

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Pendidikan**

Pendidikan merupakan suatu usaha sadar untuk memperoleh ilmu pengetahuan yang diperoleh melalui pendidikan formal maupun non formal dalam proses transformasi sehingga dapat menghasilkan SDM yang berkualitas (Warisno, 2021). Lembaga pendidikan terus berkembang baik yang menyebabkan terjadinya transformasi di segala bidang termasuk bidang pendidikan baik dari lembaga formal maupun yang non formal, yang swasta maupun yang negeri. Pendidikan merupakan proses yang berkelanjutan dan tak pernah berakhir, sehingga dapat menghasilkan kualitas yang berkesinambungan (Buana & Nusantara, 2021). Dalam menghasilkan generasi yang berkualitas, diperlukan penentuan tujuan pendidikan yang tepat. Oleh karena itu perlu dirumuskan suatu tujuan pendidikan yang menjadikan moral sebagai dasar yang sangat penting. Tujuan pendidikan merupakan sebuah pembentukan perilaku individu dalam perannya sebagai warga negara atau membentuk manusia menjadi warga negara yang baik. Karena pendidikan merupakan bimbingan terhadap perkembangan manusia menuju ke arah cita-cita tertentu (Yusuf & Aziizu, Abdul, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa tujuan pendidikan untuk mengembangkan potensi manusia agar menjadi individu yang berkualitas dan mampu berpartisipasi aktif dalam masyarakat, sehingga peran pendidikan sangat penting dalam membentuk masyarakat yang berkualitas, berintelektual dan bermoral.

##### **2.1.2. Sekolah**

Sekolah merupakan lembaga yang bersifat kompleks dan unik. Artinya, bersifat kompleks karena sekolah sebagai organisasi di dalamnya terdapat berbagai dimensi yang satu sama lain saling berkaitan dan saling menentukan. Sedangkan, bersifat unik karena sekolah memiliki karakter tersendiri, dimana terjadi proses belajar mengajar (Minsih et al., 2019). Karena sifatnya yang kompleks dan unik tersebut, sekolah sebagai organisasi memerlukan usaha atau proses dalam kesatuan setiap warga sekolah guna melaksanakan seluruh tugas organisasi untuk mencapai tujuannya. Sekolah merupakan sebuah keharusan yang penting bagi kehidupan

manusia (Warisno, 2021). Sekolah memang menjadi salah satu institusi yang sangat penting dalam pendidikan. Sekolah adalah tempat di mana seseorang belajar dan mengembangkan potensi mereka. Saat ini, keberadaan sekolah sudah menjamur di kalangan masyarakat. Masyarakat memilih sekolah sesuai keinginan dan kebutuhannya. Hal ini membuat para pesaing bisnis sekolah sangat ketat. Para pesaing bisnis perlu membuat kebijakan yang tepat dalam membangun dan mengelola sekolah-sekolah di daerah kota maupun desa. Pesaing bisnis sekolah juga perlu memastikan bahwa semua orang mempunyai akses yang sama terhadap pendidikan yang berkualitas tanpa memandang kondisi sosial dan ekonomi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menjamurnya sekolah dapat menjadi lebih bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.

Sekolah sebagai salah satu lembaga pendidikan tentu tidak hanya menanamkan pengetahuan umum saja, akan tetapi juga harus mengajarkan karakter positif pada diri siswa-siswi. Hal ini menunjukkan bahwa sekolah yang memiliki kualitas yang baik akan mempengaruhi calon siswa-siswi dalam memilih sekolah. Sekolah sebagai lembaga yang berfungsi untuk mempertahankan dan mengembangkan proses sosialisasi serta kontrol/pengendalian sosial diharapkan bisa mendidik siswa-siswi lebih berkualitas, sehingga tatanan atau keteraturan sosial di masyarakat bisa terjalin dengan baik (Minsih et al., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa dari didirikannya sekolah harus mampu menghasilkan lulusan yang berkualitas guna bersaing dengan lulusan sekolah lainnya agar lulusan siswa-siswi mampu berkompetisi di dunia kerja baik di sektor pemerintahan, industri maupun menciptakan usaha menengah.

