



Pengaruh Brand Image, Religiusitas, dan Fasilitas terhadap Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Putranya Di SMP Bukit Asam, Lawang Kidul Muara Enim Sumatera Selatan

Yayuk Sri Wahyuni, Justita Dura, Mohammad Bukhori

Institut Teknologi & Bisnis Asia Malang, Indonesia

yayuksw.college@gmail.com, justitadura@asia.ac.id, m.bukhori@asia.ac.id

INFO ARTIKEL

Kata Kunci: Brand Image, Religiusitas, Fasilitas Sekolah

ABSTRAK

Pendidikan merupakan bimbingan atau pertolongan yang diberikan oleh orang dewasa kepada anak, agar mereka memiliki kecakapan dan kemandirian dalam hidupnya, mampu mencapai cita-citanya, mampu beradaptasi dengan berbagai lingkungan, dan mampu menghadapi tantangan. Masyarakat semakin menyadari akan pentingnya membekali anak dengan pendidikan yang tepat. Kesadaran akan pentingnya pendidikan ini telah mendorong orang tua untuk lebih selektif dalam memilih sekolah bagi anaknya. Fenomena yang terjadi saat ini adalah masyarakat rela membayar mahal dan menempuh jarak yang jauh, demi untuk mendapatkan sekolah yang sesuai dengan standar atau kriteria yang mereka inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, religiusitas, dan fasilitas sekolah terhadap keputusan orang tua dalam memilih SMP Bukit Asam untuk Putranya di Kecamatan Lawang Kidul, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan. Pemilihan SMP Bukit Asam sebagai obyek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan, seperti adanya karakteristik tertentu yang dimiliki SMP Bukit Asam, sebagai pembeda dari sekolah lain di sekitarnya, serta melihat adanya tren pendaftar yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yang fokus pada pengumpulan dan analisis data numerik. Pengumpulan data menggunakan angket, yang disebarkan kepada 193 orang tua siswa sebagai responden. Analisa data menggunakan teknik regresi linier berganda. Teknik analisa ini bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel independen (X) dan Variabel terikat (Y). Hasil analisis menunjukkan brand image, religiusitas, dan fasilitas sekolah secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah”.

Keywords: *Brand Image, Religiosity, School Facilities*

ABSTRACT

Education is guidance or help provided by adults to children, so that they have skills and independence in their lives, are able to achieve their goals, are able to adapt to

various environments, and are able to face challenges. The community is increasingly aware of the importance of equipping children with the right education. This awareness of the importance of education has encouraged parents to be more selective in choosing schools for their children. The phenomenon that is happening today is that people are willing to pay a lot and travel long distances, in order to get a school that meets the standards or criteria they want. This study aims to determine the influence of brand image, religiosity, and school facilities on parents' decisions in choosing Bukit Asam Junior High School for their sons in Lawang Kidul District, Muara Enim Regency, South Sumatra. The selection of Bukit Asam Junior High School as the object of research was based on several considerations, such as the existence of certain characteristics that Bukit Asam Junior High School has, as a differentiator from other schools in the vicinity, and seeing the trend of applicants increasing from year to year. This research is a type of quantitative research, which focuses on the collection and analysis of numerical data. Data collection used a questionnaire, which was distributed to 193 parents of students as respondents. Data analysis uses multiple linear regression techniques. This analysis technique aims to find the relationship between independent variables (X) and bound variables (Y). The results of the analysis show that brand image, religiosity, and school facilities partially and simultaneously have a significant influence on parents' decisions in choosing schools".

PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dan strategis untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Melalui pendidikan diharapkan setiap individu dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk mengenali potensinya, mengembangkan kemampuannya, serta meningkatkan kecerdasan dan karakternya sehingga dapat tumbuh menjadi pribadi yang memiliki daya saing dalam menghadapi tantangan di masa depan. Era globalisasi dengan segala perubahan dan kemajuan yang mengiringinya, menjadikan tantangan yang dihadapi semakin meningkat. Aspek penting yang diperlukan oleh setiap individu dalam menghadapi tantangan tersebut adalah pendidikan.

Pentingnya pendidikan agar mampu beradaptasi terhadap perubahan zaman, telah semakin disadari oleh masyarakat. Meningkatnya kesadaran masyarakat ini dimungkinkan oleh beberapa hal seperti adanya persaingan yang semakin ketat dalam dunia kerja, pergeseran terhadap ekonomi ber-basis keahlian, dan informasi yang mudah diperoleh dari berbagai sumber. Setiap orang tua dengan tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kemampuannya masing-masing berupaya untuk memilih sekolah yang

tepat bagi anak-anaknya. Orang tua semakin selektif dan hati-hati dalam menentukan pilihan sekolah, mengingat memilih sekolah yang tepat untuk anak adalah keputusan penting yang dapat berdampak besar pada perkembangan dan kesuksesan di masa depan.

Masyarakat telah memiliki kriteria dan standar tertentu dalam menentukan sekolah yang akan dipilih untuk anak-anaknya. Hal ini memunculkan tantangan baru bagi lembaga pendidikan untuk memperbaiki pengelolaan pendidikan di sekolahnya agar menjadi sekolah bermutu dan berkualitas, yang pada akhirnya menjadi sekolah pilihan masyarakat. Lembaga pendidikan harus berupaya untuk mampu menghasilkan individu-individu yang memiliki berbagai keterampilan yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan perubahan zaman. Schwab (2016), pendiri dan ketua eksekutif Forum Ekonomi Dunia, dalam bukunya yang berjudul “The Fourth Industrial Revolution” menyatakan bahwa revolusi industri keempat membawa perubahan besar yang memerlukan pendidikan yang mampu mengembangkan keterampilan digital dan teknologi serta kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat.

