeli. Sekolah harus mengetahui faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi orang tua dalam menentukan waktu pemilihannya yang juga mempengaruhi sekolah dalam menentukan waktu yang tepat untuk melakukan promosi, periklanan, dan lain – lain.

2.1.1.3 Situasi Pembelian Konsumen

Menurut Swastha dan Handoko berdasarkan teori Howard dalam buku Indrasari (2019:71), menyatakan bahwa terdapat tiga jenis situasi pembelian konsumen ditinjau dari kegiatan penyelesaian suatu masalah, yaitu:

1. Perilaku responsi rutin.

Jenis pembelian sederhana, berharga murah, dan sering dilakukan. Dalam hal ini, pembeli sudah memahami merek – merek beserta atribut. Pada

umumnya kegiatan pembelian dilakukan secara rutin tidak memerlukan banyak pikiran, tenaga, dan waktu.

2. Penyelesaian masalah terbatas.

Pembelian akan lebih kompleks jika pembeli tidak mengetahui sebuah merek dalam suatu jenis produk yang disukai sehingga membutuhkan informasi lebih banyak lagi sebelum memutuskan untuk membeli. Begitu juga halnya dengan orang tua siswa, sudah pastinya mencari informasi mengenai suatu sekolah sebelum mendaftarkan anak di sekolah tersebut.

3. Penyelesaian masalah ekstensif.

Seorang pembeli akan menjadi sangat kompleks jika pembeli menjumpai jenis produk yang kurang dipahami dan tidak mengetahui kriteria penggunaannya. Dalam hal ini, sekolah harus mengetahui kegiatan pengumpulan informasi dan evaluasi dari orang tua siswa dalam memilih sekolah yang tepat untuk anak – anak.

2.1.1.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2018:36), menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli atau menggunakan produk/jasa dari suatu perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Kebudayaan.

Simbol dan fakta kompleks yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat.

2. Kelas sosial.

Pembagian masyarakat ke dalam golongan didasarkan pada pertimbangan tertentu, misalnya tingkat pendapatan, jenis perumahan, dan lokasi tempat tinggal.

3. Kelompok referensi kecil.

Suatu kelompok di sekitar individu yang menjadi acuan bagaimana harus bersikap dan bertingkah laku, termasuk dalam tingkah laku pembelian, misalnya kelompok keagamaan, kelompok kerja, kelompok pertemanan, dll.

4. Keluarga.

Lingkungan inti seseorang hidup dan berkembang, yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak.

5. Pengalaman.

Berbagai informasi yang diperoleh sebelumnya oleh seseorang yang akan menentukan perilaku selanjutnya.

6. Kepribadian.

Kepribadian didefinisikan sebagai sifat individu yang menentukan tanggapan untuk bertingkah laku.

7. Sikap dan kepercayaan.

Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk/jasa dalam masalah yang baik ataupun yang kurang baik secara konsisten. Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap nilai tertentu yang mempengaruhi perilaku.

8. Konsep diri.

Konsep diri merupakan cara seseorang untuk melihat diri sendiri dan pada saat yang sama orang tersebut mempunyai gambaran tentang diri orang lain.

2.1.1.5 Indikator Keputusan Memilih

Menurut Kotler dalam buku Indrasari (2019:75), mencantumkan bahwa indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan.

Pada tahap ini, konsumen menyadari akan kebutuhan terhadap suatu produk/jasa. Kebutuhan ini bisa dikatakan kebutuhan yang sebenarnya dibutuhkan. Misalnya kebutuhan setiap orang tua akan suatu sekolah yang disamping melaksanakan kegiatan belajar mengajar juga menanamkan nilai - nilai karakter yang baik sejak dini kepada anak – anak.

2. Pencarian informasi.

Konsumen mencari informasi tentang produk/jasa dengan mencari di *web* resmi perusahaan, artikel internet, majalah, ataupun bertanya kepada teman. Informasi juga bisa diperoleh konsumen dengan melihat *review* postingan orang di *blog* atau rating. Pada tahap ini setiap orang tua akan dihadapkan dengan berbagai pilihan alternatif, dimanakah sekolah yang terbaik ataupun yang paling tepat sebagai tempat anak – anak menimba ilmu.

3. Pengevaluasian alternatif.

Konsumen membandingkan dari banyaknya pilihan alternatif yang ada dan menilai manakah yang paling sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut.

4. Keputusan Pembelian.

Konsumen memilih pilihan yang paling sesuai dan membeli atau menggunakan produk/jasa tersebut.

5. Perilaku sesudah pembelian.

Pada tahapan ini, konsumen memberikan penilaian setelah menggunakan produk/jasa tersebut, apakah puas atau tidak puas.

2.1.2 Citra

2.1.2.1 Pengertian Citra

Menurut Rifa'i (2019:37), menyatakan bahwa citra adalah pancaran atau reproduksi jati diri orang perorangan, benda atau organisasi.

Menurut Akbar, dkk (2021:109), menuturkan bahwa citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta – fakta atau kenyataan.

Menurut Indrasari (2019:94), menyatakan bahwa citra adalah persepsi konsumen tentang kualitas yang berkaitan dengan merek atau perusahaan.

Menurut Firmansyah (2018:86), menjelaskan bahwa citra adalah total persepsi terhadap suatu objek yang berkaitan dengan perusahaan dan produk serta

merek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu.

Menurut Kotler dalam buku Indrasari (2019:97), menyatakan bahwa citra adalah kekuatan, artinya citra mempunyai kemampuan di luar perusahaan yang dapat menambah kekuatan bagi produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan citra merupakan efek tunda bagi perusahaan, artinya citra dibentuk oleh perusahaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap perusahaan akan tetapi membutuhkan waktu yang relatif lama.

Berdasarkan keseluruhan pendapat yang telah disampaikan di atas, dapat diambil suatu kesimpulan bahwa citra sekolah merupakan keseluruhan dari persepsi, gambaran, dan pandangan dari masyarakat yang memberikan kesan yang kuat terhadap masyarakat mengenai suatu sekolah.

2.1.2.2 Jenis – Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins dalam buku Putri (2021:219) mengemukakan bahwa terdapat beberapa jenis citra yang penting untuk diketahui, yaitu sebagai berikut:

1. Citra bayangan (*mirror image*).
Citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
2. Citra yang berlaku (*current image*).
Citra atau pandangan yang melekat pada pihak – pihak luar mengenai suatu organisasi atau perusahaan.

3. Citra yang diharapkan (*wish image*).

Citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Biasanya citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada.

4. Citra perusahaan (*corporate image*).

Citra dari suatu organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan, antara lain sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, dan lain sebagainya.

5. Citra majemuk (*multiple image*).

Citra ini dapat diterapkan pada semua jenis organisasi atau perusahaan yang memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing – masing unit dan individu memiliki perangai dan perilaku tersendiri sehingga secara sengaja atau tidak sengaja pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan.

2.1.2.3 Peranan Citra

Menurut Sutisna dalam buku Indrasari (2019:95), peranan atau pentingnya citra perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Citra positif memberikan kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai berbagai tujuan secara efektif sedangkan citra negatif adalah sebaliknya.
2. Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. Citra yang positif menjadi pelindung terhadap kesalahan

kecil, kualitas teknik/fungsional sedangkan citra negatif dapat memperbesar kesalahan tersebut.

3. Sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan.
4. Mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal. Dalam hal ini, citra sekolah yang kurang jelas dan nyata akan mempengaruhi sikap guru dan *staff* pegawai terhadap sekolah.

2.1.2.4 Faktor – Faktor Pembentuk Citra

Menurut Akbar, dkk (2021:112), terdapat lima faktor yang mempengaruhi pembentukan citra perusahaan, yaitu:

1. Identitas fisik.

Dalam hal ini, yang dilihat adalah visual (nama organisasi, logo, teks pilihan *font*, warna, gedung, dan lobi kantor), audio (seperti *jingle* organisasi), media komunikasi (*company profile*, brosur, *leaflet*, laporan tahunan, dan pemberitaan media).

2. Identitas non fisik.

Dilihat dari sejarah organisasi atau perusahaan, filosofi, kepercayaan, nilai – nilai, dan budaya.

3. Manajemen organisasi.

Seperti visi, misi, sistem, kebijakan, aturan, alur prosedur, teknologi, sumber daya manusia (SDM), strategi organisasi, *job design*, sistem pelayanan, dan positioning produk.

4. Kualitas hasil.

Meliputi mutu produk dan pelayanan.

5. Aktivitas dan pola hubungan.

Dinilai dari hubungan organisasi atau perusahaan dengan publik, respon tanggung jawab sosial organisasi, kualitas komunikasi, pengalaman pelanggan, dan jaringan komunikasi.

2.1.2.5 Indikator Citra

Menurut Sari dalam buku Akbar, dkk (2021:108), menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator yang menjadi dasar pembentukan citra, yaitu:

1. Kepribadian.

Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya dan perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial.

2. Reputasi.

Hak yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti sekolah yang sudah terakreditasi A.

