



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak dengan Citra Sekolah sebagai Mediator di SMK Gema Karya Bahana

Febby Febriyani*, Umbas Krisnanto

Institut Keuangan Perbankan Dan Informatika Asia, Indonesia

Email: febbyfebriyaniff@gmail.com*, perbanas.umbas@gmail.com

Keywords :	Abstract
<i>Service Quality; Word of Mouth; School Image; School Choice.</i>	<i>Increasing competition among educational institutions requires schools to improve service quality, foster positive communication, and strengthen school image to attract public interest. This study aims to analyze the effect of service quality and word of mouth on parents' decisions in choosing a school for their children, with school image acting as a mediating variable at SMK Gema Karya Bahana. The study is grounded in Service Marketing Theory and marketing communication concepts, which emphasize the role of service quality, word of mouth, and institutional image in influencing consumer behavior in educational services. This research employed a quantitative approach using a survey method involving parents of students at SMK Gema Karya Bahana. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS software. The results indicate that service quality and word of mouth do not have a significant direct effect on parents' school choice decisions. However, school image has a positive and significant effect on school choice decisions. Service quality and word of mouth also have positive and significant effects on school image. Furthermore, school image significantly mediates the relationship between service quality and parents' decisions, as well as between word of mouth and parents' decisions. These findings demonstrate that school image is a key factor in strengthening the influence of service quality and positive communication on parents' decisions when selecting a school.</i>
Kata Kunci:	Abstrak
Kualitas Pelayanan; <i>Word of Mouth</i> ; Citra Sekolah; Keputusan Memilih Sekolah.	Persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan menuntut sekolah untuk meningkatkan kualitas pelayanan, membangun komunikasi positif, dan memperkuat citra sekolah guna menarik minat masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan orang tua memilih sekolah anak dengan citra sekolah sebagai variabel mediasi di SMK Gema Karya Bahana. Penelitian ini didasarkan pada teori pemasaran jasa (<i>Service Marketing Theory</i>) dan konsep komunikasi pemasaran yang menekankan pentingnya kualitas layanan, <i>word of mouth</i> , serta citra institusi dalam memengaruhi perilaku konsumen jasa pendidikan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap orang tua siswa SMK Gema Karya Bahana. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan <i>Structural Equation Modeling–Partial Least Squares</i> (SEM-PLS) dengan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan <i>word of mouth</i> tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap keputusan orang tua memilih sekolah. Sebaliknya, citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah. Kualitas pelayanan dan <i>word of mouth</i> juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra sekolah. Selain itu, citra sekolah mampu memediasi secara signifikan pengaruh kualitas pelayanan dan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan orang tua memilih sekolah. Temuan ini menunjukkan bahwa citra sekolah merupakan

PENDAHULUAN

Di Indonesia, peran WOM dalam pemilihan sekolah semakin menguat seiring dengan berkembangnya komunitas orang tua, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Percakapan informal mengenai kualitas sekolah, prestasi lulusan, serta pengalaman layanan sering kali memengaruhi persepsi kolektif masyarakat. Kondisi ini menjadikan WOM sebagai variabel penting dalam studi manajemen pemasaran pendidikan. Namun, menurut penelitian Sari dan Nugroho (2023) pengaruh WOM tidak selalu bersifat langsung, melainkan sering dimediasi oleh faktor lain seperti citra sekolah.

Citra sekolah merupakan representasi persepsi, keyakinan, dan kesan yang terbentuk dalam benak masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan. Citra yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan memperkuat daya tarik sekolah di mata orang tua. Sebaliknya, citra negatif akan melemahkan efektivitas kualitas pelayanan dan WOM yang telah dibangun. Oleh karena itu, citra sekolah sering diposisikan sebagai variabel strategis dalam model keputusan konsumen jasa pendidikan (Nguyen et al., 2020).

Dalam konteks SMK, citra sekolah tidak hanya ditentukan oleh aspek akademik, tetapi juga oleh keterkaitan dengan dunia usaha dan dunia industri, tingkat serapan lulusan, serta reputasi sekolah di lingkungan sosial. Orang tua cenderung mempertimbangkan citra sekolah sebagai indikator jangka panjang terhadap masa depan anak. Hal ini menunjukkan bahwa citra sekolah memiliki peran mediasi yang potensial antara stimulus pemasaran dan keputusan memilih (Alves & Raposo, 2021).

Fenomena empiris menunjukkan bahwa jumlah pendaftar SMK di beberapa wilayah mengalami fluktuasi dalam lima tahun terakhir. Data Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menunjukkan adanya penurunan minat pada beberapa SMK swasta akibat persepsi kualitas layanan dan citra yang kurang kompetitif (Kemendikbudristek, 2023). Kondisi ini mengindikasikan perlunya kajian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan orang tua.

Melihat keadaan saat ini dapat dilihat bahwa dalam dunia pendidikan juga terdapat persaingan tergantung dari jumlah lembaga pendidikan yang didirikan, dan hal ini tidak jauh berbeda dengan dunia usaha, yang berarti pendidikan secara bertahap beralih ke mekanisme pasar untuk melakukan memasarkan produk yang berkualitas (Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., & Ringle, 2023). Persaingan yang ketat antar lembaga pendidikan menuntut mereka untuk kreatif dan inovatif dalam mengeksplorasi keunikan dan keunggulannya agar tetap diminati dan dicari oleh pelanggan pendidikannya. Dalam beberapa kasus, terdapat kesulitan bagi pelanggan untuk membedakan institusi pendidikan. Sehingga sebagai Lembaga Pendidikan perlu menerapkan program unik yang diminta oleh pelanggan pendidikan. Pelanggan dapat melihat apakah program-program Lembaga pendidikan yang ada terus dilaksanakan dan dapat memberikan nilai tambah bagi Lembaga Pendidikan tersebut (Rosalina, 2022).

Hal ini dapat ditunjukkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Bekasi yang memiliki data salah satunya yaitu jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan pada tahun 2024 terdapat 128 sekolah yang tersebar di 8 Kecamatan terdiri dari Kecamatan Pondokgede, Kecamatan Jatisampurna, Kecamatan Pondok Melati, Kecamatan Jatiasih, Kecamatan Bantargebang, Kecamatan Mustikajaya, Kecamatan Bekasi Timur, Kecamatan Rawalumbu, Kecamatan Bekasi Selatan, Kecamatan Bekasi Barat, Kecamatan Medansatria, dan Kecamatan Bekasi Utara. Khususnya di Kecamatan Bekasi Selatan telah memberikan kontribusi data sekolah swasta sejumlah 9 sekolah, salah satunya yaitu SMK Gema Karya Bahana Kota Bekasi (Badan Pusat Statistik, 2024).

Pada dasarnya data sekolah swasta yang berada di SMK Gema Karya Bahana telah menyumbang jumlah siswa di dalamnya. Berikut di bawah ini data siswa SMK Gema Karya Bahana.