Pernyataan dari berbagai ahli tentang globalisasi dan keterampilan yang harus dimiliki untuk menghadapinya, menjadi catatan penting yang harus disikapi dengan baik oleh lembaga pendidikan maupun orang tua. Lembaga pendidikan harus dapat memastikan bahwa mereka tidak hanya mengikuti perkembangan zaman tetapi juga harus mempersiapkan siswa untuk sukses dalam era digital dan teknologi yang terus berkembang. Sementara itu, orang tua juga memiliki peran penting dalam mempersiapkan anak-anak agar berkembang menjadi individu yang siap menghadapi tantangan global dengan cara memilih sekolah yang tepat, yaitu sekolah yang menyediakan pendidikan berkualitas yang mendukung pengembangan berbagai keterampilan yang dibutuhkan di era global.

Mendapatkan sekolah berkualitas bukanlah hal yang mudah bagi masyarakat. Banyak hal yang bisa menjadi kendala seperti biaya yang mahal dan jarak yang jauh dari tempat tinggal. Kesulitan mendapatkan sekolah dengan standar yang baik seringkali dirasakan oleh masyarakat yang berada di daerah, dan jauh dari perkotaan. Keluhan ini juga sering didengar di kalangan masyarakat di wilayah Tanjung Enim, Kecamatan Lawang Kidul Kabupaten Muara Enim, salah satu daerah penghasil batu bara terbesar di Indonesia. Keberadaan BUMN di wilayah Tanjung Enim telah menyebabkan banyak pendatang dari berbagai wilayah di Indonesia, yang berpengaruh terhadap perkembangan dalam berbagai bidang seperti sosial, ekonomi, budaya, pendidikan, dan teknologi.

Salah satu masalah yang dirasakan oleh para pendatang saat tinggal di wilayah Tanjung Enim adalah sulitnya mendapatkan sekolah yang sesuai dengan kriteria dan standar yang mereka inginkan. Masalah ini sangat dirasakan terutama bagi mereka yang berasal dari kota atau daerah dengan tingkat perkembangan pendidikan tinggi. Hal ini telah menimbulkan fenomena di masyarakat, yaitu orang tua lebih memilih menyekolahkan anaknya jauh di luar daerah, demi mendapatkan sekolah yang sesuai dengan standar yang mereka inginkan.

Menyadari adanya fenomena tersebut, pada tahun 2020 Yayasan Bukit Asam berupaya memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mendirikan sekolah pada jenjang

pendidikan dasar yaitu SD dan SMP Bukit Asam, yang menawarkan keunggulan dalam bidang kurikulum, pembinaan agama, dan fasilitas pembelajaran. Konsep yang dibangun adalah menghadirkan sistem pendidikan yang dalam prosesnya mampu mengembangkan seluruh fitrah peserta didik, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, karakter, dan agamanya. Harapannya, keberadaan SMP Bukit Asam dapat menjadi alternatif pilihan masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya, tanpa harus pergi ke luar daerah.

Kurikulum yang dikembangkan di SMP Bukit Asam adalah kurikulum nasional dengan menambahkan tiga mata pelajaran khusus (TTQ, Baha-sa Arab, English Cambridge), yang dalam pelaksanaannya didukung dengan penerapan bilingual language, hafalan Al-Quran, wisuda tahfidz, cambridge assesment, dan sistem pembelajaran berbasis smart school. Pembelajaran berbasis smart school merupakan sistem pembelajaran yang menerapkan digitalisasi dalam proses pembelajaran, dirancang untuk membekali siswa agar terampil dalam penggunaan teknologi, menumbuhkan kemampuan belajar mandiri, meningkatkan partisipasi aktif dalam proses pembelajaran, sekaligus memfasilitasi guru untuk meningkatkan kualitas materi dan metode pengajarnya.

Pembinaan keagamaan di SMP Bukit Asam dilakukan secara seimbang terhadap semua siswa, sesuai dengan latar belakang agamanya masing-masing. Bagi siswa yang beragama Islam, pembinaan dilakukan dengan menerapkan program pembiasaan seperti sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah, sholat Jumat, mentoring, serta hafalan Al-Qur'an. Bagi siswa non muslim, pihak sekolah berupaya memfasilitasi pengembangan tingkat religiusitas mereka dengan cara mendatangkan guru khusus sesuai dengan agama yang dianut.

Peningkatan fasilitas pembelajaran dalam jumlah dan jenis yang memadai juga menjadi salah faktor yang mendapat perhatian khusus dari tim manajemen sekolah dan yayasan. Beberapa hal yang menjadi perhatian utama antara lain, 1) menciptakan suasana kelas yang nyaman (ruang bersih, pencahayaan baik, sejuk), 2) WC selalu dalam keadaan bersih dan persediaan air mencukupi, 3) wifi dan smart tv tersedia di setiap ruang untuk mendukung pembelajaran berbasis smart school, 4) tersedia perabot dan perlengkapan pendukung sesuai kebutuhan.

Kekhasan dalam bidang kurikulum, pembinaan keagamaan, serta penyediaan fasilitas yang memadai merupakan program-program yang telah diterapkan di SMP Bukit Asam sejak berdiri pada tahun 2020. Upaya maksimal dilakukan dengan harapan dapat diterima oleh masyarakat Tanjung Enim dan sekitarnya dan daya tertarik untuk menyekolahkan anak-anak mereka di SMP Bukit Asam. Pada akhirnya, upaya ini mendapat sambutan baik dari masyarakat, yang terbukti dari jumlah pendaftar yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Saat mulai beroperasi, jumlah siswa hanya satu rombongan belajar, namun terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun berikutnya.