3. Nilai.

Nilai – nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap para guru yang peduli terhadap siswa dan sikap *staff* pegawai yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan orang tua siswa.

4. Identitas perusahaan.

Komponen – komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

2.1.3 Fasilitas

2.1.3.1 Pengertian Fasilitas

Menurut Rufai dalam buku Haris (2016:11) menyatakan bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik (*physical resources*) yang memfasilitasi proses belajar mengajar yang efektif.

Menurut Haris (2016:10), menyatakan bahwa fasilitas/sarana dan prasarana pembelajaran merupakan salah satu faktor yang keberadaannya mutlak dibutuhkan dalam menunjang proses pembelajaran.

Menurut Nirwana dalam buku Rauf (2021:105), menuturkan bahwa fasilitas merupakan bagian dari pemasaran jasa yang mempunyai peran penting. Dengan adanya fasilitas maka memperkuat keberadaan jasa tersebut.

Menurut Asiyai dalam buku Haris (2016:10), memaparkan bahwa prasarana pendidikan adalah seluruh perangkat kelengkapan dasar yang secara tidak langsung digunakan/dimanfaatkan/dialokasikan oleh guru dan siswa dalam menunjang pelaksanaan proses pendidikan.

Menurut Emetarom dalam buku Haris (2016:10), mengungkapkan bahwa fasilitas di sekolah merupakan sarana fisik dan ruang/spasial yang memungkinkan terjadinya proses belajar mengajar yang akan mengoptimalkan/meningkatkan hasil pembelajaran.

Berdasarkan keseluruhan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah segala alat dan media yang digunakan untuk memperlancar dan mendukung kegiatan belajar mengajar di sekolah.

2.1.3.2 Tujuan Fasilitas Pendidikan

Menurut Sambodo (2019:26), tujuan dari pengelolaan sarana prasarana sekolah, yaitu:

1. Untuk mengupayakan pengadaan sarana dan prasarana pendidikan melalui sistem perencanaan dan pengadaan yang hati – hati dan seksama.
2. Untuk mengupayakan pemakaian sarana dan prasarana secara tepat dan efisien.
3. Untuk mengupayakan pemeliharaan sarana dan prasarana sekolah, sehingga keberadaannya selalu dalam kondisi siap pakai setiap diperlukan oleh semua personel sekolah.

2.1.3.3 Prinsip – Prinsip Pengelolaan Fasilitas

Menurut Sambodo (2019:26), menyatakan bahwa agar program pendidikan dapat tercapai dengan baik maka terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Prinsip pencapaian tujuan, yaitu bahwa sarana dan prasarana pendidikan di sekolah harus selalu dalam kondisi siap pakai bilamana akan didayagunakan oleh personel sekolah dalam rangka pencapaian tujuan proses belajar mengajar.

2. Prinsip efisiensi, yaitu bahwa pengadaan sarana dan prasarana pendidikan di sekolah harus dilakukan melalui perencanaan yang seksama, sehingga dapat diadakan sarana dan prasarana pendidikan yang baik dengan harga yang murah.
3. Prinsip administratif, yaitu bahwa manajemen sarana dan prasarana pendidikan di sekolah harus selalu memperhatikan undang – undang, peraturan, instruksi, dan petunjuk teknis yang diberlakukan oleh yang berwenang.
4. Prinsip kejelasan tanggung jawab, yaitu bahwa manajemen sarana dan prasarana pendidikan di sekolah harus di delegasikan kepada personel sekolah.
5. Prinsip kekohesifan, yaitu bahwa manajemen sarana dan prasarana di sekolah harus direalisasikan dalam bentuk proses kerja yang sangat kompak.

2.1.3.4 Kegunaan Fasilitas

Menurut Daigneau dalam buku Haris (2016:25), menyatakan bahwa kegunaan fasilitas pembelajaran secara umum adalah sebagai berikut:

1. Sebagai alat bantu untuk menggambarkan konsep tertentu.
2. Sebagai sarana untuk memberikan kesempatan bagi pembelajar melalui pengalaman langsung menggunakan fasilitas pembelajaran tersebut.
3. Sebagai media untuk mendukung kegiatan eksperimen dan demonstrasi.
4. Fasilitas berguna untuk menunjang pelaksanaan penelitian/kajian ilmiah.

5. Fasilitas berfungsi untuk lebih memberikan keragaman pengalaman kepada pengguna melalui berbagai fasilitas dan media pembelajaran.
6. Sarana digunakan untuk pengembangan sikap dan keterampilan ilmiah.
7. Fasilitas juga berfungsi untuk melindungi setiap individu dan memberikan kenyamanan dalam proses kegiatan belajar mengajar.

2.1.3.5 Indikator Fasilitas

Menurut Rauf (2021:105), mengklasifikasikan indikator – indikator fasilitas fisik menjadi lima bagian, yaitu:

1. *Colour.*

Warna berperan menciptakan perasaan yang rileks jika dikoordinasi dengan tepat, seperti warna gedung atau dinding di setiap ruangan sekolah serta warna peralatan.

2. *Layout.*

Tata letak fasilitas merupakan bagian perancangan fasilitas yang lebih fokus pada pengaturan unsur – unsur fisik, seperti tatanan tumbuhan di taman, pekarangan, dan lapangan sekolah serta meja dan bangku di ruang kelas yang disusun dari terendah sampai tertinggi.

3. *Facilitating goods.*

Unsur ini berperan sebagai sarana dalam menciptakan kenyamanan setiap orang tua, seperti ketersediaan bangku di halaman sekolah untuk menunggu anak – anak selesai pembelajaran, ketersediaan tempat mencuci tangan, dan tempat mengecek suhu tubuh.

4. *Furnishing.*

Merupakan fasilitas yang jumlahnya harus lengkap untuk mendukung kelancaran aktivitas kegiatan di sekolah, seperti jumlah meja dan kursi di setiap ruangan kelas dan ketersediaan papan tulis yang memadai.

5. Atmosfer

Unsur ini melengkapi fasilitas utama dan berperan dalam mendukung kenyamanan belajar siswa, seperti pengaturan ruangan kelas dan kebersihan lingkungan sekolah.

2.1.4 Kualitas Pelayanan

2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam buku Indrasari (2019:61), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang diikuti dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Menurut Mubarak dan Suparman (2019:36), menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang sesuai dengan persyaratan, itu artinya bahwa pelayanan yang berkualitas harus sesuai atau mengacu pada peraturan yang berlaku, menghindari perilaku yang membuat pelanggan tidak nyaman.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Indrasari (2019:61), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan

dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Indrasari (2019:57), menjelaskan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Menurut Tsoukatos dan Rand dalam buku Rahayu (2019:22), menyatakan kualitas layanan sebagai kesan pelanggan atas keunggulan layanan perusahaan dibandingkan dengan layanan pesaing.

Berdasarkan keseluruhan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah serangkaian tindakan pemuasan kebutuhan konsumen dengan menyajikan layanan terbaik melalui seperangkat keunggulan yang dimiliki suatu instansi maupun perusahaan.

2.1.4.2 Standar Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020:101), harapan pelanggan dalam kualitas pelayanan dibagi menjadi tiga standar, yaitu:

1. *Will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diantisipasi atau diperkirakan konsumen akan diterima, berdasarkan semua informasi yang telah diketahui. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen sewaktu menilai kualitas layanan.
2. *Should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang

seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan bakal diterima.

3. *Ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

2.1.4.3 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam buku Indrasari (2019:62), menjelaskan bahwa terdapat beberapa karakteristik kualitas pelayanan yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Akses, bahwa pelayanan dapat menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.
2. Komunikasi, bahwa dalam memberikan pelayanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien, dan jelas serta akurat.
3. Kompetensi, berhubungan dengan guru yang memiliki keahlian dan keterampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang diberikan.
4. Kesopanan, bahwa guru maupun *staff* pegawai harus ramah dan respon yang cepat serta bersikap tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan.
5. Kredibilitas, terkait dengan sekolah, guru, serta *staff* pegawai yang dapat dipercaya dan mempunyai tempat dihati setiap orang tua siswa maupun siswa.
6. Keandalan, bahwa pelayanan yang diberikan bersifat konsisten dan tepat.

7. Responsif, berhubungan dengan pelayanan dan respon dari guru serta *staff* pegawai yang kreatif dan cepat terhadap permintaan orang tua siswa ataupun permasalahan yang dihadapi orang tua siswa.
8. Keamanan, bahwa pelayanan yang dirasakan orang tua siswa harus bebas dari bahaya, resiko, kerugian ataupun timbulnya rasa keraguan dari orang tua siswa.
9. Nyata, pelayanan yang diberikan harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benar – benar mencerminkan kualitas pelayanan.
10. Memahami konsumen, guru dan *staff* pegawai membuat usaha untuk memahami kebutuhan dan memberi perhatian terhadap orang tua siswa maupun siswa.