Pada Tahun Pelajaran 2022-2023 sejumlah 722 siswa, Tahun Pelajaran 2023-2024 sejumlah 703, Tahun Pelajaran 2024-2025 sejumlah 649 siswa, hal ini dapat diartikan bahwa adanya penurunan jumlah siswa dari 3 tahun terakhir sejumlah 73 siswa. (Data Tata Usaha SMK Gema Karya Bahana, 2025).

SMK Gema Karya Bahana sebagai objek penelitian berada dalam lingkungan persaingan yang dinamis dengan sekolah sejenis di wilayahnya. Meskipun memiliki program keahlian yang relevan dengan kebutuhan industri, sekolah tetap menghadapi tantangan dalam menarik minat orang tua siswa. Informasi awal menunjukkan bahwa persepsi layanan dan rekomendasi dari orang tua lain menjadi pertimbangan utama dalam proses pemilihan sekolah. Fenomena ini menunjukkan relevansi empiris penelitian pada lokasi tersebut (Dokumen Internal Sekolah, 2024).

Beberapa laporan survei pendidikan periode 2020–2025 menunjukkan bahwa kepuasan orang tua terhadap layanan sekolah berkorelasi positif dengan keputusan memilih dan merekomendasikan sekolah. Survei nasional oleh Pusat Penelitian Pendidikan (2022) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dan citra lembaga menjadi dua faktor dominan dalam preferensi orang tua terhadap SMK. Data ini memperkuat urgensi pengujian hubungan antarvariabel dalam konteks empiris tertentu.

Secara teoretis, penelitian ini berlandaskan pada teori pemasaran jasa (*service marketing theory*) yang menekankan pentingnya kualitas layanan dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen. Model *servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman et al., (2020) masih relevan digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan pendidikan. Teori ini menjelaskan bahwa persepsi layanan memengaruhi sikap dan perilaku konsumen secara signifikan.

Selain itu, teori komunikasi pemasaran menjelaskan bahwa WOM merupakan bentuk komunikasi interpersonal yang memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku konsumen. WOM dipandang sebagai hasil evaluasi pengalaman layanan yang kemudian dibagikan kepada pihak lain. Dalam konteks pendidikan, WOM sering kali menjadi referensi utama karena tingginya risiko dan keterlibatan emosional dalam keputusan memilih sekolah (Kotler dan Keller, 2021).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih sekolah. Studi oleh Rahman et al. (2021) pada lembaga pendidikan menengah menemukan bahwa layanan akademik dan nonakademik berkontribusi signifikan terhadap keputusan orang tua. Temuan ini menunjukkan konsistensi hubungan antara kualitas pelayanan dan perilaku konsumen pendidikan.

Penelitian lain mengungkapkan bahwa WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Studi oleh Putri dan Hidayat (2022) menunjukkan bahwa rekomendasi orang tua lain meningkatkan kepercayaan dan minat terhadap sekolah. Namun, pengaruh tersebut sering kali diperkuat oleh citra institusi.

Citra sekolah sebagai variabel mediasi telah banyak diuji dalam penelitian pemasaran pendidikan internasional. Nguyen et al. (2020) menemukan bahwa citra institusi memediasi hubungan antara kualitas layanan dan keputusan mahasiswa. Temuan serupa juga ditemukan dalam konteks pendidikan menengah, meskipun masih terbatas pada sekolah umum.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada pendidikan tinggi atau sekolah umum, bukan SMK. Hal ini menunjukkan adanya context gap dalam kajian pemasaran jasa pendidikan. Karakteristik SMK yang berorientasi pada kesiapan kerja memerlukan pendekatan penelitian yang lebih spesifik. Selain context gap, terdapat pula method gap karena sebagian penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif atau deskriptif. Penelitian kuantitatif dengan model mediasi masih relatif terbatas, khususnya yang

melibatkan variabel WOM dan citra sekolah secara simultan. Kondisi ini membuka peluang penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang lebih komprehensif.

Dari sisi pengukuran, terdapat *measurement gap* terkait indikator WOM dan citra sekolah dalam konteks orang tua siswa SMK. Banyak penelitian mengadopsi indikator dari konteks pendidikan tinggi tanpa penyesuaian. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengukur variabel berdasarkan persepsi orang tua secara kontekstual. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan, WOM, citra sekolah, dan keputusan orang tua masih memerlukan pengujian empiris lebih lanjut. Terutama, peran citra sekolah sebagai variabel mediasi perlu diuji secara kuantitatif untuk memperoleh bukti yang lebih kuat.

Urgensi penelitian ini juga didorong oleh kebutuhan praktis sekolah dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan manajerial dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengelolaan reputasi sekolah. Oleh karena itu, peneliti tertarik dengan manajemen pemasaran jasa Pendidikan yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak dengan Citra Sekolah sebagai Mediator di SMK Gema Karya Bahana”.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka dibentuk rumusan masalah sebagai berikut: 1) Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak di SMK Gema Karya Bahana? 2) Apakah ada pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak di SMK Gema Karya Bahana? 3) Apakah ada pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak di SMK Gema Karya Bahana? 4) Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Sekolah di SMK Gema Karya Bahana? 5) Apakah ada pengaruh *Word of Mouth* terhadap Citra Sekolah di SMK Gema Karya Bahana? 6) Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak dengan Citra Sekolah sebagai Mediator di SMK Gema Karya Bahana? 7) Apakah ada pengaruh *Worth of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak dengan Citra Sekolah sebagai Mediator di SMK Gema Karya Bahana?

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak di SMK Gema Karya Bahana. 2) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak di SMK Gema Karya Bahana. 3) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak di SMK Gema Karya Bahana. 4) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Sekolah di SMK Gema Karya Bahana. 5) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Word of Mouth* terhadap Citra Sekolah di SMK Gema Karya Bahana. 6) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak dengan Citra Sekolah sebagai Mediator di SMK Gema Karya Bahana. 7) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Anak dengan Citra Sekolah sebagai Mediator di SMK Gema Karya Bahana.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas (*causal research*). Pendekatan kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel secara empiris melalui pengujian hipotesis yang terstruktur (Sugiyono, 2022). Desain kausalitas digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* (WOM), terhadap variabel dependen Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah, dengan Citra Sekolah sebagai variabel mediator.

Menurut Creswell dan Creswell (2018), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan sistematis yang menggunakan data numerik dan prosedur statistik untuk menguji teori dan

hipotesis. Dalam konteks penelitian pemasaran jasa pendidikan, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antarvariabel secara objektif dan terukur.

Penelitian ini bersifat *cross-sectional*, di mana data dikumpulkan pada satu titik waktu tertentu dari responden yang merupakan orang tua siswa SMK Gema Karya Bahana. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner terstruktur dengan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

Penggunaan SEM-PLS dipandang tepat karena metode ini mampu mengestimasi model yang kompleks dengan variabel laten dan indikator reflektif secara bersamaan, termasuk pengujian efek mediasi (Hair et al., 2019). Selain itu, PLS-SEM tidak mensyaratkan asumsi normalitas distribusi data, sehingga cocok digunakan pada penelitian pemasaran dengan ukuran sampel yang relatif moderat (Ringle et al., 2019).