Saat ini keberadaan SMP Bukit Asam sudah mulai dikenal luas oleh masyarakat di wilayah Kabupaten Muara Enim. Siswa yang datang untuk mendaftar tidak hanya berasal dari Kecamatan Lawang Kidul, namun juga berasal dari kecamatan-kecamatan lain yang ada di sekitarnya. Upaya mendapatkan siswa tiga rombongan belajar tidak membutuhkan waktu lama karena rata-rata sudah booking / nitip nama sebelum pendaftaran resmi

dibuka. Keberhasilan ini merupakan hal yang pantas disyukuri karena sekolah lain yang berada di wilayah yang sama pada umumnya terus mengalami penurunan jumlah siswa.

Pertumbuhan yang baik ini telah memunculkan rasa ingin tahu pada diri penulis mengenai faktor-faktor apa yang menjadi faktor pendorong bagi orang tua untuk memilih SMP Bukit Asam. Rasa ingin tahu ini semakin kuat ketika melihat data bahwa tidak semua anak yang sekolah di SMP Bukit Asam berasal dari keluarga dengan tingkat ekonomi tinggi, se-bagaimana asumsi dan target sasaran pada awal pendirian. Berawal dari ra-sa ingin tahu dan diperkuat oleh hasil survei melalui wawancara terhadap orang tua siswa yang menyatakan bahwa dasar pertimbangan mereka me-nyekolahkan anaknya di SMP Bukit Asam adalah adanya keunikan yang dimiliki sekolah seperti kurikulum nasional dengan beberapa mata pelaja-ran tambahan, sertifikat Cambridge, pembelajaran berbasis teknologi, pro-gram hafalan Al-Quran, wisuda tahfidz, serta fasilitas yang memadai, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang memfokuskan pem-bahasan pada pengaruh brand image, religiusitas, dan fasilitas sekolah ter-hadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

Penelitian terdahulu yang memfokuskan pada pembahasan yang sama juga menjadi sumber inspirasi bagi peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan dkk (2023), Damanik dkk (2022), Sya'idah dan Jauhari (2024) menyatakan bahwa brand image memiliki pengaruh positif terhadap kepu-tusan memilih sekolah. Sedangkan penelitian tentang religiusitas yang dil-akukan oleh Suharsono dkk (2023), Suryadi dan Silfia (2019) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah. Sementara itu, hasil penelitian Prastika dkk (2022), Ervina (2019), Anita dkk (2023) tentang pengaruh fasilitas sekolah terhadap keputusan memilih sekolah juga menunjukkan hasil yang signifikan. Namun, hasil yang berbeda didapatkan pada penelitian yang dilakukan oleh Fahrudin (2019), yaitu terdapat hubungan yang rendah antara religiusitas dengan pengambilan keputusan orang tua untuk memilih sekolah.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah Untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap keputusan orang tua dalam memilih SMP Bukit Asam untuk Putranya di Kecamatan Lawang Kidul Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan orang tua dalam memilih SMP Bukit Asam untuk Putranya di Kecamatan Lawang Kidul Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan orang tua da-lam memilih SMP Bukit Asam untuk Putranya di Kecamatan Lawang Kidul Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan. Untuk mengetahui pengaruh brand image, religiusitas, dan fasilitas ter-hadap keputusan orang tua dalam memilih SMP Bukit Asam untuk Putranya di Kecamatan lawang Kidul Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan.

Manfaat penelitian ini adalah digunakan sebagai alat bagi peneliti untuk mem-praktekkan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan pasca sarjana, sehingga dapat memperluas ilmu dan wawasan terkait pengetahuan praktis dan masalah-masalah yang dihadapi, khu-susnya yang dihadapi oleh lembaga Pendidikan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide-ide dan wawa-san baru untuk mengembangkan pendidikan di masa yang akan datang dan penelitian ini diharapkan dapat memvalidasi teori-teori yang su-dah

ada sehingga pemahaman terhadap konsep yang berkaitan dengan bidang pendidikan menjadi lebih baik.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian tentang pengaruh brand image, religiusitas, dan fasilitas sekolah terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah swasta SMP Bukit Asam ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kuantitatif dapat di-artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positiv-isme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengum-pulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian dengan metode kuantitatif menekankan pada penggunaan angka mulai dari pengumpulan hingga analisis datanya. Penggunaan metode ini sangat pent-ing dalam bidang bisnis untuk mengambil keputusan dengan penggunaan data yang akurat dan terukur.

Tempat penelitian merupakan wilayah dimana kegiatan penelitian dilakukan dan penelitian ini dilakukan di SMP Bukit Asam di Kecamatan Lawang Kidul Kabupaten Muara Enim. Pada penelitian ini penulis menargetkan untuk dapat menyelesaikan penelitian dalam jangka waktu empat bulan (bulan Maret sampai bulan Juni 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah suatu instrument penelitian mampu mengukur apa yang diukur, dalam hal ini dapat berupa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang mengukur variabel. Suatu in-strumen penelitian dikatakan valid jika nilai R-hitung setiap items pern-yataan dalam kuesioner terhadap variabel yang diukurinya lebih besar dari R-tabel dan nilai Sig. (2-tailed) setiap items pernyataan dalam kuesioner terhadap variabel yang diukurinya kurang dari taraf signifikansi yang diam-bil (Sig. (2-tailed) $< \alpha = 0,05$).