2.1.4.4 Faktor – Faktor Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam buku Wahyuni (2021:16), menyatakan bahwa faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan (jasa), yaitu *expected service* dan *perceived service*. Artinya apabila pelayanan (jasa) yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan (jasa) dipersepsikan baik dan memuaskan. Akan tetapi jika pelayanan (jasa) yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan (jasa) dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan (jasa) yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan (jasa) dipersepsikan buruk. Maka, baik tidaknya kualitas pelayanan

(jasa) tergantung pada penyedia pelayanan (jasa) dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2.1.4.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam buku Indrasari (2019:64), terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan, antara lain:

1. Keandalan (*reliability*).

Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang telah dijanjikan dengan tepat, yaitu kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan.

2. Kesadaran (*awareness*).

Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan. Dalam hal ini, guru dan *staff* pegawai bersedia mengatasi apa yang menjadi masalah dari orang tua siswa maupun siswa.

3. Perhatian (*attention*).

Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.

4. Ketepatan (*accuracy*).

Ketepatan dalam memberi pelayanan kepada konsumen dengan baik.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu sebagai acuan dalam penelitian ini. Berikut peneliti sajikan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dalam Tabel 2.1:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Udin Ahidin (2021) Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia, Vol. 7 No. 2, 2021 ISSN: 2502-8103 Daerah Istimewa Yogyakarta	Pengaruh Citra Sekolah dan Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Siswa untuk Melanjutkan Pendidikan ke SMK	Variabel: Citra Sekolah (X_1), Biaya Pendidikan (X_2), dan Keputusan Siswa (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra sekolah terhadap keputusan siswa, begitu juga dengan biaya pendidikan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa. - Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersamaan antara citra sekolah dan biaya pendidikan terhadap keputusan siswa.
2.	Ersya Angelica Natalia Ressa, Agus Supandi Soegoto, dan Rotinsulu Jopie Jorie (2019) Jurnal EMBA, Vol. 7 No. 4, 2019 ISSN: 2303-1174	Pengaruh <i>Servicescape</i> , Fasilitas, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Memilih <i>Goldenlake Resort</i>	Variabel: <i>Servicescape</i> (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Layanan (X_3), dan Keputusan Memilih (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil uji t menunjukkan bahwa <i>servicescape</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. - Hasil uji F menunjukkan bahwa <i>servicescape</i>, fasilitas, dan

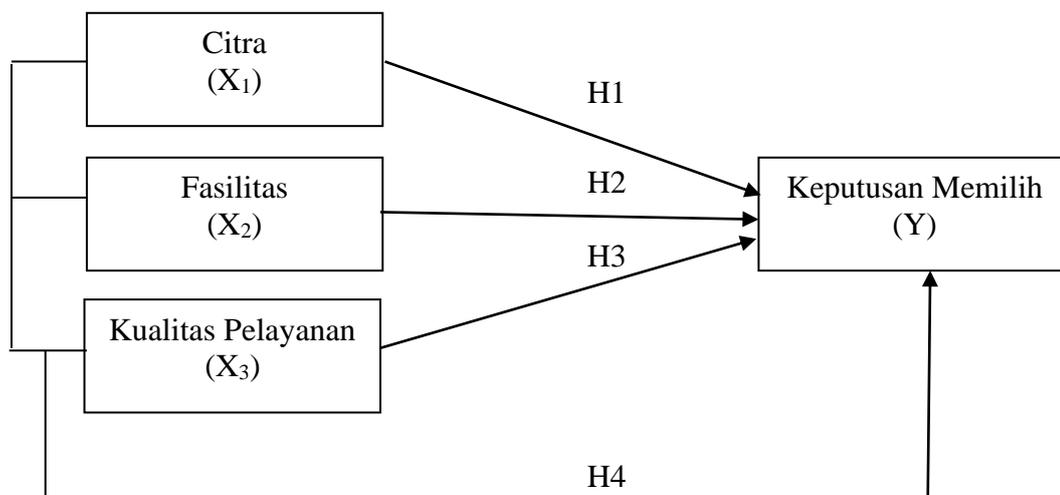
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Manado			kualitas pelayanan secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan memilih.
3.	Dedy Ansari Harahap, Dita Amanah, Muji Gunarto, Purwanto, dan Khoirul Umam (2020) Jurnal Niagawan, Vol 9, No. 3, November 2020 ISSN: 2301-7775 Bandung	Pentingnya Citra Universitas dalam Memilih Studi di Perguruan Tinggi	Variabel: Citra Universitas (X_1) dan Keputusan Memilih (Y)	Hasil uji t menunjukkan bahwa citra universitas positif berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih studi.
4.	Dede Solihin dan Estiko Wibawanto (2020) Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol 3, No 3, Juni 2020 ISSN: 2598-0823	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pelanggan dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan	Variabel: Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), dan Keputusan Pelanggan (Y)	- Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan, harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. - Hasil uji F menunjukkan kualitas pelayanan, harga, dan promosi

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Tangerang Selatan			berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan.
5.	Nanik Wahyuningtyas (2018) Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 3, Nomor 2, September 2018 ISSN: 2541-6030	Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keinginan dan Keputusan Berkunjung ke Pantai serta Implikasinya terhadap Willingness to Recommendation (Studi Empiris pada Pengunjung Pantai Teluk Asmara di Kabupaten Malang Jawa Timur)	Variabel: Daya Tarik (X_1), <i>Branding</i> (X_2), <i>Image</i> (X_3), <i>Wom</i> (X_4), <i>E-Wom</i> (X_5), Fasilitas (X_6), Pelayanan (X_7), <i>Willingnes to Recommendation</i> (Z), Keinginan Berkunjung (Y_1), dan Keputusan Berkunjung (Y_2)	<p>- Pengaruh secara parsial: Daya tarik tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, <i>branding</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, <i>image/citra</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, <i>wom</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, <i>e-wom</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.</p> <p>- Pengaruh secara simultan menunjukkan bahwa daya tarik (X_1), <i>branding</i> (X_2), <i>image/citra</i> (X_3), <i>wom</i> (X_4), <i>e-wom</i> (X_5), fasilitas (X_6), dan</p>

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Malang			pelayanan (X_7) bersama – sama mempengaruhi variabel keputusan berkunjung (Y_2) sebesar 0,085 atau 8,5 %.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut disajikan kerangka pemikiran dari penelitian ini mengenai pengaruh antara citra, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih pada Gambar 2.1



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan peneliti sebelumnya, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis, yaitu sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh citra terhadap keputusan memilih SD Methodist – 11.

- H2: Tidak terdapat pengaruh fasilitas terhadap keputusan memilih SD Methodist – 11.
- H3: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih SD Methodist – 11.
- H4: Terdapat pengaruh citra, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih SD Methodist – 11.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian di SD Methodist – 11 yang beralamat di Jl. Berlian Sari III No. 151 A, Kedai Durian, Kec. Medan Johor, Kota Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan mulai dari bulan Februari 2022 sampai dengan bulan Mei 2022.

3.2 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan metode kuantitatif.

Menurut Ghozali (2018:19), menuturkan bahwa penelitian deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data. Untuk penelitian kuantitatif dijelaskan oleh Sugiyono (2018:8), bahwa penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2018:137), menjelaskan bahwa data berdasarkan sumbernya terdiri dari dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber primer.

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari survei dalam bentuk kuesioner terkait persepsi orang tua siswa dan melakukan wawancara terhadap pihak sekolah terkait data mengenai latar belakang sekolah.

2. Sumber sekunder.

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari arsip sekolah Methodist – 11, *web* resmi sekolah Methodist – 11, serta perolehan data melalui data pokok pendidikan sekolah melalui pencarian di internet.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80), menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah

seluruh siswa SD di Methodist – 11 pada tahun 2021 sebanyak 396 siswa sebagai responden penelitian yang akan diwakilkan oleh orang tua siswa.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81), menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 396, sampel diperkecil dengan menggunakan teknik *slovin*. Berikut teknik *slovin* untuk menentukan jumlah sampel:

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel
 N = Jumlah populasi
 e = toleransi kesalahan (5%)

$$\begin{aligned} n &= \frac{396}{1 + 396 (0,05^2)} \\ &= \frac{396}{1 + 396 (0,0025)} \\ &= \frac{396}{1 + 0,99} \\ &= 198,99 \\ &= 199 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka ditetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 199 siswa yang diwakilkan oleh orang tua siswa

dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5 %. Teknik pengambilan sampel adalah dengan teknik *probability sampling*, yang artinya sampel yang dipilih sedemikian rupa sehingga setiap orang dalam populasi yang sedang dipelajari memiliki kemungkinan untuk dimasukkan dalam sampel. Jenis *probability sampling* yang digunakan adalah *simple random sample*, dimana sampel dipilih secara acak sehingga setiap orang dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan.