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah orang tua atau wali murid yang memiliki anak yang terdaftar sebagai siswa aktif di SMK Gema Karya Bahana Kota Bekasi pada tahun pelajaran 2024/2025. Unit analisis ini dipilih karena orang tua merupakan pengambil keputusan utama dalam proses pemilihan sekolah, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2021) bahwa pemilihan sekolah adalah keputusan pembelian jasa yang bersifat high involvement dan dilakukan oleh orang tua sebagai konsumen jasa pendidikan.

Pemilihan orang tua siswa sebagai unit analisis juga sejalan dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan sekolah dan *word of mouth* yang orang tua terima atau sampaikan, serta penilaian mereka terhadap citra sekolah dalam kaitannya dengan keputusan memilih SMK Gema Karya Bahana. Dengan demikian, setiap orang tua atau wali murid yang menjadi responden merupakan satu unit pengamatan dalam penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua atau wali murid siswa aktif SMK Gema Karya Bahana Kota Bekasi pada tahun pelajaran 2024/2025.

Berdasarkan data Tata Usaha SMK Gema Karya Bahana (2025), jumlah siswa aktif pada tahun pelajaran 2024/2025 adalah sebanyak 649 siswa. Dengan asumsi bahwa setiap siswa memiliki satu orang tua atau wali yang menjadi pengambil keputusan dalam pemilihan sekolah, maka total populasi penelitian ini adalah 649 orang tua atau wali murid.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2022). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022). Kriteria sampel yang ditetapkan adalah orang tua atau wali murid yang: (1) memiliki anak yang terdaftar dan aktif di SMK Gema Karya Bahana tahun pelajaran 2024/2025, (2) terlibat langsung dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah, dan (3) bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Penentuan ukuran sampel mengacu pada aturan umum dalam PLS-SEM yang dikemukakan oleh Hair et al. (2019), yaitu ukuran sampel minimal sebesar 10 kali jumlah indikator maksimum yang mengarah pada satu konstruk. Mengingat konstruk dengan indikator terbanyak dalam penelitian ini memiliki 5 indikator, maka ukuran sampel minimal adalah 50 responden. Namun, untuk meningkatkan representativitas dan kekuatan statistik, penelitian ini menggunakan formula Slovin sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N.e^2)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (649)

e = tingkat kesalahan yang ditoleransi ($10\% = 0,1$).

Berdasarkan perhitungan dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh:

$$n = 649 / (1 + 649 \times 0,01) = 649 / 7,49 \approx 87 \text{ responden}$$

Dengan demikian, jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 87 orang tua atau wali murid. Untuk mengantisipasi kemungkinan data yang tidak valid atau tidak lengkap, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya, yaitu orang tua atau wali murid SMK Gema Karya Bahana (Sekaran & Bougie, 2019). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada responden. Kuesioner memuat pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan empat variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan, *word of mouth*, citra sekolah, dan keputusan orang tua memilih sekolah.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya dan bukan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti (Sugiyono, 2022). Data sekunder dalam penelitian ini meliputi: data jumlah siswa SMK Gema Karya Bahana dari Tata Usaha sekolah, data statistik pendidikan dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bekasi, laporan Kemendikbudristek, serta kajian literatur dari jurnal ilmiah dan buku teks yang relevan dengan topik penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2022). Kuesioner dipilih karena mampu mengumpulkan data dari sejumlah besar responden secara efisien dan dalam waktu yang relatif singkat.

Instrumen pengukuran menggunakan skala Likert dengan lima poin, di mana angka 1 menunjukkan Sangat Tidak Setuju (STS), angka 2 menunjukkan Tidak Setuju (TS), angka 3 menunjukkan Netral (N), angka 4 menunjukkan Setuju (S), dan angka 5 menunjukkan Sangat Setuju (SS). Skala Likert dipilih karena dinilai mampu menangkap intensitas sikap dan persepsi responden secara lebih terdiferensiasi (Sekaran & Bougie, 2019).

Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada orang tua atau wali murid SMK Gema Karya Bahana, baik pada saat acara pertemuan orang tua, pengambilan rapor, maupun secara langsung di lingkungan sekolah. Selain itu, kuesioner juga dapat disebarkan secara daring menggunakan platform Google Forms untuk menjangkau responden yang tidak dapat hadir secara langsung.

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen untuk memastikan bahwa kuesioner tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan menghasilkan data yang konsisten. Uji coba instrumen dilakukan kepada 30 orang responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Metode PLS-SEM dipilih atas dasar beberapa pertimbangan. Pertama, PLS-SEM mampu mengestimasi model yang kompleks yang melibatkan variabel laten dengan banyak indikator secara simultan (Hair et al., 2019). Kedua, PLS-SEM tidak memerlukan asumsi distribusi data yang normal,

sehingga lebih fleksibel digunakan dalam penelitian ilmu sosial dan manajemen (Ringle et al., 2019). Ketiga, PLS-SEM sangat cocok untuk pengujian model mediasi yang menjadi salah satu fokus utama penelitian ini (Hair et al., 2019).

SEM-PLS merupakan metode yang menggabungkan analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis/CFA*) dan analisis jalur (*path analysis*) dalam satu kerangka analisis yang komprehensif (Ghozali dan Latan, 2020). Dengan demikian, metode ini memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel laten (konstruk) dan indikatornya secara bersamaan dengan pengujian hubungan antarkonstruk dalam model struktural.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai keseluruhan data jawaban kuesioner yang telah diperoleh dari responden. Data jawaban yang terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan nilai rata-rata skor tanggapan responden sesuai dengan kriteria penilaian yang telah ditetapkan. Setiap jawaban responden dinilai menggunakan skala Likert. Adapun kriteria penilaian yang digunakan adalah sebagai berikut.

Tabel 1, Skala Likert

Jawaban	Nilai (+)
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2020)

Berdasarkan hasil perhitungan, pada tabel disajikan klasifikasi kategori penilaian terhadap nilai rata-rata hitung sebagai berikut:

Tabel 2, Kategori Penilaian Statistik Deskriptif

Nilai Rata-Rata Hitung	Kategori Penilaian
$\geq 1,00$ dan $\leq 2,00$	Tidak Baik/ Sangat Rendah
$> 2,00$ dan $\leq 3,00$	Kurang Baik/ Rendah
$> 3,00$ dan $\leq 4,00$	Cukup
$> 4,00$ dan $\leq 5,00$	Baik/ Tinggi
$> 5,00$ dan $\leq 6,00$	Sangat Baik/ Sangat Tinggi

Sumber: (Sugiyono, 2020)

Untuk mengetahui pendapat responden terhadap masing-masing variabel dalam penelitian ini, maka dilakukan analisis deskriptif dengan melihat nilai rata-rata dari hasil tanggapan responden terhadap setiap pernyataan penelitian:

Tabel 3 menjelaskan persepsi responden mengenai kualitas pelayanan (X1). Tabel tersebut memuat beberapa pernyataan yang telah dijawab oleh 100 responden yang merupakan orang tua murid SMK Gema Karya Bahana. Berikut ini merupakan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan.