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Item	R-hitung	R-tabel	Sig. (2tailed)	α	Kesimpulan
X.1.1.1 Menerapkan kurikulum nasional ditambah dengan tiga mata pelajaran khusus	0,795	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.1.1.2 Pembelajaran bahasa Inggris dengan porsi yang lebih banyak	0,748	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.1.1.3 istem Pembelajaran berbasis teknologi (smart school)	0,666	0,1413	0,000	0,05	Valid

Item	R-hitung	R-tabel	Sig. (2tailed)	α	Kesimpulan
X.1.1.4 Program pembinaan keagamaan dan karakter siswa secara rutin dan konsisten	0,776	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.1.2.1 Masyarakat mengakui keunggulan sekolah	0,631	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.1.2.2 Masyarakat merekomendasikan kepada orang lain	0,728	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.1.3.1 Sertifikat English Cambridge	0,779	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.1.3.2 Tidak mengkhususkan pada satu agama tertentu	0,395	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.1.3.3 Seluruh tes berbasis online (paperless)	0,544	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.1.3.4 Hafalan Alqur'an dan wisuda tahfidz	0,542	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.2.1.1 Menerapkan kurikulum keagamaan	0,898	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.2.2.1 Penerapan kegiatan keagamaan secara rutin dan konsisten	0,904	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.2.3.1 enumbuhkan kesadaran untuk melaksanakan ibadah	0,891	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.2.4.1 Peningkatan pemahaman terhadap agama yang dianut .	0,912	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.2.5.1 Terbangun akhlak yang terpuji	0,917	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.3.1.1 Letak Strategis	0,659	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.3.1.2 Mudah dijangkau oleh kendaraan	0,739	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.3.1.3 Jauh dari keramaian dan tempat-tempat yang memberi pengaruh negatif	0,790	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.3.2.1 bangunan aman dan memenuhi syarat kesehatan	0,816	0,1413	0,000	0,05	Valid

Pengaruh Brand Image, Religiusitas, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Putranya Di Smp Bukit Asam, Lawang Kidul Muara Enim Sumatera Selatan

Item	R-hitung	R-tabel	Sig. (2tailed)	α	Kesimpulan
X.3.2.2 Ruang kelas nyaman dengan adanya pencahayaan yang cukup, sirkulasi udara lancar, penggunaan warna cocok, dan tersedia pendingin ruangan	0,817	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.3.2.3 WC dengan jumlah yang memadai dan ketersediaan air bersih mencukupi	0,792	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.3.2.4 Tersedia ruang penunjang lainnya	0,742	0,1413	0,000	0,05	Valid
1, X.3.3.1 Meja, kursi, dan kebutuhan ruangan lainnya dalam keadaan baik, relative kuat, ringan dan membuat nyaman	0,665	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.3.3.2 Tersedia fasilitas teknologi digital di setiap ruang untuk mendukung proses pembelajaran interaktif	0,636	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.3.4.1 Tersedia perlengkapan untuk mendukung proses pembelajaran dalam jumlah dan jenis yang memadai	0,627	0,1413	0,000	0,05	Valid
X.3.4.2 Tersedia jaringan internet untuk mendukung proses pembelajaran berbasis digital	0,627	0,1413	0,000	0,05	Valid
Y.1.1 Memperhatikan keunggulan produk dibandingkan dengan produk serupa`	0,934	0,1413	0,000	0,05	Valid
Y.1.2 Mempertimbangkan reputasi merek dalam kualitas dan layanan	0,946	0,1413	0,000	0,05	Valid
Y.1.3 Mencocokkan produk dengan kebutuhan dan pilihan	0,943	0,1413	0,000	0,05	Valid
Y.1.4 Menerima rekomendasi dari keluarga, teman, rekan kerja, atau sumber terpercaya	0,944	0,1413	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Output SPSS Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1, Hasil uji validitas, diketahui bahwa semua nilai R-hitung setiap item yang mengukur variabel-variabel penelitian lebih besar dari R-tabel, demikian juga nilai Sig. (2-tailed) setiap item kurang dari 0,05 (taraf signifikansi atau α). Ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur Brand Image, Religiusitas, Fasilitas Sekolah, dan Keputusan Memilih Sekolah, Valid.

Uji Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Berdasarkan Tabel 2, Hasil Uji Reliabilitas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha setiap item yang mengukur varia-bel-variabel penelitian lebih besar dari 0,6. Ini menunjukkan bahwa instru-men penelitian, dalam hal ini kuesioner yang digunakan untuk mengukur Brand Image, Religiusitas, dan Fasilitas Sekolah Handal atau Konsisten.

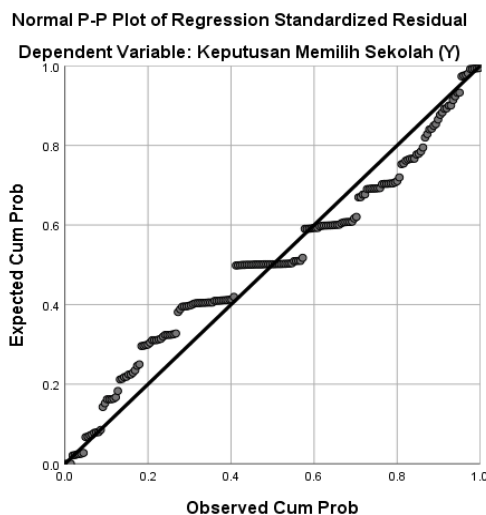
Table 2
Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Kesimpulan
X1. Brand Image	0,924	> 0,6	Reliabel
X2. Religiusitas	0,932	> 0,6	Reliabel
X3. Fasilitas	0,926	> 0,6	Reliabel
Y. Keputusan Memilih Sekolah	0,904	> 0,6	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS Diolah (2024)

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 1 Uji Normalitas data dengan P-P Plot

Sumber: Data Output SPSS Diolah (2024)

Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika titik-titik data me-nyebar di sekitar garis regresi. Berdasarkan Gambar 1 P-P plot di atas diketahui bahwa titik-titik data berada di sekitar garis regresi yang menun-jukkan bahwa data penelitian berdistribusi Normal.