3.4 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut peneliti sajikan defenisi variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
Citra (X ₁)	Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta – fakta atau kenyataan. Sumber: Akbar, dkk (2021:109)	1. Kepribadian 2. Reputasi 3. Nilai 4. Identitas perusahaan Sumber: Akbar, dkk (2021:108)	<i>Likert</i>
Fasilitas (X ₂)	Fasilitas merupakan bagian dari pemasaran jasa yang mempunyai peran penting. Dengan adanya fasilitas maka memperkuat keberadaan jasa tersebut. Sumber: Rauf (2021:105)	1. <i>Colour</i> 2. <i>Layout</i> 3. <i>Facilitating goods</i> 4. <i>Furnishing</i> 5. <i>Atmosfer</i> Sumber: Rauf (2021:105)	<i>Likert</i>
Kualitas	Kualitas pelayanan adalah	1. Keandalan	<i>Likert</i>

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
Pelayanan (X ₃)	upaya pemenuhan kebutuhan yang diikuti dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Sumber: Indrasari (2019:61)	(<i>reliability</i>) 2. Kesadaran (<i>awareness</i>) 3. Perhatian (<i>attention</i>) 4. Ketepatan (<i>accuracy</i>) Sumber: Indrasari (2019:64)	
Keputusan Memilih (Y)	Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Sumber: Indrasari (2019:70)	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Pengevaluasian alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku sesudah pembelian Sumber: Indrasari (2019:75)	<i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, yaitu:

1. Kuesioner.

Dalam penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner elektronik dengan memanfaatkan fitur *Google Formulir* kepada setiap orangtua siswa di SD Methodist – 11. Dalam kuesioner tersebut berisi pernyataan yang sesuai dengan indikator, pernyataan yang telah tersedia tersebut akan diisi oleh orang tua sebagai responden yang mewakili siswa dalam penelitian ini dengan tepat dan jujur sesuai kenyataan.

2. Studi kepustakaan.

Studi kepustakaan dalam penelitian ini dilaksanakan dengan pencarian data melalui arsip sekolah, *web* resmi sekolah, dan melakukan pencarian di internet terkait pengumpulan data yang berkaitan dengan sekolah. Pengumpulan informasi terkait teori variabel penelitian dan hasil penelitian terdahulu dilaksanakan dengan membaca dan mengumpulkan sejumlah referensi seperti buku, *e – book*, dan jurnal.

3. Wawancara.

Wawancara dilaksanakan dengan beberapa pihak sekolah, yaitu wakasek dan bagian tata usaha untuk mengetahui secara pasti mengenai data sekolah Methodist – 11 yang tidak dapat dicari melalui penelusuran di internet, seperti sejarah sekolah Methodist – 11, struktur organisasi, dan data staff guru serta pegawai. Wawancara juga akan dilakukan dengan beberapa orang tua siswa yang tidak paham bagaimana mengisi kuesioner yang telah dibagikan peneliti.

Adapun jenis kuesioner yang dibagikan ke orang tua siswa adalah kuesioner tertutup, yang artinya orang tua memilih jawaban atas pernyataan yang telah tersedia di dalam kuesioner tersebut dengan skala *Likert*. Menurut Ghozali (2018:4), skala *Likert* atau sering disebut *summated scale* (skala yang dijumlahkan) pada dasarnya adalah ordinal. Dalam hal ini orang tua siswa sebagai responden diminta menjawab persetujuan atas persepsi terhadap setiap variabel dalam penelitian ini. Berikut pilihan jawaban, singkatan, dan bobot skor yang digunakan dalam skala *Likert*:

Tabel 3.2
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu – Ragu atau Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Ghozali (2018:5)

3.6 Teknik Analisa Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Hasil pengujian yang menunjukkan semakin tinggi validitas maka alat pengukuran tersebut semakin layak untuk mengukur suatu data. Untuk mengetahui layak atau tidak layak suatu item yang digunakan, maka dilakukan uji signifikansi 0,05, yang artinya suatu item dinyatakan valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Teknik pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (produk momen *Pearson*). Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing – masing skor *item* dengan skor total.

Setiap butir pernyataan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan butir – butir pernyataan tersebut telah valid. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan uji 2 sisi signifikansi 0,05) maka instrumen atau butir – butir pernyataan

berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dapat diasumsikan telah dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban yang diberikan terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja, yang artinya pengukuran dilakukan hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (α), dengan kriteria pengujian variabel disebut reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018:107), terdapat tiga uji asumsi untuk pengujian model regresi, yaitu:

1. Uji multikolinearitas
2. Uji heteroskedastisitas
3. Uji normalitas

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas

(*independen*). Untuk deteksi multikolinearitas, peneliti menggunakan VIF dengan ketentuan jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dinyatakan model regresi bebas dari multikolinearitas.

3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam pengujian heteroskedastisitas peneliti menggunakan 2 metode, yaitu:

1. Uji *Glejser*, dengan ketentuan jika nilai signifikansi seluruh variabel X lebih besar dari 0,05 maka model yang digunakan bebas dari heteroskedastisitas.
2. Grafik Plot, antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan berpedoman pada ketentuan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.6.3.3 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji statistik non – parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K – S) dan analisis grafik histogram serta grafik normal plot.

Menurut Ghozali (2018:166) Uji K – S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H₀: Data residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

H_a: Data residual berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Dasar pengambilan keputusan untuk deteksi normalitas dengan grafik histogram dan grafik normal plot menurut Ghozali (2018:163) adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:96), analisis regresi linier bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel *dependen* dengan variabel *independen*. Pengujian

analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel X yaitu Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel Y yaitu Keputusan Memilih dengan menggunakan aplikasi SPSS 26. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dijabarkan dengan formula berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y	= Keputusan Memilih (<i>dependent variable</i>)
a	= Konstanta
b ₁ , b ₂ , dan b ₃	= Koefisien regresi dari masing – masing variabel X
X ₁	= Citra
X ₂	= Fasilitas
X ₃	= Kualitas Pelayanan
e	= Residual/ <i>error</i> (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98), uji t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independen* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Dapat disimpulkan pengujian hipotesis dengan uji t bertujuan mengetahui apakah masing – masing dari variabel X berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel Y.

Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$

Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

2. $H_a: b_1, b_2, b_3 \neq 0$

Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

Pengujian hipotesis dengan uji t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji t adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
2. H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.6.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2018:98), menyatakan bahwa uji F dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan untuk mengetahui seluruh pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent* yang ditunjukkan dalam tabel Anova. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X, yaitu Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan atau serempak terhadap variabel Y, yaitu Keputusan Memilih.

Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji F adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
2. H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen* sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen*. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar hasil dari koefisien determinasi, maka semakin besar juga pengaruh variabel X yang dapat menjelaskan variabel Y.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Sekolah Methodist – 11

Sekolah Methodist – 11 adalah salah satu sekolah nasrani yang mengutamakan pendidikan berbasis karakter. Sekolah Methodist - 11 berkedudukan di kota Medan tepatnya di kecamatan Medan Johor kelurahan Titi Kuning. Sekolah ini didirikan pada tanggal 01 Juli 2001. Keberadaan sekolah ini tidak terlepas dari program Gereja Methodist Indonesia, yaitu GMI Gloria yang mendirikan Pos Perkabaran Injil (PI) Titi Kuning yang masih aktif sampai sekarang. Hal ini mendapat dukungan sepenuhnya dari KPP (Komisi Penyatuan Penggunaan) dengan mencari lahan kosong untuk pendirian sekolah sekaligus merangkap sebagai Pos PI Titi Kuning.

Pada tahun ajaran 2001/2002 sekolah Methodist – 11 mulai melakukan kegiatan belajar mengajar dengan didukung oleh guru - guru yang telah memiliki pengalaman mengajar. Pada awalnya hanya terdapat 4 kelas, yaitu PG, TK, dan kelas 1 SD. Diperkirakan pada saat itu jumlah murid kelas 1 SD berjumlah 30 siswa dan jumlah siswa secara keseluruhan di Sekolah Methodist – 11 pada saat itu adalah 100 siswa. Seiring meningkatnya kebutuhan akan pendidikan yang dilihat melalui semakin banyaknya penerimaan pendaftaran terhadap siswa baru, maka pada tanggal 01 Juli 2008, tingkat SMP didirikan di Sekolah Methodist 11. Saat ini, Sekolah Methodist – 11 sudah semakin berkembang pesat, hal ini dapat dilihat melalui penambahan gedung baru,

jumlah kelas, serta penambahan fasilitas sekolah yaitu *rooftop* untuk mendukung kelancaran kegiatan belajar mengajar serta menciptakan kenyamanan siswa bersekolah di Sekolah Methodist – 11.

4.1.2 Visi, Misi, Motto, dan Tujuan Sekolah Methodist – 11

4.1.2.1 Visi Sekolah Methodist – 11

Terbaik dalam mutu, berpijak pada akal budi, rohani, dan jasmani.

4.1.2.2 Misi Sekolah Methodist – 11

Disiplin dalam kerja, mewujudkan manajemen kinerja, kerja sama, pelayanan prima dengan memberikan pengaruh kepada komunitas bangsa dan negara Indonesia.

4.1.2.3 Motto Sekolah Methodist – 11

Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan.