### **2.1.3. Siswa**

Siswa merupakan orang atau individu yang mendapatkan pelayanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat dan kemampuan agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai kepuasan dalam menerima pelajaran yang diberikan oleh pendidiknya (Muhammad Rifa'i, Rusydi Ananda, 2018). Sebagai siswa, seseorang menerima layanan pendidikan dari pendidik agar dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan kemampuannya serta meraih kepuasan dalam belajar secara optimal. Selain itu, siswa juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga disiplin di sekolah, menghormati guru dan rekan sekelas. Disiplin di sekolah penting

untuk menciptakan lingkungan belajar yang aman, nyaman, dan kondusif, sehingga siswa dapat belajar dengan maksimal. Siswa harus mematuhi peraturan sekolah dan menjaga kebersihan serta kerapian lingkungan sekolah. Siswa juga harus menghormati guru sebagai pendidik dan sumber pengetahuan, serta menghormati rekan sekelas sebagai teman belajar. Dengan menjaga disiplin dan menghormati guru serta rekan sekelas, siswa dapat membantu menciptakan lingkungan belajar yang harmonis dan membangun rasa kebersamaan di antara anggota sekolah. Hal ini dapat meningkatkan semangat belajar dan menciptakan suasana yang positif di sekolah. Pendidikan yang diberikan kepada siswa tidak hanya meliputi aspek akademik, tetapi juga aspek non-akademik seperti kegiatan sosial, kegiatan ekstrakurikuler, dan pengembangan keterampilan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan siswa yang memiliki kepribadian yang baik, mampu berkomunikasi dengan baik, serta memiliki kepekaan sosial yang tinggi.

Siswa merupakan individu yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang dan jenis pendidikan tertentu. Dengan demikian siswa merupakan orang yang mempunyai pilihan untuk menempuh ilmu sesuai dengan cita-cita dan harapan masa depan (Hamuni, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa siswa adalah seseorang yang sedang belajar di sebuah lembaga pendidikan, termasuk di dalamnya siswa SD, SMP dan SMA/Sederajat, dan seorang siswa mengikuti program pendidikan yang disesuaikan dengan tingkat kebutuhan dan kemampuan mereka.

Tujuan siswa adalah untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas dan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan mereka dalam berbagai bidang (Ahidin, 2021). Pendidikan membantu siswa dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memenuhi tujuan pribadi dan keahlian seseorang. Selain itu, pendidikan juga dapat membantu siswa dalam meningkatkan kemampuan sosial mereka, seperti berkomunikasi dengan baik, bekerja sama dalam tim dan membangun hubungan yang positif dengan orang lain. Semua ini bertujuan untuk mempersiapkan siswa agar dapat menghadapi tantangan di masa depan dan mencapai kesuksesan dalam kehidupan mereka. Dengan tercapainya tujuan sebagai siswa, siswa diharapkan dapat menjadi anggota masyarakat yang produktif, bermanfaat, dan bertanggung jawab.

Siswa yang sedang berada pada fase pertumbuhan dan perkembangan baik secara fisik maupun psikis merupakan ciri dari seorang siswa yang perlu bimbingan dari seorang pendidik, sehingga itu perlu pengaturan yang baik agar siswa mempunyai kemampuan yang mumpuni ketika telah menjadi lulusan dari sebuah lembaga pendidikan (Arifin, 2018). Fase pertumbuhan dan perkembangan ini sangat penting dan membutuhkan bimbingan serta pengaturan yang tepat dari seorang pendidik. Dengan bimbingan yang baik dari pendidik dan pengaturan yang tepat dalam memberikan bimbingan, siswa dapat mengembangkan kemampuan dan keterampilannya secara maksimal, sehingga siap menghadapi tantangan di masa depan dan menjadi lulusan yang unggul.

#### **2.1.4. Manajemen Pendidikan**

Manajemen pendidikan tidak dapat terlepas dari manajemen yaitu proses pelaksanaan aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi (Wilson, 2021). Penerapan manajemen pendidikan yang baik dapat membantu meningkatkan kualitas pendidikan dan mencapai tujuan pendidikan yang telah ditentukan. Manajemen pendidikan adalah suatu rangkaian kegiatan berupa proses pengelolaan usaha kerjasama sekelompok manusia yang tergabung dalam suatu organisasi pendidikan, untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan menggunakan fungsi-fungsi manajemen agar tercapainya tujuan secara efektif dan efisien (Suhelayanti, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa manajemen pendidikan sangat penting dalam mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan dan dapat membantu meningkatkan efektivitas dan efisiensi pendidikan.

Tujuan manajemen pendidikan adalah menggunakan dan mengelola sumber daya pendidikan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan, pengembangan, kemajuan dan kualitas proses dan hasil pendidikan itu sendiri (Syaban, 2022). Manajemen pendidikan bertujuan untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang efektif dan efisien dalam mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan, seperti memastikan bahwa siswa memperoleh pendidikan yang berkualitas, guru dan staf pendukung memiliki lingkungan kerja yang baik, dan lembaga pendidikan beroperasi secara efisien dan efektif.

Dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan mencapai tujuan-tujuan pendidikan tertentu, manajemen sekolah merupakan salah satu komponen penting dalam manajemen pendidikan secara keseluruhan. Manajemen sekolah dapat diartikan sebagai proses atau rangkaian kegiatan yang telah disusun sebelumnya guna mencapai tujuan sekolah yang telah ditetapkan sebelumnya (Tauhid et al., 2022). Manajemen sekolah yang efektif akan membantu meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan oleh sekolah, serta memperkuat citra dan reputasi sekolah di masyarakat.

Tujuan manajemen sekolah adalah untuk memastikan bahwa sekolah berjalan dengan efektif dan efisien dalam mencapai tujuan ataupun misi pendidikan yang telah ditetapkan (Suhelayanti, 2020). Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa sekolah dapat memberikan lingkungan belajar yang aman dan nyaman, program pendidikan yang efektif dan berkualitas, serta mampu memenuhi kebutuhan siswa secara keseluruhan. Tujuan ini dapat dicapai dengan mengelola sumber daya manusia dengan baik guna meningkatkan kualitas pendidikan dan pembelajaran di sekolah.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen pendidikan dan manajemen sekolah sangat erat kaitannya. Dalam menjalankan manajemen sekolah, sumber daya manusia yang ada harus saling bekerja sama dan berkontribusi. Komunikasi yang efektif dan koordinasi yang baik antara semua pihak sangat penting untuk mencapai suatu tujuan pendidikan yang diinginkan. Komunikasi yang baik akan memudahkan semua pihak dalam memahami informasi dan tujuan yang ingin dicapai. Sementara koordinasi yang baik akan memastikan bahwa semua kegiatan di sekolah berjalan dengan lancar dan efektif. Hal ini akan memudahkan dalam mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan dan menjadikan sekolah sebagai lingkungan yang kondusif bagi siswa-siswi untuk belajar.

#### **2.1.4.1. Bauran Pemasaran Jasa**

Kegiatan dalam menjalankan sebuah bisnis, para pesaing bisnis harus mengetahui cara untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif adalah melalui pemanfaatan unsur-unsur bauran pemasaran jasa pendidikan yang disebut marketing mix. Bauran pemasaran (*marketing mix*) jasa memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Bauran pemasaran jasa merupakan langkah

pembaharuan ketika sebuah penyedia jasa harus mengikuti ketatnya persaingan bisnis untuk memperoleh calon konsumen (Lubis et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran yang efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Unsur-unsur utama dalam strategi pemasaran dikenal dengan sebutan “4P”, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi) dan *place* (tempat). Namun demikian, pendekatan bauran pemasaran 4P tradisional hanya dapat diterapkan untuk produk. Bagi sektor jasa, 4P terlalu terbatas untuk menyediakan kerangka pemikiran pesaing bisnis sekolah dalam pemasaran jasa. Oleh karena itu, diperlukan adanya unsur 3P tambahan dalam pemasaran jasa, yaitu *people* (orang atau SDM), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik).

Unsur-unsur bauran pemasaran jasa “7P” (Dwinanda & Nur, 2020) sebagai berikut :

1. *Product* (Produk). Produk dalam pemasaran jasa pendidikan dapat berupa pasilitas dan pelayanan yang ditawarkan lembaga pendidikan. Jasa yang ditawarkan kepada siswa-siswi sebagai mutu dari lembaga pendidikan atau sekolah.
2. *Price* (Harga). Pembiayaan (*costing*) yang membandingkan pengeluaran dengan pendapatan pelanggan jasa pendidikan dan penentuan harga jasa pendidikan. Hal ini merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh siswa-siswi untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu jasa pendidikan. Artinya sejajar dengan mutu produk, apabila mutu produk tinggi, maka calon siswa-siswi membayar lebih tinggi. Penetapan harga (SPP, biaya pembangunan) adalah elemen harga jasa pendidikan, prosedur pembayaran dan syarat cicilan.
3. *Promotion* (Promosi). Suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, membeli dan loyal pada jasa yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. aktivitas tentang bagaimana memberitahu siswa-siswi tentang keberadaan sekolah. Aspek yang harus dipertimbangkan adalah bentuk komunikasi, khususnya iklan (*advertising*).
4. *Place* (Tempat). Tempat dimana suatu lembaga pendidikan beroperasi, berproduksi maupun menggunakan pemasarannya. Lokasi perlu

mempertimbangkan lingkungan dimana lokasi itu berada. Dekat dengan pusat kota atau perumahan, kondisi area parkir, lingkungan belajar yang kondusif.