Tabel 3
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Brand Image (X1)	.062	193	.067	.983	193	.018
Religiusitas (X2)	.061	193	.080	.983	193	.018
Fasilitas Sekolah (X3)	.061	193	.078	.983	193	.020
Keputusan Memilih Sekolah (Y)	.062	193	.069	.983	193	.020

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data Output SPSS Diolah (2024)

Selain menggunakan P-P plot, normalitas data juga dapat diuji menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk data parametric. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Sig. kolmogorov-Smirnov lebih besar dari taraf signifikansi yang diambil ($\text{Sig. KS} > \alpha = 0,05$).

Berdasarkan Tabel 3 Test of Normality di atas, diketahui bahwa nilai Sig. Kolmogorov-Smirnov semua variabel penelitian lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa data variabel brand image, religiusitas, fasilitas sekolah, dan keputusan memilih sekolah berdistribusi Normal.

Uji Multikolinearitas

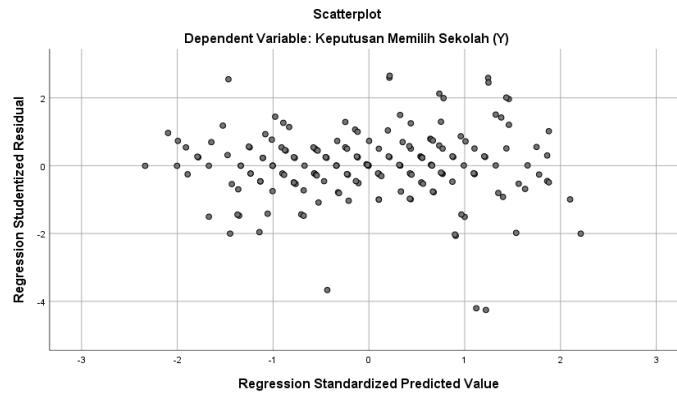
Tabel 4
Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Dependent Variable
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
Brand Image (X1)	0,329	3,042	Keputusan Memilih Sekolah (Y)
Religiusitas (X2)	0,375	2,668	
Fasilitas Sekolah (X3)	0,331	3,021	

Sumber: Data Output SPSS Diolah (2024)

Suatu kondisi dikatakan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel-variabel independent jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan Tabel 4 Uji Multikolinearitas di atas, diketahui bahwa nilai tolerance ketiga variabel independent lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF ketiga variabel independent kurang dari 10. Ini menunjukkan bahwa antara brand image, religiusitas, fasilitas sekolah tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Scatterplot
 Sumber: Data Output SPSS Diolah (2024)

Suatu residual data dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik data tidak membentuk pola tertentu. Gambar 4, menunjukkan bahwa titik-titik residual data tidak membentuk pola tertentu yang menunjukkan tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas, dan untuk menguatkan digunakan Uji Glejser. Dalam uji Glejser dilakukan regresi variabel-variabel independent terhadap nilai absolut residual regresi utama. Residual data dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai Sig.t hasil regresi variabel-variabel independent terhadap nilai absolut residual (RES_2) lebih besar dari taraf signifikansi yang diambil ($\text{Sig.t} > 0,05$).

Tabel 5
Uji Glejser

Variabel	t	Sig.	Dependent Variable
(Constant)	-1.087	.279	RES_2
Brand Image (X1)	.797	.426	
Religiusitas (X2)	.067	.946	
Fasilitas Sekolah (X3)	.538	.591	

Sumber: Data Output SPSS Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 5, Uji Glejser di atas diketahui bahwa nilai Sig.t setiap variabel independent lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Koefisien Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	a. Dependent Variable
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-23,165	1,746		Keputusan Memilih Sekolah (Y)
Brand Image (X1)	0,359	0,052	0,356	
Religiusitas (X2)	0,332	0,048	0,334	
Fasilitas Sekolah (X3)	0,307	0,051	0,308	

Sumber: Data Output SPSS Diolah (2024)

Berdasarkan nilai B dalam Tabel 6 di atas, dapat diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -23,165 + 0,359X_1 + 0,332X_2 + 0,307X_3 + e$$

Berdasarkan model regresi yang dihasilkan, diketahui bahwa konstanta regresi bernilai negatif, sebesar 023,165. Artinya, tanpa adanya brand image yang kuat dan positif, religiusitas, dan fasilitas sekolah yang memadai, maka orang tua siswa tidak akan memilih sekolah tersebut.

Koefisien regresi variabel brand image bernilai positif sebesar 0,359. Hal ini berarti bahwa semakin positif brand image, semakin tinggi keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Setiap kenaikan 1 satuan brand image, dapat meningkatkan keputusan memilih sekolah sebesar 0,359 satuan.

Koefisien regresi religiusitas bernilai positif 0,332. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi religiusitas, maka semakin tinggi keputusan memilih sekolah. Setiap kenaikan 1 satuan religiusitas dapat meningkatkan keputusan memilih sekolah sebesar 0,332 satuan.

Fasilitas memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,307 yang berarti bahwa semakin lengkap dan semakin baik fasilitas sekolah, maka semakin tinggi pula keputusan memilih sekolah. Setiap kenaikan 1 satuan fasilitas, dapat menaikkan keputusan memilih sekolah sebesar 0,307 satuan.

a. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Memilih Sekolah

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa brand image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah, yang dalam persamaan regresi ditunjukkan oleh koefisien Brand Image (X1) bernilai positif. Ini berarti bahwa semakin baik brand image SMP Bukit Asam, semakin besar kemungkinan orang tua siswa untuk memilih sekolah tersebut. Hasil penelitian ini telah mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fauzan, dkk (2023) dan penelitian Damanik, dkk (2022) yang menyatakan bahwa pengaruh brand image terhadap keputusan memilih sekolah adalah positif dan signifikan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sya'idah dan Jauhari (2024), yaitu brand image memberikan pengaruh signifikan terhadap pemilihan sekolah.