Tabel 3, Persepsi Responden Tentang Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Rata- rata
1	Pihak sekolah memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.	-	1	14	74	11	3.95
2	Informasi yang diberikan sekolah kepada orang tua selalu akurat dan jelas.	-	1	17	69	13	3.94
3	Pihak sekolah cepat merespons kebutuhan dan pertanyaan orang tua.	-	1	20	61	18	3.96
4	Staf sekolah sigap membantu ketika orang tua membutuhkan informasi.	-	-	20	65	15	3.95
5	Guru dan staf sekolah memberikan rasa aman dan percaya kepada orang tua.	-	-	17	61	22	4.05
6	Guru dan staf sekolah memiliki kemampuan yang baik dalam melayani orang tua dan siswa.	-	-	22	63	15	3.93
7	Pihak sekolah memberikan perhatian kepada kebutuhan setiap siswa.	-	-	16	70	14	3.98
8	Pihak sekolah menjalin komunikasi yang baik dengan orang tua siswa.	-	-	16	74	10	3.94
9	Fasilitas sekolah terlihat lengkap dan memadai.	-	-	21	66	13	3.92
10	Lingkungan sekolah terlihat bersih, rapi, dan nyaman.	-	-	23	64	13	3.90
Total							3.95

Sumber: Data primer yang telah diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 3 mengenai persepsi responden terhadap variabel kualitas pelayanan, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel secara keseluruhan sebesar 3,95 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah. Berdasarkan masing-masing indikator, skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Guru dan staf sekolah memberikan rasa aman dan percaya kepada orang tua” dengan nilai rata-rata sebesar 4,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa guru dan staf sekolah mampu memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada orang tua murid. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Lingkungan sekolah terlihat bersih, rapi, dan nyaman” dengan nilai rata-rata sebesar 3,90. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan memperoleh penilaian baik dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa pihak sekolah dinilai mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan orang tua, memberikan informasi yang jelas, responsif terhadap kebutuhan orang tua, menjalin komunikasi yang baik, serta menyediakan fasilitas dan lingkungan sekolah yang memadai.

Kemudian, Tabel 4 menjelaskan persepsi responden tentang *Word of Mouth*. Tabel ini menjelaskan 6 pernyataan yang dijawab oleh responden sebanyak 100 orang tua murid. Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai *Word of Mouth*.

Tabel 4. Persepsi Responden Tentang *Word of Mouth*

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Rata- rata
1	Saya bersedia merekomendasikan SMK Gema Karya Bahana kepada orang lain.	-	-	14	62	24	4.10
2	Saya mendorong orang lain untuk memilih SMK Gema Karya Bahana.	-	-	19	67	14	3.95
3	Saya sering mendengar pembicaraan positif tentang SMK Gema Karya Bahana.	-	-	22	60	18	3.96
4	Saya sering membicarakan SMK Gema Karya Bahana dengan orang lain.	-	-	17	67	16	3.99
5	Saya bersedia menyampaikan pengalaman saya tentang SMK Gema Karya Bahana secara sukarela.	-	-	23	56	21	3.98
6	Saya menyampaikan pendapat positif tentang SMK Gema Karya Bahana kepada orang lain.	-	1	14	67	18	4.02
Total							4.00

Sumber: Data primer yang telah diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4 mengenai persepsi responden terhadap variabel *word of mouth*, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel secara keseluruhan sebesar 4,00 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang positif terhadap penyebaran informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) mengenai sekolah. Berdasarkan masing-masing indikator, skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya bersedia merekomendasikan SMK Gema Karya Bahana kepada orang lain” dengan nilai rata-rata sebesar 4,10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden bersedia memberikan rekomendasi positif mengenai sekolah kepada orang lain. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya mendorong orang lain untuk memilih SMK Gema Karya Bahana” dengan nilai rata-rata sebesar 3,95. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel *word of mouth* memperoleh penilaian baik dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid cenderung memiliki pengalaman dan pandangan positif terhadap sekolah, sehingga bersedia merekomendasikan, membicarakan, serta menyampaikan pendapat positif mengenai sekolah kepada orang lain.

Kemudian, Tabel 5 menjelaskan persepsi responden tentang Citra Sekolah. Tabel ini menjelaskan 6 pernyataan yang dijawab oleh responden sebanyak 100 orang tua murid. Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai Citra Sekolah.

Tabel 5. Persepsi Responden Tentang Citra Sekolah

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Rata- rata
1	SMK Gema Karya Bahana dikenal sebagai sekolah yang berkualitas.	-	6	36	52	6	3.58
2	Saya memiliki kesan yang kuat terhadap reputasi SMK Gema Karya Bahana.	-	3	44	47	6	3.56
3	SMK Gema Karya Bahana memiliki reputasi akademik yang baik.	-	3	45	46	6	3.55
4	Lulusan SMK Gema Karya Bahana dianggap memiliki kualitas yang baik.	-	3	43	46	8	3.59
5	SMK Gema Karya Bahana memiliki program unggulan yang membedakannya dari sekolah lain.	-	2	41	54	3	3.58
6	SMK Gema Karya Bahana memiliki ciri khas yang mudah dikenali masyarakat.	-	2	41	54	3	3.58
Total							3.57

Sumber: Data primer yang telah diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 5 mengenai persepsi responden terhadap variabel citra sekolah, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel secara keseluruhan sebesar 3,57 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang cukup positif terhadap citra sekolah. Berdasarkan masing-masing indikator, skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Lulusan SMK Gema Karya Bahana dianggap memiliki kualitas yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,59. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai lulusan sekolah memiliki kualitas yang baik di masyarakat. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “SMK Gema Karya Bahana memiliki reputasi akademik yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,55. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel citra sekolah memperoleh penilaian baik dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa sekolah dipandang memiliki kualitas yang baik, reputasi yang cukup positif, program unggulan, serta ciri khas yang dapat dikenali oleh masyarakat.

Kemudian, Tabel 6 menjelaskan persepsi responden tentang Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah. Tabel ini menjelaskan 9 pernyataan yang dijawab oleh responden sebanyak 100 orang tua murid. Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah.