4.1.2.4 Tujuan Sekolah Methodist – 11

Menciptakan generasi penerus bangsa berdisiplin tinggi, bertanggung jawab, pintar, berbakti pada orang tua, bangsa, dan negara serta berakhlak mulia.

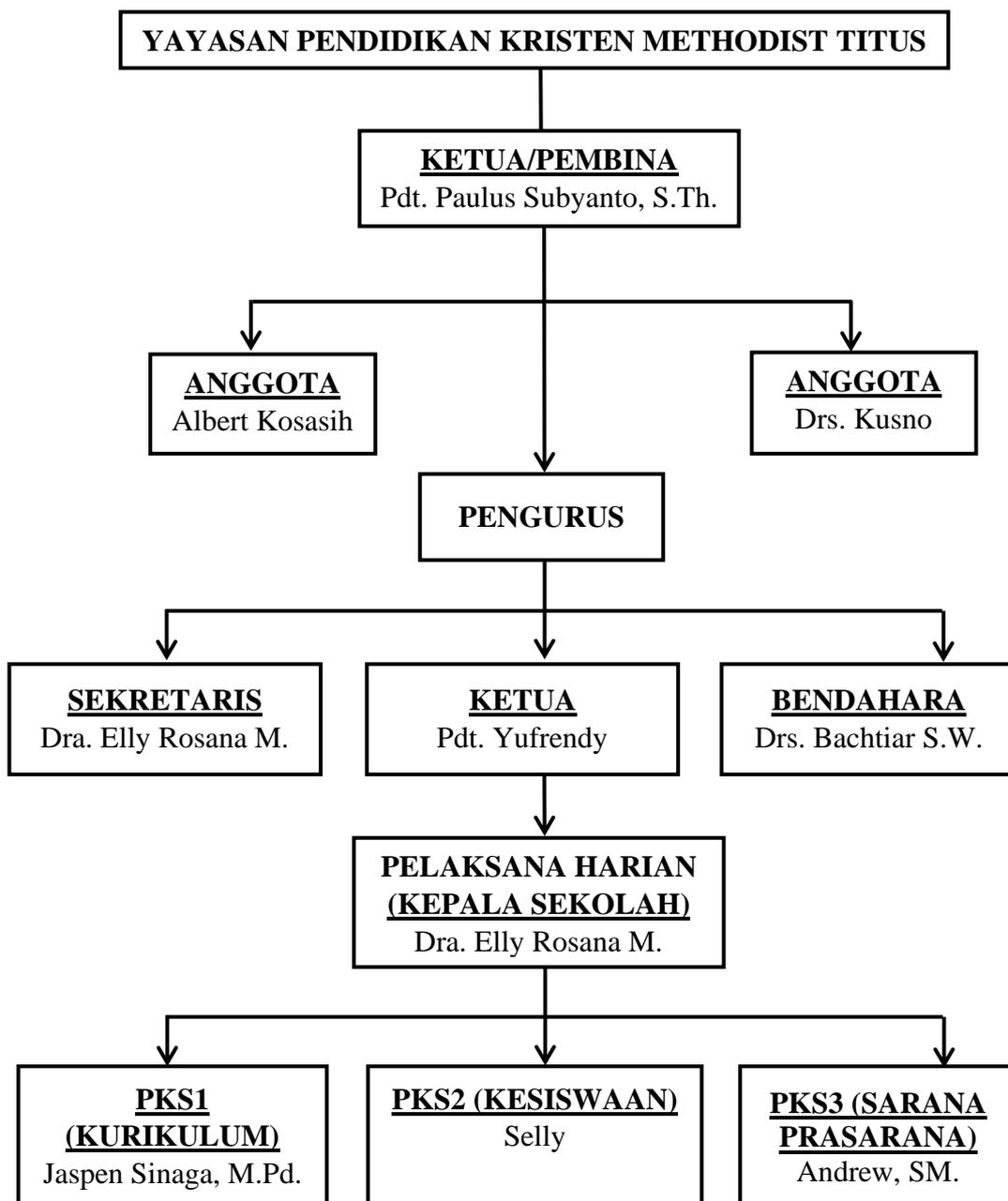
4.1.3 Struktur Organisasi SD Methodist – 11

Berikut peneliti sajikan struktur organisasi dari SD Methodist – 11 dalam

Gambar 4.1



**STRUKTUR ORGANISASI
SD SWASTA METHODIST - 11**



Sumber: SD Swasta Methodist – 11, 2021

Gambar 4.1

Struktur Organisasi SD Methodist – 11

Berikut tugas dari masing – masing jabatan pada struktur organisasi:

1. **Ketua/pembina**
Bertugas mengawasi dan melihat perkembangan sekolah dari segi kualitas pendidikan dan pengajaran di setiap sekolahnya.
2. **Anggota KPP**
Komisi Penyantun Perguruan memiliki seorang ketua (Ketua KPP) yang didukung oleh beberapa anggota KPP yang bertugas dalam penyediaan dana dan kebutuhan serta mengawasi pemakaian sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan belajar mengajar.
3. **Sekretaris**
Bertugas menyusun dokumen, menyalin dan mendokumentasikan guru yang tidak hadir di sekolah selama jam kerja, membantu setiap orang tua dan guru yang memerlukan informasi mengenai kegiatan sekolah, dan mencatat arsip siswa, seperti buku induk.
4. **Ketua pengurus**
Bertugas mengamati secara langsung perkembangan dan pelaksanaan kegiatan belajar mengajar di sekolah serta bertanggung jawab melaporkan setiap perkembangan ataupun kebutuhan sekolah kepada ketua Yayasan.
5. **Bendahara**
Melakukan *cross check* pembayaran uang buku yang dilaporkan oleh masing – masing wali kelas, membuat rekap kehadiran guru dan pegawai

selama satu bulan, *cross check* pengisian nilai rapor, daftar nilai, dan DKN dari masing – masing guru sebelum dibagikan ke siswa, serta melakukan penjualan di koperasi sekolah.

6. Kepala sekolah

Bertugas memikirkan dan mendukung setiap kebijakan untuk kemajuan sekolah dan secara khusus menyempurnakan kualitas pendidikan agar semakin baik seiring berjalannya waktu.

7. PKS1 (kurikulum)

Bertugas melakukan analisa terhadap tercapainya target kurikulum, mengkoordinasikan KBM termasuk pembagian tugas guru, jadwal pelajaran, evaluasi belajar KKM, serta menyusun ketentuan kenaikan kelas dan persyaratan kelulusan bersama Kepala Sekolah sesuai dengan peraturan yang berlaku.

8. PKS2 (kesiswaan)

Bertugas melakukan penyusunan program pembinaan kesiswaan, melakukan pemilihan calon siswa teladan, serta melakukan pemilihan siswa sebagai perwakilan sekolah dalam kegiatan di luar sekolah.

9. PKS3 (sarana dan prasarana)

Membantu kepala sekolah dalam pelaksanaan kegiatan sekolah terutama terkait masalah penyediaan dan pemeliharaan sarana dan prasarana, melakukan pengawasan terhadap keberadaan sarana dan prasarana di sekolah, serta mengganti atau memperbaiki sarana dan prasarana yang telah rusak.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden adalah penggambaran mengenai setiap unit yang akan diteliti yang meliputi ciri atau profil responden yang didapat melalui pengolahan data setelah pembagian kuesioner. Dari pembagian kuesioner di SD Methodist – 11, diperoleh data sebanyak 199 dengan orang tua siswa sebagai responden penelitian. Data mengenai deskripsi responden yang diperoleh melalui pembagian kuesioner adalah dari jenis kelamin, umur, informasi sekolah, dan pekerjaan orang tua. Berikut deskripsi responden yang diuraikan melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki – Laki	75	37,7%
Perempuan	124	62,3 %
Total	199	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas diketahui bahwa responden orang tua dengan jenis kelamin perempuan lebih mendominasi, yaitu sebanyak 124 orang atau 62,3% dari jumlah seluruh responden. Sedangkan untuk orang tua dengan jenis kelamin laki – laki sebanyak 75 orang atau 37,7% dari jumlah seluruh responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan yang lebih banyak disebabkan lebih banyaknya waktu luang karena pada dasarnya tugas seorang ibu adalah mengurus pekerjaan rumah dan memantau pembelajaran

sang anak selama pembelajaran daring sehingga pengisian kuesioner lebih banyak diisi oleh ibu dari siswa tersebut.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
Di Bawah 30 Tahun	4	2%
31 Tahun sampai 40 Tahun	98	49,2%
41 Tahun sampai 50 Tahun	86	43,2%
Di Atas 50 Tahun	11	5,5%
Total	199	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui responden orang tua berumur 31 tahun sampai 40 tahun yang lebih mendominasi, yaitu sebanyak 98 orang atau 49,2% dari jumlah seluruh responden. Responden orang tua berumur 41 tahun sampai 50 tahun adalah sebanyak 86 orang atau 43,2%. Responden orang tua berumur di atas 50 tahun adalah sebanyak 11 orang atau 5,5%, dan responden orang tua berumur di bawah 30 tahun adalah sebanyak 4 orang atau 2%. Dapat disimpulkan banyaknya responden orang tua berumur 31 tahun sampai 40 tahun disebabkan masyarakat saat ini lebih memilih berkarir dahulu dan membentuk keluarga baru setelah merasa sudah dewasa, baik dalam hal berpikir maupun dari segi keuangan. Responden orang tua terendah adalah dengan umur di bawah 30 tahun karena kebanyakan pada umur tersebut adalah masa dimana orang bekerja keras untuk mempersiapkan masa depan sehingga berumah tangga jarang terlintas di pikiran orang pada umur tersebut.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Informasi Sekolah