Brand image merupakan suatu persepsi yang muncul di benak konsumen pada saat mengingat suatu merek dari daftar produk tertentu (Fir-mansyah, 2019). Kotler dan Keller (2016) menjelaskan brand image adalah persepsi dan keyakinan konsumen terhadap suatu brand sebagai refleksi dari asosiasi yang muncul dalam pikiran mereka. Asosiasi-asosiasi itu akan menyamakan dan membedakan produk yang sama dari merek yang berbeda. Banyaknya produk yang beredar dipasaran membuat konsumen berupaya mencari informasi tentang suatu produk sebelum menentukan pilihan.

Brand Image dalam penelitian ini diukur melalui 3 indikator, yaitu kekuatan sebuah brand, penerimaan terhadap sebuah brand, dan keunikan sebuah brand, dimana berdasarkan hasil analisis diperoleh informasi bahwa faktor yang paling kuat pengaruhnya terhadap keputusan orang tua dalam memilih SMP Bukit Asam adalah

indikator yang kedua yaitu kesukaan atau penerimaan orang tua siswa terhadap brand sekolah, yang dalam hal ini berarti bahwa masyarakat mengakui keunggulan SMP Bukit Asam dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Faktor berikutnya yang berpengaruh kuat terhadap keputusan orang tua dalam memilih SMP Bukit Asam adalah indikator ketiga yaitu keunikan sebuah brand, yang dalam hal ini berarti bahwa orang tua siswa tertarik dengan keunikan SMP Bukit Asam seperti adanya Sertifikat English Cam-bridge, tidak membatasi pada satu agama tertentu, pelaksanaan tes berbasis online, serta adanya target hafalan Alquran dan wisuda tahfidz bagi siswa saat mereka mencapai tambahan hafalan 1 juz.

Indikator kekuatan sebuah brand memiliki pengaruh yang lebih rendah dibanding indikator lainnya meski rata-rata orang tua siswa menyatakan setuju bahwa SMP Bukit Asam memiliki kekuatan yang menjadi daya tarik bagi mereka terutama dalam hal menerapkan kurikulum nasional dengan menambahkan tiga mata pelajaran khusus, terdapat penambahan waktu untuk pembelajaran bahasa Inggris, sistem pembelajaran berbasis teknologi, dan adanya program pembinaan keagamaan secara rutin dan konsisten.

Hasil penelitian ini telah memberi gambaran yang lebih jelas bagi tim pengelola sekolah tentang bagaimana pandangan atau persepsi orang tua siswa terhadap SMP Bukit Asam, sehingga dalam pengelolaan sekolah selanjutnya memiliki dasar yang lebih baik tentang arah pengembangan yang harus dilakukan agar pelayanan dan program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

b. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Memilih Sekolah

Hasil analisis menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Orang tua siswa rata-rata menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang mengukur religiusitas. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Suharsono, dkk (2023) dan Qarlina (2023), serta hasil penelitian dari Suryadi dan Silfia (2019) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah. Namun pernyataan ini tidak mendukung hasil penelitian Fahrudin (2019) yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang rendah antara religiusitas dengan keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

Religiusitas merupakan istilah yang menggambarkan tentang sejauh mana seseorang menghayati dan mengamalkan ajaran agama dalam kehidupannya sehari-hari yang mencakup berbagai aspek seperti kepercayaan, praktik agama, pengetahuan agama, dan dampak ajaran agama terhadap perilakunya. Tingkat religiusitas seseorang dapat ditentukan oleh tinggi rendahnya masing-masing aspek religius yang dimiliki oleh individu yang bersangkutan. Individu yang mempunyai tingkat religiusitas tinggi dapat dilihat dari tindakan, sikap dan perkataannya serta seluruh jalan hidupnya mengikuti aturan-aturan yang diajarkan oleh agama (Purwati dan Lestari, 2002).

Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat religiusitas dalam penelitian ini terdiri dari lima dimensi atau lima aspek yaitu (1) keyakinan, (2) praktik agama, (3) perasaan, (4) pengetahuan, dan (5) pengaruh. Berdasarkan hasil analisis terhadap persepsi responden diperoleh informasi bahwa rata-rata orang tua setuju terhadap

pernyataan yang mengukur indikator tersebut. Hal ini berarti bahwa program yang berkenaan dengan religiusitas di SMP Bukit Asam yang meliputi 1) penerapan kurikulum yang mengintegrasikan program keagamaan, 2) pelaksanaan kegiatan keagamaan secara rutin dan konsisten, 3) upaya menumbuhkan kesadaran siswa untuk beribadah, 4) program peningkatan pemahaman terhadap agama yang dianut, serta 5) program peningkatan karakter dan akhlak terpuji siswa, merupakan faktor yang mempengaruhi orang tua siswa dalam memilih SMP Bukit Asam.