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel keputusan orang tua memilih sekolah, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel secara keseluruhan sebesar 3,85 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang positif terhadap keputusan mereka dalam memilih sekolah tersebut. Berdasarkan masing-masing indikator, skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya bersedia memenuhi proses administrasi dan biaya pendidikan di sekolah ini” dengan nilai rata-rata sebesar 3,92. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kesiapan dan komitmen untuk memenuhi kewajiban administrasi maupun biaya pendidikan di SMK Gema Karya Bahana. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Fasilitas sekolah mendukung perkembangan akademik dan keterampilan anak saya” dengan nilai rata-rata sebesar 3,78. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas sekolah dinilai cukup mendukung perkembangan akademik dan keterampilan siswa oleh para orang tua. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel keputusan orang tua memilih sekolah memperoleh penilaian baik dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan orang tua dalam memilih SMK Gema Karya Bahana didasarkan pada keyakinan terhadap kualitas sekolah, kesesuaian program pendidikan, serta kepuasan terhadap layanan dan fasilitas yang diberikan sekolah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah di SMK Gema Karya Bahana

Dalam analisis deskriptif ditemukan bahwa berdasarkan skor rata-rata, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 3,95 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pihak sekolah. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Guru dan staf sekolah memberikan rasa aman dan percaya kepada orang tua” dengan nilai rata-rata sebesar 4,05. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa pihak sekolah mampu memberikan rasa aman dan membangun kepercayaan kepada orang tua murid. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Lingkungan sekolah terlihat bersih, rapi, dan nyaman” dengan nilai rata-rata sebesar 3,90. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik yang menunjukkan bahwa responden tetap memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan sekolah secara keseluruhan. Dengan demikian,

seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan memperoleh penilaian baik dari responden, yang menunjukkan bahwa sekolah dinilai mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan orang tua.

Di sisi lain, hasil analisis deskriptif pada variabel keputusan orang tua memilih sekolah menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,85 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid memiliki keyakinan dan persepsi yang positif terhadap keputusan mereka dalam memilih SMK Gema Karya Bahana sebagai sekolah bagi anaknya. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya bersedia memenuhi proses administrasi dan biaya pendidikan di sekolah ini” dengan nilai rata-rata sebesar 3,92. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kesiapan dan komitmen untuk memenuhi kewajiban administrasi dan biaya pendidikan di sekolah tersebut. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Fasilitas sekolah mendukung perkembangan akademik dan keterampilan anak saya” dengan nilai rata-rata sebesar 3,78. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan dan keputusan memilih sekolah sama-sama memperoleh penilaian baik dari responden, kualitas pelayanan belum mampu secara langsung meningkatkan keputusan orang tua memilih sekolah. Hal ini memperlihatkan bahwa pelayanan yang baik belum tentu menjadi alasan utama orang tua dalam menentukan pilihan sekolah apabila belum didukung oleh citra sekolah yang kuat di masyarakat.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi, Fathorrahman, dan Pradiani (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan keyakinan orang tua terhadap kualitas sekolah sehingga mendorong keputusan memilih sekolah. Selain itu, Putri et al. (2024) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah karena pelayanan yang baik mencerminkan profesionalisme lembaga pendidikan. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks SMK Gema Karya Bahana, kualitas pelayanan belum menjadi faktor dominan dalam menentukan keputusan orang tua memilih sekolah. Hal tersebut kemungkinan disebabkan karena orang tua lebih mempertimbangkan citra sekolah dan reputasi sekolah dibandingkan pengalaman pelayanan yang dirasakan secara langsung.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SMK Gema Karya Bahana. Meskipun demikian, kualitas pelayanan tetap memiliki peran penting dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap sekolah. Pelayanan yang baik tetap diperlukan untuk meningkatkan kepuasan orang tua serta mendukung pembentukan citra sekolah yang positif. Oleh karena itu, pihak sekolah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten agar mampu memperkuat citra sekolah di mata masyarakat. Dengan terbentuknya citra sekolah yang baik, maka kualitas pelayanan akan lebih mampu memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

Pengaruh *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah di SMK Gema Karya Bahana

Dalam analisis deskriptif ditemukan bahwa berdasarkan skor rata-rata, variabel *word of mouth* memiliki nilai sebesar 4,00 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang positif terhadap komunikasi *word of mouth* mengenai sekolah. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya bersedia merekomendasikan SMK Gema Karya Bahana kepada orang lain” dengan nilai rata-rata sebesar 4,10. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden bersedia memberikan rekomendasi positif mengenai sekolah kepada masyarakat maupun orang tua lainnya. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat

pada pernyataan “Saya mendorong orang lain untuk memilih SMK Gema Karya Bahana” dengan nilai rata-rata sebesar 3,95. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel *word of mouth* memperoleh penilaian baik dari responden, yang menunjukkan bahwa orang tua memiliki kecenderungan untuk membicarakan serta merekomendasikan sekolah kepada orang lain.

Di sisi lain, hasil analisis deskriptif pada variabel keputusan orang tua memilih sekolah menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,85 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid memiliki keyakinan dan persepsi yang positif terhadap keputusan mereka dalam memilih SMK Gema Karya Bahana sebagai sekolah bagi anaknya. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya bersedia memenuhi proses administrasi dan biaya pendidikan di sekolah ini” dengan nilai rata-rata sebesar 3,92. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki komitmen terhadap keputusan memilih sekolah tersebut. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Fasilitas sekolah mendukung perkembangan akademik dan keterampilan anak saya” dengan nilai rata-rata sebesar 3,78. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun *word of mouth* dan keputusan memilih sekolah sama-sama memperoleh penilaian baik dari responden, *word of mouth* belum mampu secara langsung meningkatkan keputusan orang tua memilih sekolah.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti dan Cahyono (2024) yang menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa rekomendasi positif dari lingkungan sosial mampu meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap kualitas sekolah sehingga mendorong keputusan memilih sekolah. Selain itu, penelitian Pertiwi et al. (2024) juga menemukan bahwa *word of mouth* menjadi salah satu faktor dominan dalam keputusan orang tua memilih sekolah karena informasi yang diperoleh dari masyarakat dianggap lebih terpercaya. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks SMK Gema Karya Bahana, *word of mouth* belum menjadi faktor utama yang menentukan keputusan orang tua memilih sekolah. Hal tersebut kemungkinan disebabkan karena orang tua lebih mempertimbangkan citra sekolah, kualitas lulusan, dan reputasi sekolah dibandingkan rekomendasi informal yang diterima dari lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SMK Gema Karya Bahana. Meskipun demikian, *word of mouth* tetap memiliki peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap sekolah. Informasi positif yang disampaikan oleh orang tua maupun masyarakat tetap diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan dan memperluas reputasi sekolah di lingkungan sosial. Oleh karena itu, pihak sekolah perlu menjaga kualitas pendidikan dan hubungan baik dengan orang tua siswa agar tercipta komunikasi *word of mouth* yang positif di masyarakat. Dengan terbentuknya persepsi positif yang lebih kuat, maka *word of mouth* akan lebih mampu memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah di SMK Gema Karya Bahana

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra sekolah menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan orang tua memilih sekolah di SMK Gema Karya Bahana. Kondisi ini menunjukkan bahwa orang tua cenderung memilih sekolah yang memiliki reputasi baik dan dikenal positif di masyarakat. Hawkins dan Mothersbaugh (2021) menjelaskan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis, termasuk persepsi terhadap reputasi dan citra suatu institusi. Selain itu, Tjiptono (2020) menyatakan bahwa citra yang positif akan menciptakan rasa percaya dan keyakinan konsumen

terhadap kualitas jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, semakin baik citra sekolah yang terbentuk di masyarakat, maka semakin besar pula keyakinan orang tua dalam memilih sekolah tersebut sebagai tempat pendidikan anaknya.