Informasi Sekolah	Jumlah Responden	Persentase (%)
Marketing	8	4%
Sosial Media	34	17,1%

Orang Tua Lain	41	20,6%
Mencari Informasi Sendiri	116	58,3%
Total	199	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui responden yang mendapatkan informasi SD Methodist – 11 dengan mencari informasi sendiri lebih mendominasi, dengan jumlah responden sebanyak 116 orang atau sebesar 58,3% dari jumlah seluruh responden. Responden yang mendapatkan informasi melalui marketing adalah 8 orang atau 4%. Responden yang mendapatkan informasi sekolah melalui sosial media adalah 34 orang atau 17,1%, dan responden orang tua yang mendapatkan informasi dari orang tua lain adalah 41 orang atau 20,6%. Jadi dapat disimpulkan responden orang tua yang mendapatkan informasi SD Methodist – 11 dengan mencari informasi sendiri lebih mendominasi disebabkan terkadang orang tua kurang yakin jika hanya mencari informasi melalui sosial media, marketing, dan orang tua lain sehingga orang tua memutuskan untuk langsung mengunjungi SD Methodist – 11 untuk melihat keadaan fasilitas dan pengajaran di sekolah ini. Sedangkan untuk responden orang tua dengan mencari informasi sekolah melalui marketing adalah yang terendah, hal ini disebabkan orang tua ingin secara pasti mengetahui kualitas SD Methodist – 11 sehingga mengunjungi sekolah secara langsung adalah solusi yang paling tepat untuk menghilangkan rasa keraguan dari setiap orang tua.

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pegawai Negeri Sipil	14	7%
Karyawan Swasta	72	36,2%
Ibu Rumah Tangga	67	33,7%
Wirasaha	46	23,1%

Total	199	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa responden orang tua yang lebih mendominasi adalah yang bekerja sebagai karyawan swasta, yaitu sebanyak 72 orang atau sebesar 36,2% dari jumlah seluruh responden. Responden orang tua sebagai ibu rumah tangga adalah 67 orang atau 33,7% dari jumlah seluruh responden. Responden orang tua yang berwirausaha adalah 46 orang atau sebesar 23,1% dari jumlah seluruh responden, dan responden orang tua terendah adalah yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil, yaitu 14 orang atau sebesar 7% dari jumlah seluruh responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden orang tua dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta yang lebih mendominasi disebabkan perempuan saat ini lebih memilih untuk tetap lanjut bekerja meskipun telah berumah tangga apalagi pekerjaan tersebut sudah lama ditekuni, tentunya penghasilan yang didapatkan juga sudah cukup tinggi. Sedangkan responden orang tua terendah adalah dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil disebabkan memang pekerjaan ini masih jarang terpikirkan oleh orang tua.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Kuesioner disebut sah atau valid jika pernyataan dalam survei dapat mengungkapkan sesuatu yang diteliti dalam penelitian. Hasil yang menunjukkan semakin tinggi validitas, maka semakin layak perangkat pengukuran dalam mengukur data.

Adapun pengujian validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*, dimana hasil dari pengujian yaitu r_{hitung} akan dibandingkan dengan r_{tabel} . Menurut Ghozali (2018:52), memaparkan bahwa jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pertanyaan indikator dinyatakan valid.

Uji validitas dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada orang tua siswa sebanyak 30 responden, perhitungan nilai df adalah dengan rumus $df = n - 2$, maka didapatkan nilai $df = 28$. Jika melihat kembali r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, maka didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Sedangkan untuk nilai r_{hitung} diperoleh dengan memasukkan masing – masing skor item dan skor total untuk diolah dengan SPSS 26, berikut hasil pengujian validitas dari setiap variabel:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Citra (X₁)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	SD Methodist – 11 mempunyai rasa tanggung jawab sosial.	0,769	0,361	Valid
2.	SD Methodist memiliki kepribadian yang baik, karena guru dan <i>staff</i> pegawai dapat dipercaya.	0,820	0,361	Valid
3.	SD Methodist – 11 memiliki reputasi yang baik karena sudah terakreditasi A.	0,857	0,361	Valid
4.	SD Methodist – 11 memiliki nama baik karena tidak pernah diterpa isu yang buruk di kalangan masyarakat.	0,752	0,361	Valid
5.	Guru memiliki sikap yang peduli terhadap setiap siswa.	0,768	0,361	Valid
6.	Guru dan <i>staff</i> pegawai cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan dari siswa dan orangtua siswa.	0,680	0,361	Valid
7.	Terdapat logo sekolah yang memudahkan setiap orangtua dan siswa dalam mengingat SD Methodist – 11.	0,684	0,361	Valid
8.	SD Methodist – 11 diingat akan warna gedung dan baju seragam guru yang bernuansa biru.	0,798	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dari variabel Citra dengan nilai r_{hitung} terbesar adalah pada pernyataan ketiga, yaitu sebesar 0,857. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan keenam, yaitu sebesar 0,680. Pada Tabel 4.5 juga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X₂)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Penataan warna gedung dan setiap ruangan menciptakan perasaan rileks.	0,698	0,361	Valid
2.	Warna peralatan yang digunakan untuk memperlancar kegiatan belajar mengajar dikoordinasi dengan tepat.	0,758	0,361	Valid
3.	Tatanan tanaman di pekarangan, taman sekolah, dan lapangan sekolah disusun dengan sedemikian rupa.	0,897	0,361	Valid
4.	Susunan meja dan bangku di kelas dikoordinasi dengan tepat karena disusun dari yang terendah sampai tertinggi.	0,811	0,361	Valid
5.	Terdapat taman sekolah dan bangku di <i>lobby</i> serta belakang lapangan sekolah sebagai tempat siswa menunggu jemputan.	0,801	0,361	Valid
6.	Ketersediaan tempat mencuci tangan dan pengecek suhu tubuh sehingga menciptakan rasa aman bagi setiap orangtua siswa dan siswa.	0,662	0,361	Valid
7.	Fasilitas di SD Methodist – 11 sangat lengkap sehingga mendukung kegiatan belajar mengajar di sekolah.	0,881	0,361	Valid
8.	Keberadaan fasilitas di SD Methodist – 11 sangat memadai.	0,887	0,361	Valid
9.	Lingkungan SD Methodist - 11 sangat bersih dan asri.	0,857	0,361	Valid
10.	Pengaturan/dekorasi setiap ruangan kelas di SD Methodist – 11 meningkatkan kenyamanan belajar siswa.	0,717	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan ketiga, yaitu sebesar 0,897. Sedangkan untuk nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan keenam, yaitu sebesar 0,662. Pada Tabel 4.6 juga diketahui bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan dalam kuesioner telah valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan orangtua.	0,755	0,361	Valid
2.	Guru dan <i>staff</i> pegawai di SD Methodist – 11 memiliki pola kerja yang teratur dan teliti.	0,925	0,361	Valid
3.	Guru dan <i>staff</i> pegawai bersedia mengatasi apa yang menjadi masalah dari orang tua siswa maupun siswa.	0,821	0,361	Valid
4.	Guru dan <i>staff</i> pegawai sadar akan kewajibannya di SD Methodist – 11 tanpa harus dikritik terlebih dahulu.	0,787	0,361	Valid
5.	Guru bersikap ramah dan sopan dalam menanggapi pertanyaan ataupun kritikan orangtua.	0,883	0,361	Valid
6.	Guru bersedia membantu kesulitan belajar siswa meski diluar jam kerja guru tersebut.	0,826	0,361	Valid
7.	Orangtua dapat bertanya kepada guru mengenai pengumuman sekolah yang kurang jelas dimana penjelasan informasi yang disampaikan guru baik dan mudah dimengerti.	0,902	0,361	Valid
8.	Penyampaian pesan dari guru kepada setiap orangtua siswa dilakukan secara tepat dalam rangka meningkatkan perkembangan belajar anak didik.	0,897	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan kedua, yaitu sebesar 0,925. Sedangkan

nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan pertama, yaitu sebesar 0,755. Pada Tabel 4.7 juga dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih (Y)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Orangtua memutuskan anak – anak bersekolah di SD Methodist – 11 karena memiliki kualitas pendidikan yang baik.	0,737	0,361	Valid
2.	Orangtua memutuskan anak – anak bersekolah di SD Methodist – 11 karena selain melaksanakan kegiatan belajar mengajar juga menanamkan nilai – nilai karakter yang baik sejak dini terhadap setiap siswa.	0,713	0,361	Valid
3.	Orangtua mencari informasi mengenai SD Methodist – 11 terlebih dahulu sebelum mendaftarkan anak – anak.	0,734	0,361	Valid
4.	Orangtua memilih SD Methodist – 11 karena mendapat rekomendasi dari teman ataupun orang terdekat.	0,649	0,361	Valid
5.	Orangtua melakukan perbandingan antara SD Methodist – 11 dengan sekolah lainnya sebelum mendaftarkan anak – anak di SD Methodist – 11.	0,376	0,361	Valid
6.	Orangtua melakukan penilaian, manakah yang terbaik setelah melakukan perbandingan antara SD Methodist – 11 dengan sekolah lainnya.	0,484	0,361	Valid
7.	Orangtua memilih SD Methodist – 11 karena menyukai fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh SD Methodist – 11 kepada anak – anak.	0,718	0,361	Valid
8.	Orangtua sangat yakin bahwa memilih SD Methodist – 11 sebagai tempat anak – anak menimba ilmu adalah pilihan yang paling tepat karena sekolah yang unggul dengan berbagai perangkatnya.	0,826	0,361	Valid
9.	Orangtua merasa puas terhadap segala hal yang diberikan oleh SD Methodist – 11 kepada anak – anak.	0,790	0,361	Valid
10.	Karena kepuasan tersebut, maka orangtua akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menyekolahkan anak – anak di SD Methodist – 11.	0,883	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan kesepuluh, yaitu sebesar 0,883. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan kelima, yaitu sebesar 0,376. Pernyataan seluruh variabel Keputusan Memilih menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), menjelaskan bahwa uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban yang diberikan terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan cara *one shot*, yang artinya pengukuran dilakukan hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (α), dengan kriteria pengujian menurut Ghazali (2018:46) variabel disebut reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$. Berikut hasil pengujian reliabilitas dari variabel Citra pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Citra (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	8

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa *Cronbach Alpha* variabel Citra bernilai 0,898. Jika melihat kembali syarat pengujian reliabilitas, maka kedelapan pernyataan yang digunakan dalam variabel Citra dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,70.

Berikut hasil pengujian reliabilitas variabel Fasilitas pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.933	10

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui *Cronbach Alpha* variabel Fasilitas bernilai 0,933. Jika melihat kembali syarat pengujian reliabilitas, maka kesepuluh pernyataan yang digunakan dalam variabel Fasilitas dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,70.

Berikut hasil pengujian reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	8

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui *Cronbach Alpha* variabel Kualitas Pelayanan bernilai 0,944. Jika melihat kembali syarat pengujian reliabilitas, maka kedelapan pernyataan yang digunakan dalam variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,70.

Berikut hasil pengujian reliabilitas variabel Keputusan Memilih pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Memilih (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.848	10

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui *Cronbach Alpha* variabel Keputusan Memilih bernilai 0,848. Jika melihat kembali syarat pengujian reliabilitas, maka kesepuluh pernyataan yang digunakan dalam variabel Keputusan Memilih dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,70.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107), menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*).

Untuk deteksi multikolinearitas, peneliti menggunakan VIF dengan ketentuan menurut Ghozali (2018:108) yang menyatakan jika nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Hasil dari pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada penyajian tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Citra (X1)	.740	1.352
Fasilitas (X2)	.580	1.723
Kualitas Pelayanan (X3)	.597	1.674

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih (Y)
Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil *output* SPSS, diketahui bahwa nilai tolerance masing – masing variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF seluruh variabel tidak lebih dari 10. Ini artinya bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam pengujian heteroskedastisitas, peneliti menggunakan 2 metode, yaitu:

1. Uji *Glejser* dengan dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2018:144) yang menyatakan bahwa jika probabilitas signifikansi di atas 0,05, maka disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.
2. Grafik Plot, antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan berpedoman pada ketentuan Ghozali (2018:138) jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berikut hasil dari pengujian heteroskedastisitas yang disajikan dalam Tabel 4.14 di bawah ini:

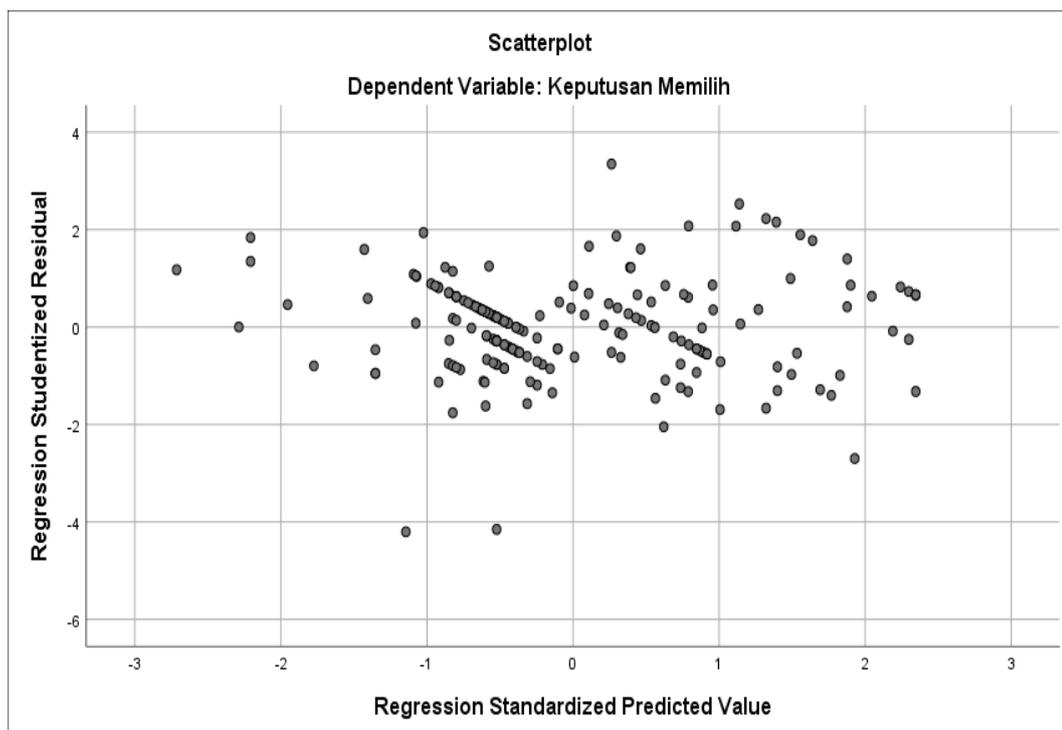
Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		Sig.
Model		
1	(Constant)	.361
	Citra (X1)	.138
	Fasilitas (X2)	.910
	Kualitas Pelayanan (X3)	.613

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada hasil output SPSS diketahui nilai signifikansi dari variabel Citra (X_1) sebesar 0,138, nilai signifikansi dari variabel Fasilitas (X_2) sebesar 0,910, dan nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 0,613. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi karena nilai signifikansi dari variabel X_1 , X_2 , dan X_3 lebih besar dari 0,05.



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.2
Grafik *Scatterplot*

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat terlihat bahwa titik – titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji statistik non – parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K – S) dan analisis grafik histogram serta grafik normal plot.

Menurut Ghozali (2018:166) Uji K – S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H₀: Data residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

H_a: Data residual berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Deteksi normalitas dengan grafik histogram dan grafik normal *probability plot* menurut Ghozali (2018:163) adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		199
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06069420
Most Extreme	Absolute	.061

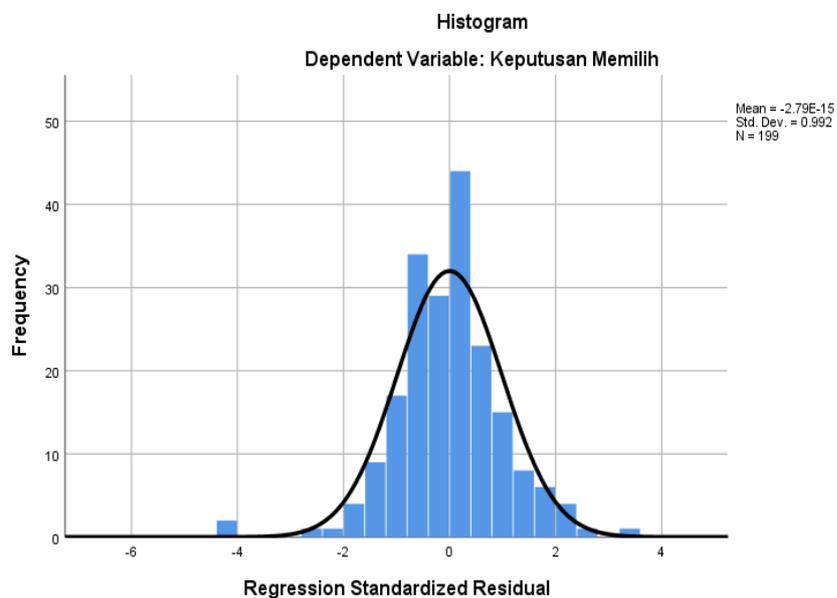
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Differences	Positive	.061
	Negative	-.052
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070 ^e