Meskipun rata-rata responden menyatakan setuju terhadap indikator yang mengukur religiusitas tersebut, namun jika ditelaah lebih lanjut responden menyatakan netral terhadap indikator praktik agama dan indikator pengetahuan agama. Pernyataan ini bisa dimaknai bahwa program-program yang bersifat keagamaan yang selama ini diterapkan dampaknya belum begitu dirasakan oleh orang tua siswa terutama jika dilihat dari praktik agama dan tingkat pemahaman siswa terhadap agamanya. Pernyataan ini bisa jadi karena orang tua siswa belum merasakan konsistensi anaknya dalam menjalankan ibadah saat berada di rumah atau di luar sekolah meski pada dasarnya saat mereka berada di sekolah telah mengikuti aktifitas ibadah dengan baik. Hal ini juga bisa dimaknai bahwa orang tua siswa berharap kepada pihak sekolah untuk melakukan upaya yang lebih baik lagi agar

tingkat pengetahuan dan ketaatan siswa dalam menjalankan ibadah semakin meningkat.

c. Pengaruh Fasilitas Sekolah terhadap Keputusan Memilih Sekolah

Berdasarkan hasil analisis tentang pengaruh fasilitas sekolah terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Ini berarti bahwa semakin baik fasilitas yang disediakan sekolah maka semakin besar kemungkinan orang tua akan memilih sekolah tersebut untuk anak-anaknya. Orang tua cenderung memilih sekolah yang dapat memberikan lingkungan belajar yang nyaman dan aman bagi anak-anak mereka. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Prastika, dkk (2022), bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan rasional orang tua dalam memilih sekolah untuk anaknya adalah sarana prasarana atau fasilitas sekolah. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ervina I, dkk (2019), Suryadi dan Silfia (2019), Anita, dkk (2023), serta penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Margono (2023) yang menyatakan bahwa fasilitas sekolah berpengaruh positif terhadap keputusan memilih sekolah.

Fasilitas sekolah merupakan sarana prasarana yang disediakan oleh sekolah untuk mendukung proses belajar dalam rangka mencapai tujuan pendidikan. Menurut Daradjat dan Sam (2008) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Jadi fasilitas sekolah merupakan segala sesuatu yang dipakai untuk memperlancar proses pembelajaran di sekolah dalam rangka mencapai tujuan atau visi misi satuan pendidikan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel fasilitas sekolah dalam penelitian ini meliputi: 1) lahan, 2) bangunan, 3) perabot dan 4) perlengkapan. Berdasarkan data distribusi persepsi responden terhadap fasilitas sekolah, diperoleh informasi bahwa rata-rata responden

menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel fasilitas sekolah tersebut.

Apabila ditelaah lebih lanjut, meski rata-rata pernyataan responden terhadap keempat indikator tersebut setuju, namun responden memberikan penilaian terbaik pada indikator lahan, dimana rata-rata menyatakan sangat setuju bahwa SMP Bukit Asam memiliki letak yang strategis, mudah di-jangkau oleh kendaraan, serta jauh dari keramaian dan tempat-tempat yang memberi pengaruh negatif. Sedangkan pada indikator lainnya rata-rata re-sponden menyatakan setuju. Pada indikator bangunan responden setuju bahwa: 1) bangunan di SMP Bukit Asam aman dan memenuhi syarat kesehatan, 2) ruang kelas nyaman dengan adanya pencahayaan yang cukup, 3) sirkulasi udara lancar, penggunaan warna cocok, dan tersedia pendingin ruangan, 4) terdapat wc dengan jumlah yang memadai dan ketersediaan air bersih mencukupi, 5) terdapat ruang penunjang lainnya.

Responden juga menyatakan setuju terhadap komponen yang mengukur indikator perabot yaitu; 1) meja, kursi dan kebutuhan ruangan lainnya yang ada di SMP Bukit Asam dalam keadaan baik, relative kuat, ringan dan membuat nyaman, 2) tersedia fasilitas teknologi digital di setiap ruang un-tuk mendukung proses pembelajaran interaktif. Pernyataan yang sama disampaikan oleh responden terhadap komponen yang mengukur indikator perlengkapan yang menyatakan bahwa di SMP Bukit Asam tersedia perlengkapan untuk mendukung proses pembelajaran dalam jumlah dan jenis yang memadai serta tersedia jaringan internet untuk mendukung proses pembelajaran berbasis digital.

d. Pengaruh Brand Image, Religiusitas dan Fasilitas Sekolah terhadap Keputusan Memilih Sekolah

Berdasarkan hasil uji tentang pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat diketahui nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel. Hal ini berarti bahwa “brand image, religiusitas, dan fasilitas sekolah secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah. Pada sisi lain, jika dilihat dari data distribusi frekuensi persepsi responden terhadap keputusan memilih sekolah diperoleh informasi bahwa rata-rata responden netral terhadap pernyataan yang mengukur indikator keputusan memilih sekolah.

Penelitian ini menggunakan empat indikator untuk mengukur variabel keputusan memilih sekolah yaitu: 1) Memutuskan memilih setelah mengetahui informasi produk, 2) Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, 3) Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, 4) Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain. Artinya, rata-rata responden menyatakan netral terhadap pernyataan yang mengukur keempat indikator tersebut dengan nilai rata-rata tertinggi pada indikator ke empat yaitu pernyataan bahwa orang tua siswa membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain. Rata-rata terendah ada pada indikator nomor satu yaitu memilih setelah mengetahui produk.

Pernyataan netral terhadap semua indikator ini menunjukkan bahwa responden tidak memiliki pendapat yang kuat terhadap pernyataan-pernyataan yang disampaikan dan mungkin memiliki pertimbangan yang lain dalam proses pengambilan keputusan,

yang dalam hal ini keputusan memilih SMP Bukit Asam. Responden yang netral terhadap pernyataan “memutuskan memilih setelah mengetahui informasi produk” mungkin mereka merasa bahwa informasi produk adalah faktor yang penting, namun hal itu bukan merupakan faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan. Sedangkan responden yang menyatakan netral terhadap pernyataan “memutuskan membeli karena merek yang paling disukai” mungkin mereka tidak terlalu setia pada satu merek tertentu dan terbuka untuk mencoba merek lain atau tidak selalu membeli pada satu merek tertentu.