Dalam analisis deskriptif ditemukan bahwa berdasarkan skor rata-rata, variabel citra sekolah memiliki nilai sebesar 3,57 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang cukup positif terhadap citra sekolah. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Lulusan SMK Gema Karya Bahana dianggap memiliki kualitas yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,59. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai lulusan sekolah memiliki kualitas yang baik dan mampu memberikan citra positif bagi sekolah di masyarakat. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “SMK Gema Karya Bahana memiliki reputasi akademik yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,55. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel citra sekolah memperoleh penilaian baik dari responden yang menunjukkan bahwa sekolah dipandang memiliki reputasi dan identitas yang cukup positif di masyarakat.

Di sisi lain, hasil analisis deskriptif pada variabel keputusan orang tua memilih sekolah menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,85 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua memiliki keyakinan yang cukup tinggi terhadap keputusan mereka dalam memilih SMK Gema Karya Bahana sebagai sekolah bagi anaknya. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya bersedia memenuhi proses administrasi dan biaya pendidikan di sekolah ini” dengan nilai rata-rata sebesar 3,92. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki komitmen terhadap keputusan memilih sekolah tersebut. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Fasilitas sekolah mendukung perkembangan akademik dan keterampilan anak saya” dengan nilai rata-rata sebesar 3,78. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa citra sekolah yang baik mampu meningkatkan keyakinan dan kepuasan orang tua dalam menentukan pilihan sekolah bagi anaknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahbub, Jayawinangun, dan Amaliasari (2023) yang menunjukkan bahwa citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa sekolah yang memiliki reputasi baik, kualitas lulusan yang unggul, dan citra positif di masyarakat cenderung lebih diminati oleh orang tua. Selain itu, penelitian Ramadan et al. (2025) juga menemukan bahwa citra sekolah menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan memilih sekolah karena citra yang baik mencerminkan kualitas pendidikan yang dipercaya masyarakat. Kesamaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra sekolah merupakan faktor strategis dalam pemasaran jasa pendidikan. Oleh karena itu, sekolah yang mampu membangun citra positif akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dan minat masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SMK Gema Karya Bahana. Citra sekolah yang baik mampu meningkatkan keyakinan, kepercayaan, dan kepuasan orang tua terhadap sekolah sehingga mendorong keputusan memilih sekolah. Oleh karena itu, pihak sekolah perlu terus menjaga dan meningkatkan citra sekolah melalui peningkatan kualitas pendidikan, prestasi siswa, kualitas lulusan, serta hubungan yang baik dengan masyarakat. Dengan citra sekolah yang semakin kuat dan positif, maka keputusan orang tua untuk memilih SMK Gema Karya Bahana juga akan semakin meningkat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Sekolah di SMK Gema Karya Bahana

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mampu membentuk citra sekolah di SMK Gema Karya Bahana. Kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap sekolah sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan yang diterima selama berinteraksi dengan pihak sekolah. Kotler et al. (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pelanggan, tetapi juga pada penciptaan pengalaman positif yang mampu membangun kepercayaan pelanggan terhadap organisasi. Selain itu, Parasuraman et al. (2020) menyatakan bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap reputasi dan profesionalisme suatu lembaga jasa. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan sekolah, maka semakin kuat pula citra positif sekolah yang terbentuk di masyarakat.

Dalam analisis deskriptif ditemukan bahwa berdasarkan skor rata-rata, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 3,95 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sekolah. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Guru dan staf sekolah memberikan rasa aman dan percaya kepada orang tua” dengan nilai rata-rata sebesar 4,05. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa pihak sekolah mampu membangun rasa aman dan kepercayaan kepada orang tua murid. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Lingkungan sekolah terlihat bersih, rapi, dan nyaman” dengan nilai rata-rata sebesar 3,90. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan memperoleh penilaian baik dari responden yang menunjukkan bahwa sekolah dinilai mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan orang tua.

Di sisi lain, hasil analisis deskriptif pada variabel citra sekolah menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,57 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid memiliki persepsi yang cukup positif terhadap citra SMK Gema Karya Bahana. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Lulusan SMK Gema Karya Bahana dianggap memiliki kualitas yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,59. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kualitas lulusan sekolah cukup baik di masyarakat. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “SMK Gema Karya Bahana memiliki reputasi akademik yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,55. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu mendukung terbentuknya citra sekolah yang positif melalui pengalaman dan persepsi orang tua terhadap pelayanan sekolah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadan, Samsir, dan Garnasih (2025) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra sekolah. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pelayanan pendidikan yang baik mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat serta memperkuat reputasi sekolah di lingkungan sosial. Selain itu, penelitian Dewi Astianita dan Lusia (2025) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan citra merek karena pelayanan yang baik mencerminkan kualitas dan profesionalisme suatu institusi. Kesamaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor strategis dalam membentuk citra sekolah di masyarakat. Oleh karena itu, sekolah yang mampu memberikan pelayanan yang berkualitas akan lebih mudah memperoleh citra positif dan kepercayaan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra sekolah di SMK Gema Karya Bahana.

Pelayanan yang baik mampu meningkatkan persepsi positif, kepercayaan, dan keyakinan masyarakat terhadap kualitas sekolah sehingga memperkuat citra sekolah di mata masyarakat. Oleh karena itu, pihak sekolah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan baik dalam aspek akademik maupun nonakademik agar citra sekolah semakin positif dan mampu meningkatkan daya saing sekolah di tengah persaingan lembaga pendidikan.

Pengaruh *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Citra Sekolah di SMK Gema Karya Bahana

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa word of mouth menjadi salah satu faktor penting yang mampu meningkatkan citra sekolah di SMK Gema Karya Bahana. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat cenderung membentuk persepsi terhadap sekolah berdasarkan pengalaman dan informasi yang disampaikan oleh orang lain. Solomon (2020) menjelaskan bahwa konsumen cenderung lebih mempercayai informasi informal dibandingkan promosi langsung dari perusahaan karena dianggap lebih objektif dan sesuai dengan pengalaman nyata. Selain itu, Greaves et al. (2023) menyatakan bahwa komunikasi positif yang berkembang di masyarakat mampu meningkatkan reputasi dan daya tarik institusi pendidikan. Dengan demikian, semakin positif word of mouth yang diterima masyarakat mengenai sekolah, maka semakin baik pula citra sekolah yang terbentuk di lingkungan sosial.