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

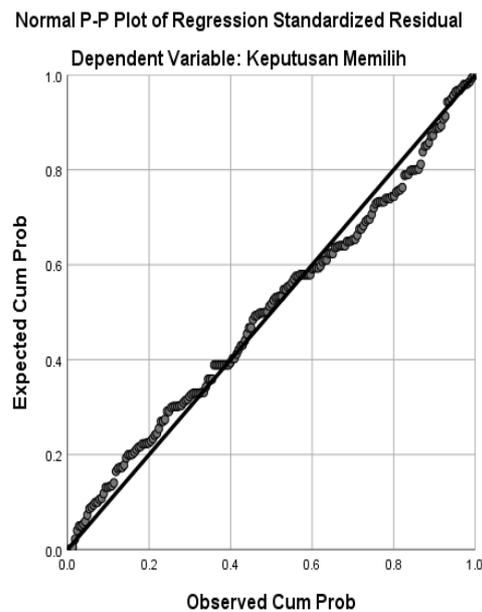
Berdasarkan hasil output SPSS, diketahui nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05, yaitu dengan nilai 0,070 yang artinya H_0 diterima atau H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Grafik Histogram

Berdasarkan tampilan grafik histogram, dapat disimpulkan grafik histogram berbentuk simetris atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.4
Grafik Normal *Probability Plot*

Berdasarkan tampilan grafik normal plot, data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:96), analisis regresi linier bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel *dependen* dengan variabel *independen*. Pengujian

analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel X yaitu Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel Y yaitu Keputusan Memilih. Berikut formulanya:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Keputusan Memilih (*dependent variable*)
 a = Konstanta
 b₁, b₂, dan b₃ = Koefisien regresi dari masing – masing variabel X
 X₁ = Citra
 X₂ = Fasilitas
 X₃ = Kualitas Pelayanan
 e = Residual/*error* (5%)

Berikut hasil dari pengujian analisis regresi linier berganda yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3.265	2.288
	Citra (X1)	.165	.060
	Fasilitas (X2)	.075	.067
	Kualitas Pelayanan (X3)	.876	.060

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih (Y)
 Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil *output* SPSS di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan rumus berikut:

$$\text{Keputusan Memilih} = 3,265 + 0,165 + 0,075 + 0,876 + e$$

Persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan dalam uraian berikut:

1. Nilai konstanta (a) = 3,265, artinya ketika nilai variabel bebas yaitu Citra (X_1), Fasilitas (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) bernilai 0 maka Keputusan Memilih adalah tetap sebesar 3,265.
2. Koefisien $b_1X_1 = 0,165$, artinya bahwa ketika Citra (X_1) meningkat sebesar 1%, maka Keputusan Memilih (Y) akan meningkat sebesar 0,165.
3. Koefisien $b_2X_2 = 0,075$, artinya bahwa ketika Fasilitas (X_2) meningkat sebesar 1%, maka Keputusan Memilih (Y) akan meningkat sebesar 0,075.
4. Koefisien $b_3X_3 = 0,876$, artinya bahwa ketika Kualitas Pelayanan (X_3) meningkat sebesar 1%, maka Keputusan Memilih (Y) akan meningkat sebesar 0,876.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

4.2.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98), uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independen* secara individual menerangkan variasi variabel *dependen*. Jadi dapat disimpulkan pengujian hipotesis dengan uji t bertujuan mengetahui apakah masing – masing dari variabel Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel Keputusan Memilih.

Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

3. $H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$

Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

4. $H_a: b_1, b_2, b_3 \neq 0$

Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

Pengujian hipotesis dengan uji t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. Ketentuan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

3. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

4. H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dalam menentukan nilai t_{tabel} , harus mencari dahulu derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$df = n - k = 199 - 4 = 195$$

Keterangan:

df = Derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah seluruh variabel bebas dan variabel terikat.

Diperoleh besarnya df adalah 195, maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,972.

Hasil dari t_{hitung} dapat dilihat melalui penyajian tabel di bawah ini:

Tabel 4.17
Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
1 (Constant)	1.427	.155

Citra (X1)	2.735	.007
Fasilitas (X2)	1.115	.266
Kualitas Pelayanan (X3)	14.589	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.17, maka terdapat beberapa hal yang dapat dijelaskan dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya t_{hitung} pada Citra (X_1) adalah sebesar 2,735, dengan tingkat signifikan 0,007. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $2,735 > 1,972$ dan dengan tingkat signifikan $0,007 < 0,05$. Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 , yaitu Citra berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.
2. Besarnya t_{hitung} pada Fasilitas (X_2) adalah 1,115, dengan tingkat signifikan 0,266. Ini artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , yaitu $1,115 < 1,972$ dan dengan tingkat signifikan $0,266 > 0,05$. Maka dalam hal ini H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 , yaitu Fasilitas tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.
3. Besarnya t_{hitung} pada Kualitas Pelayanan (X_3) adalah 14,589, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $14,589 > 1,972$, dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 , yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

4.2.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2018:98), uji F dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan untuk mengetahui secara keseluruhan pengaruh dari variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent* yang ditunjukkan dalam tabel Anova. Dapat disimpulkan pengujian hipotesis uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel X berpengaruh secara simultan atau serempak terhadap variabel Y, yaitu Keputusan Memilih.

Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji F adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
2. H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Dalam menentukan nilai F_{tabel} diperlukan adanya derajat kebebasan dengan rumus sebagai berikut:

$$df \text{ (pembilang)} = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 199 - 4 = 195$$

Keterangan:

df = Derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah sampel

k = jumlah seluruh variabel bebas dan variabel terikat.

Berdasarkan hasil dari df pembilang dan df penyebut diketahui bahwa nilai F_{tabel} adalah sebesar 2,65. Selanjutnya nilai dari F_{tabel} akan dibandingkan

dengan nilai F_{hitung} . Berikut hasil dari F_{hitung} dapat dilihat melalui Tabel 4.18 di bawah ini:

Tabel 4.18
Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1983.623	3	661.208	153.349	.000 ^b
	Residual	840.799	195	4.312		
	Total	2824.422	198			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Citra (X1), Fasilitas (X2)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , yaitu $153,349 > 2,65$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen*. Berikut hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.698	2.076

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Citra (X1), Fasilitas (X2)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Besarnya nilai R adalah 0,838, artinya korelasi variabel Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai positif dan hubungan yang kuat terhadap Keputusan Memilih sebesar 0,838.
2. Diperoleh nilai *R square* sebesar 0,702, artinya Keputusan Memilih dapat dijelaskan variabel Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan sebesar 70,2% dan sisanya sebesar 29,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau faktor - faktor lain yang berasal dari luar model penelitian.
3. Diperoleh nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang telah berkorelasi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi penambahan variabel maupun ukuran sampel adalah sebesar 0,698, yang artinya besarnya pengaruh dari variabel Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih adalah sebesar 69,8% dan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau faktor – faktor lain yang berasal dari luar model penelitian.

4. Nilai *Standart error of Estimate* sebesar 2,076, artinya nilai penyimpangan antara persamaan regresi dengan nilai variabel terikat *riilnya* sebesar 2,076 satuan variabel terikat.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti akan membahas mengenai:

4.3.1 Pengaruh Citra Terhadap Keputusan Memilih

Dari pengujian hipotesis secara parsial (uji – t) diketahui bahwa besarnya t_{hitung} pada Citra (X_1) adalah sebesar 2,735, dengan tingkat signifikan 0,007. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $2,735 > 1,972$ dengan tingkat signifikan $0,007 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel (X_1), yaitu Citra berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Udin Ahidin (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Sekolah dan Biaya Pendidikan baik secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Siswa untuk melanjutkan pendidikan ke SMK.

4.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Memilih

Dari pengujian secara parsial (uji – t) diketahui bahwa besarnya t_{hitung} pada variabel Fasilitas (X_2) adalah sebesar 1,115, dan dengan tingkat signifikan 0,266. Ini artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , yaitu $1,115 < 1,972$ dan dengan

tingkat signifikan $0,266 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ersya Angelica Natalia Ressa, dkk (2019) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen Memilih *Goldenlake Resort*.

4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih

Dari pengujian secara parsial (uji – t) diketahui bahwa besarnya t_{hitung} pada Kualitas Pelayanan (X3) adalah 14,589, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $14,589 > 1,972$, dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dede Solihin dan Estiko Wibawanto (2020) dimana hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pelanggan dalam memilih Klub Basket Satria Indonesia, Tangerang Selatan.

4.3.4 Pengaruh Citra, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa hasil uji – F menunjukkan variabel Citra, Fasilitas, dan Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih SD Methodist – 11.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nanik Wahyuningtiyas (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik, *Branding, Image, Wom, E – Wom*, Fasilitas, dan Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung ke pantai.