Bagi responden yang menyatakan netral terhadap pernyataan “Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai ”menunjukkan bahwa responden tidak terlalu terikat pada satu merek tertentu dan akan mempertimbangkan merek lain yang menawarkan sesuatu yang dirasa lebih baik. Sedangkan responden yang menyatakan netral terhadap pernyataan “Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain”, mungkin re-sponden tidak terlalu terpengaruh oleh rekomendasi dari orang lain. Mereka mungkin lebih mengandalkan penilaian pribadi, mencari informasi dari berbagai sumber secara mandiri atau berdasarkan pengalaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan yaitu *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan orang tua siswa dalam memilih SMP Bukit Asam, di mana pengaruh tersebut bersifat positif dan signifikan. Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan orang tua siswa dalam memilih SMP Bukit Asam, di mana pengaruh tersebut bersifat positif dan signifikan. Fasilitas Sekolah berpengaruh terhadap keputusan orang tua siswa dalam memilih SMP Bukit Asam, di mana pengaruh tersebut bersifat positif dan signifikan. Brand Image, Religiusitas, dan Fasilitas Sekolah secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua dalam memilih SMP Bukit Asam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah, Djam'an Satori, 2011, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta.
- Abdul Hakim, Atang dan Mubarak Jaih. 2009. Metodologi Studi Islam. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Abdul Wahib. 2015. “Konsep Orang Tua Dalam Membangun Kepribadian Anak”, Jurnal Paradigma, Vol. 2, No. 1.
- Anang, Firmansyah. 2019. Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama. Jawa Timur: Qiara Media.
- Ancok, D. & K. Suroso. 2008. Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anita, Fonna., Konadi Win., dan Rudi July Saputr. 2023. “Analisis Faktor Program Promosi, Lokasi Sekolah dan Sarana Prasarana Pendidikan terhadap Min-at Peserta Didik Baru (Studi Kasus SMP Gugus Inti 1 Kecamatan Peudada Kabupaten Bireuen)”. Vol 1 No 2 (2023): peusangan, Desember 2023. <http://journal.umuslim.ac.id/index.php/psg/article/view/2429>.
- Arianto, Sam. 2008. Pengertian Fasilitas Belajar dan Jenisnya. <http://sobatbaru.blogspot.com/2014/10/pengertian.fasilitas.belajar.htm>.
- Arikunto, Suharsimi. 2009. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

- Arroba, T. 1998. Decision Making by Chinese-US. *Journal of Social Psychology*. 38. 102-116.
- Azwar, Saifuddin. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bafadal, Ibrahim. 2004. *Manajemen Perlengkapan Sekolah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Bailey, S., & Milligan, A. (2022). *On Branding : Dampak Digital Terhadap Merek*. Jakarta: Buhana Ilmu Populer.
- Bhuono, Agung Nugroho, 2005. *Strategi jitu memilih metode statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Abdi.
- Bimo Walgito. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Buchory, Herry Achmad., Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cv. Linda Karya.
- Dahlia, Rahmadhani. 2023. *Peran Citra Sekolah dalam Memotivasi Orang Tua Memasukkan Anaknya ke Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru*. Tesis
- Damanik, Arya Pradana., Susy Alestriani Sibagariang., Lasma Siagian. 2022. "Pengaruh Brand Image dan Minat terhadap Keputusan Siswa Sekolah di SMP Negeri 2 Jawa Maraja Bah Jambi". *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* Vol. 3, 3 (December, 2022), pp. 549-554 ISSN: 2721-1150 EISSN: 2721-1169.
- Danim, Sudarwan. 2020. *Kepemimpinan Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Daradjat, Zakiyah. 2000. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Darmawan, D. 2014. *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda-karya Offset.
- Daulay, Sholihatul Hamidah., dkk. 2022. *Pengaruh Fasilitas Sekolah terhadap Kemampuan dan Motivasi Belajar Siswa*. *Jurnal Ilmu Pendidikan* Volume 4 No-mor 3.
- Dea Fitriyana, 2022. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Negeri Untuk Anak Di Kelurahan Bukit Cermin, Kecamatan Tanjungpinang Barat, Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau*. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/issue/view/36>.
- Dominikus Dolet Unaradjan. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Uni-versitas Katolik Indonesia Atma Jaya,
- E, Mulyasa. 2004. *Manajemen Berbasis Sekolah*, Bandung: PT Remaja Rosda-karya, Cet. VII.
- Engel, J.F, Blackwell dan Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Ji-lid II. Jakarta: Binaputra.
- Enjina., Samsuddin., Fitri Kurniasari. 2019. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Orangtua Memilih Jasa Pendidikan di Sekolah Dasar Amkur Bengka-yang". *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*.
- Eva, E. & Widya, P. R. 2021. *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa Baru Di Institut Shanti Bhuana*. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi: UNIMMA*.
- Fauzan, Risqi Rachmadi., dkk. 2023. "Pengaruh Media Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Menengah Atas dengan Digital Marketing sebagai Variabel Intervening". *Indonesian Journal of Innovation Studies* Vol. 21 (2023): January DOI: 10.21070/ijins.v21i.750 . Article type: (Innovation in Computer Science).
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Pengaruh Brand Image, Religiusitas, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Orang Tua
Menyekolahkan Putranya Di Smp Bukit Asam, Lawang Kidul Muara Enim Sumatera
Selatan

- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gie, The Liang. 2002. Cara Belajar yang Efisien. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
Press.
- Glock & Stark . 1969. Religion and society intension. California: Rand Mc Nally
Company.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)