Dalam analisis deskriptif ditemukan bahwa berdasarkan skor rata-rata, variabel word of mouth memiliki nilai sebesar 4,00 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang positif terhadap komunikasi word of mouth mengenai sekolah. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya bersedia merekomendasikan SMK Gema Karya Bahana kepada orang lain” dengan nilai rata-rata sebesar 4,10. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden bersedia memberikan rekomendasi positif mengenai sekolah kepada masyarakat maupun orang tua lainnya. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya mendorong orang lain untuk memilih SMK Gema Karya Bahana” dengan nilai rata-rata sebesar 3,95. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel word of mouth memperoleh penilaian baik dari responden yang menunjukkan bahwa orang tua memiliki kecenderungan untuk membicarakan dan menyampaikan informasi positif mengenai sekolah.

Di sisi lain, hasil analisis deskriptif pada variabel citra sekolah menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,57 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid memiliki persepsi yang cukup positif terhadap citra SMK Gema Karya Bahana. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Lulusan SMK Gema Karya Bahana dianggap memiliki kualitas yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,59. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kualitas lulusan sekolah cukup baik di masyarakat. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “SMK Gema Karya Bahana memiliki reputasi akademik yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,55. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa word of mouth yang positif mampu mendukung terbentuknya citra sekolah yang baik melalui persepsi dan pengalaman yang berkembang di masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ari dan Setiawan (2021) yang menunjukkan bahwa word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek lembaga pendidikan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa rekomendasi dan pengalaman positif dari masyarakat mampu membentuk persepsi yang baik terhadap institusi pendidikan sehingga memperkuat citra sekolah. Selain itu, penelitian Dewi Astianita dan Lusia (2025) juga menemukan bahwa word of mouth memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan citra merek karena komunikasi positif dari pelanggan mampu meningkatkan reputasi suatu institusi. Kesamaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa word of mouth merupakan faktor penting dalam membangun citra sekolah di masyarakat. Oleh karena itu,

sekolah perlu menjaga kualitas pendidikan dan hubungan baik dengan orang tua siswa agar tercipta komunikasi positif yang mampu memperkuat citra sekolah.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra sekolah di SMK Gema Karya Bahana. Informasi dan rekomendasi positif yang berkembang di masyarakat mampu meningkatkan persepsi, kepercayaan, dan keyakinan masyarakat terhadap kualitas sekolah sehingga memperkuat citra sekolah di mata masyarakat. Oleh karena itu, pihak sekolah perlu terus menjaga kualitas layanan pendidikan serta membangun hubungan yang baik dengan orang tua dan masyarakat agar komunikasi word of mouth yang positif dapat terus berkembang dan meningkatkan citra sekolah secara berkelanjutan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah melalui Citra Sekolah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra sekolah menjadi mekanisme penting yang menjembatani hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan orang tua memilih sekolah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik belum tentu secara langsung meningkatkan keputusan memilih sekolah apabila belum mampu membentuk citra sekolah yang kuat di masyarakat. Schiffman dan Wisenblit (2019) menjelaskan bahwa konsumen jasa cenderung menggunakan persepsi dan citra institusi sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan karena jasa memiliki karakteristik intangible yang sulit dinilai sebelum digunakan. Selain itu, Lovelock dan Wirtz (2021) menyatakan bahwa citra yang positif mampu mengurangi persepsi risiko konsumen terhadap jasa yang akan dipilih. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik perlu didukung oleh citra sekolah yang positif agar mampu meningkatkan keyakinan orang tua dalam memilih sekolah bagi anaknya.

Dalam analisis deskriptif ditemukan bahwa berdasarkan skor rata-rata, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 3,95 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sekolah. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Guru dan staf sekolah memberikan rasa aman dan percaya kepada orang tua” dengan nilai rata-rata sebesar 4,05. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa pihak sekolah mampu memberikan rasa aman dan membangun kepercayaan kepada orang tua murid. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Lingkungan sekolah terlihat bersih, rapi, dan nyaman” dengan nilai rata-rata sebesar 3,90. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik yang menunjukkan bahwa responden tetap memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan sekolah secara keseluruhan.

Di sisi lain, hasil analisis deskriptif pada variabel citra sekolah menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,57 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid memiliki persepsi yang cukup positif terhadap citra SMK Gema Karya Bahana di masyarakat. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Lulusan SMK Gema Karya Bahana dianggap memiliki kualitas yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,59. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “SMK Gema Karya Bahana memiliki reputasi akademik yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,55. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Selain itu, variabel keputusan orang tua memilih sekolah memiliki nilai rata-rata sebesar 3,85 yang juga termasuk dalam kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu membentuk citra sekolah yang positif dan pada akhirnya meningkatkan keyakinan orang tua dalam memilih sekolah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tjay et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah melalui citra sekolah sebagai variabel mediasi.

Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pelayanan pendidikan yang baik akan membentuk citra sekolah yang positif sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Selain itu, penelitian Ramadan et al. (2025) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan citra sekolah memiliki hubungan yang kuat dalam meningkatkan keputusan memilih sekolah. Kesamaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra sekolah merupakan variabel mediasi yang penting dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan memilih sekolah. Oleh karena itu, sekolah yang mampu memberikan pelayanan berkualitas dan membangun citra positif akan lebih mudah memperoleh kepercayaan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih sekolah melalui citra sekolah di SMK Gema Karya Bahana. Pelayanan yang baik mampu membentuk citra sekolah yang positif, kemudian citra tersebut meningkatkan keyakinan dan keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Oleh karena itu, pihak sekolah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten agar mampu memperkuat citra sekolah di masyarakat. Dengan citra sekolah yang semakin positif, maka keputusan orang tua untuk memilih SMK Gema Karya Bahana juga akan semakin meningkat.

Pengaruh *Word of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah melalui Citra Sekolah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra sekolah menjadi mekanisme penting yang menjembatani hubungan antara word of mouth dan keputusan orang tua memilih sekolah. Kondisi ini menunjukkan bahwa rekomendasi positif yang diterima masyarakat belum tentu secara langsung meningkatkan keputusan memilih sekolah apabila belum mampu membentuk citra sekolah yang kuat di masyarakat. Solomon (2020) menjelaskan bahwa konsumen jasa cenderung menggunakan persepsi sosial dan reputasi institusi sebagai dasar dalam mengambil keputusan karena jasa memiliki sifat intangible dan sulit dievaluasi sebelum digunakan. Selain itu, Zeithaml et al. (2020) menyatakan bahwa citra institusi yang positif mampu meningkatkan rasa percaya dan mengurangi ketidakpastian konsumen terhadap jasa yang akan dipilih. Dengan demikian, word of mouth yang positif perlu didukung oleh citra sekolah yang baik agar mampu meningkatkan keyakinan orang tua dalam menentukan pilihan sekolah bagi anaknya.

Dalam analisis deskriptif ditemukan bahwa berdasarkan skor rata-rata, variabel word of mouth memiliki nilai sebesar 4,00 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum orang tua murid SMK Gema Karya Bahana memiliki persepsi yang positif terhadap komunikasi word of mouth mengenai sekolah. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya bersedia merekomendasikan SMK Gema Karya Bahana kepada orang lain” dengan nilai rata-rata sebesar 4,10. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden bersedia memberikan rekomendasi positif mengenai sekolah kepada masyarakat maupun orang tua lainnya. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya mendorong orang lain untuk memilih SMK Gema Karya Bahana” dengan nilai rata-rata sebesar 3,95. Meskipun menjadi nilai terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel word of mouth memperoleh penilaian baik dari responden yang menunjukkan bahwa orang tua memiliki kecenderungan untuk menyampaikan informasi positif mengenai sekolah kepada lingkungan sosialnya.

Di sisi lain, hasil analisis deskriptif pada variabel citra sekolah menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,57 sehingga termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua murid memiliki persepsi yang cukup positif terhadap citra SMK Gema Karya Bahana di masyarakat. Skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Lulusan SMK Gema Karya Bahana dianggap memiliki kualitas yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,59. Sementara itu, skor rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “SMK Gema Karya Bahana memiliki reputasi akademik yang baik” dengan nilai rata-rata sebesar 3,55. Meskipun menjadi nilai

terendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut tetap berada dalam kategori baik. Selain itu, variabel keputusan orang tua memilih sekolah memiliki nilai rata-rata sebesar 3,85 yang termasuk dalam kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa word of mouth yang positif mampu membentuk citra sekolah yang baik dan pada akhirnya meningkatkan keyakinan orang tua dalam memilih sekolah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ari dan Setiawan (2021) yang menunjukkan bahwa word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih lembaga pendidikan melalui citra merek sebagai variabel mediasi. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa rekomendasi positif dari masyarakat mampu membentuk persepsi yang baik terhadap sekolah sehingga meningkatkan keputusan memilih sekolah. Selain itu, penelitian Mu'minah et al. (2024) juga menemukan bahwa word of mouth berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara citra institusi dan keputusan orang tua memilih sekolah. Kesamaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra sekolah merupakan variabel mediasi yang penting dalam hubungan antara word of mouth dan keputusan memilih sekolah. Oleh karena itu, sekolah yang mampu menciptakan komunikasi positif di masyarakat dan membangun citra sekolah yang baik akan lebih mudah memperoleh kepercayaan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa word of mouth berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih sekolah melalui citra sekolah di SMK Gema Karya Bahana. Informasi dan rekomendasi positif yang berkembang di masyarakat mampu membentuk citra sekolah yang positif, kemudian citra tersebut meningkatkan keyakinan dan keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Oleh karena itu, pihak sekolah perlu menjaga kualitas pendidikan, hubungan baik dengan orang tua, serta komunikasi positif dengan masyarakat agar word of mouth yang terbentuk dapat semakin memperkuat citra sekolah. Dengan citra sekolah yang semakin baik, maka keputusan orang tua untuk memilih SMK Gema Karya Bahana juga akan semakin meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan metode SmartPLS, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan word of mouth (WOM) terhadap keputusan orang tua memilih sekolah dengan citra sekolah sebagai variabel mediasi. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum mampu secara langsung memengaruhi keputusan orang tua dalam menentukan pilihan sekolah. Word of mouth (WOM) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah, yang berarti informasi atau rekomendasi yang diterima dari orang lain belum secara langsung menentukan keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah, yang berarti semakin baik citra sekolah, maka semakin tinggi pula keputusan orang tua untuk memilih sekolah tersebut. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra sekolah, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang baik mampu meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat dan orang tua. Word of mouth (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra sekolah, yang berarti semakin positif informasi yang beredar mengenai sekolah, maka semakin baik pula citra sekolah yang terbentuk. Citra sekolah mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan orang tua memilih sekolah, sehingga kualitas pelayanan dapat meningkatkan keputusan orang tua melalui terbentuknya citra sekolah yang positif. Citra sekolah mampu memediasi pengaruh word of mouth (WOM) terhadap keputusan orang tua memilih sekolah, yang menunjukkan bahwa WOM yang positif dapat meningkatkan keputusan orang tua melalui peningkatan citra sekolah.

REFERENSI

- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., & Ringle, C. M. (2023). Service quality, perceived value, satisfaction, and behavioral intentions in higher education. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113383>
- Alves, H., & Raposo, M. (2021). The influence of university image on student behaviour. *Journal of Marketing for Higher Education*, 31(1), 1–19.
- Anton, Pradiani, T., & Fathorrahman. (2025). Can the academic quality and service of Northern Green School Medan enhance parents' satisfaction and loyalty? *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 19(1), 30–41. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v19i1.2303>.
- Ari, I. A. N. M., & Setiawan, P. Y. (2021). The role of brand image mediates the influence of word of mouth and personal selling on intention to enroll at Diamond International Private Job Training Institute. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, 8(7), 77–86. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V8I7P10>.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2025). Jawa Barat dalam angka 2025. <https://jabar.bps.go.id>.
- Badrudin, B., Khusnuridlo, M., & Wahyu, M. Z. E. (2022). The influence of learning management information system and service quality on the customer satisfaction of Ruangguru application. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 17(1), 148–158. <https://doi.org/10.18844/cjes.v17i1.6692>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dataindonesia.id. (2025). Data Sebaran Murid SMK di Indonesia Pada TA 2024/2025. <https://dataindonesia.id/pendidikan/detail/data-sebaran-murid-smk-di-indonesia-pada-ta-20242025>
- Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. (2024). Jumlah siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Open Data Jawa Barat. <https://opendata.jabarprov.go.id>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Badan Penerbit UNDIP.
- Greaves, E., Wilson, D., & Nairn, A. (2023). Marketing and school choice: A systematic literature review. *Review of Educational Research*, 93(6), 825–861. <https://doi.org/10.3102/00346543221141658>.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hennig-Thurau, T., et al. (2021). Electronic word-of-mouth: Motives and consequences. *Journal of Service Research*, 24(3), 1–15.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fifth Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 18). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). Pearson Education.

- Mu'minah, K. N., Kholiq, A., & Pratiwi, D. (2024). Mengeksplorasi pengaruh brand image dan biaya pendidikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah: Dampak mediasi word of mouth (WOM). *Jurnal Ilmiah Visi*, 19(1), 43–57. <https://doi.org/10.21009/JIV.1901.5>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2019). SmartPLS 3. SmartPLS GmbH. <http://www.smartpls.com>.
- Sari, D. K., & Soliha, E. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan reputasi sekolah terhadap WOM (word of mouth) peran mediasi kepercayaan. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 18(1), 162–170. <https://doi.org/10.21831/jep.v18i1.47960>.
- Schiffman, L. & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. 12th Edition. Pearson Education Limited, New York.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta Barat: PT Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Setyadi, B., Fitriastuti, F., & Utari, K. (2023). The influence of service quality and educational facilities on student satisfaction is mediated by the university image. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, 15(1), 361–370. <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v15i1.2399>.
- Stefany, E. R., Setyowati, E., & Wike. (2022). Analisis kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa difabel studi kasus di Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, 8(2), 209–213.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.