5. *People* (Orang atau SDM). Semua orang atau perilaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen. Sumber daya manusia dalam jasa pendidikan dikelompokkan menjadi 3 (tiga) yaitu pimpinan sekolah, guru dan karyawan.
6. *Process* (Proses). Sistem operasi lembaga pendidikan untuk mengatur pemasaran jasa pendidikan dengan dampak yang jelas terhadap penempatan karyawan lembaga pendidikan dalam hal pembagian tanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mencari sumber daya bagi strategi pemasaran jasa pendidikan.
7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik). Sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan. Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan memilih untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk di dalam sarana fisik antara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan dan lain sebagainya.

## **2.1.5. Keputusan Memilih Sekolah**

### **2.1.5.1. Pengertian Keputusan Memilih Sekolah**

Keputusan memilih sekolah adalah salah satu keputusan penting dalam hidup seorang siswa-siswi. Dalam penelitian ini, diasumsikan bahwa keputusan memilih sekolah merupakan keputusan yang diambil oleh siswa-siswi sendiri, dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti lokasi, fasilitas pendidikan dan citra sekolah.

Keputusan memilih merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih (Wulandini & Saputra, 2018). Sebuah keputusan terjadi dikarenakan adanya kesadaran akan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Keputusan memilih dapat diartikan sebagai proses memilih salah satu tindakan atau opsi dari dua pilihan alternatif atau lebih. Artinya, setiap membuat keputusan, harus mempertimbangkan manfaat dan risiko dari setiap pilihan yang tersedia, dan memilih opsi yang paling cocok dengan tujuan atau kebutuhan kita. Keputusan memilih dapat

dilakukan dalam berbagai situasi, baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional, seperti memilih sekolah atau memilih strategi bisnis. Dalam hal ini, penting bagi siswa untuk mempertimbangkan dengan matang berbagai faktor dan memperoleh informasi yang memadai tentang pilihan sekolah yang tersedia, sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka (Mandagie, Yunita et al., 2018). Keputusan memilih sekolah adalah keputusan penting yang dapat memengaruhi masa depan seseorang (Dwinanda & Nur, 2020). Hal ini dikarenakan sekolah merupakan tempat seseorang menghabiskan waktu dalam periode yang cukup lama untuk menimba ilmu dan berkembang sebagai individu yang berkualitas.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan memilih merupakan sikap calon siswa-siswi terhadap suatu sekolah untuk menentukan pilihan terhadap sekolah yang diinginkan. Memilih sekolah yang tepat dapat berdampak besar pada masa depan siswa-siswi dan dapat membantu siswa-siswi mencapai tujuan akademik. Oleh karena itu, mempertimbangkan faktor-faktor penting sebelum membuat keputusan adalah kunci untuk memilih sekolah yang tepat.

#### **2.1.5.2. Faktor-Faktor Keputusan Memilih Sekolah**

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih (Keller, 2021) :

##### 1. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan merupakan hal yang kompleks, yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.

##### 2. Faktor Sosial

Faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap perilaku seseorang.

##### 3. Faktor Pribadi

Keputusan seseorang dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep pribadi seseorang.

##### 4. Faktor Psikologis

Pilihan seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan pendirian.



Selain faktor-faktor keputusan memilih yang dikemukakan diatas, keputusan memilih sekolah dipengaruhi oleh beberapa faktor (Syaekhu & Suprianto, 2021) antara lain :

1. Kualitas Pendidikan : Kualitas pendidikan yang diberikan oleh sebuah sekolah menjadi faktor utama dalam memilih sekolah. Siswa ingin sekolah yang memberikan pendidikan yang baik dan relevan dengan kebutuhan siswa.
2. Fasilitas : Fasilitas yang tersedia di sebuah sekolah juga menjadi pertimbangan penting. Fasilitas yang baik dan memadai seperti gedung sekolah, laboratorium, perpustakaan, lapangan olahraga, dan fasilitas komputer, dapat membuat proses belajar mengajar menjadi lebih efektif dan menyenangkan.
3. Biaya : Biaya pendidikan menjadi faktor penting dalam memilih sekolah. Siswa harus mempertimbangkan biaya sekolah, termasuk biaya pendaftaran, uang pangkal, serta biaya bulanan atau tahunan.
4. Lokasi : Lokasi sekolah juga menjadi faktor penting dalam memilih sekolah. Siswa ingin sekolah yang mudah dijangkau dan tidak jauh dari permukiman.
5. Lingkungan Sekolah : Lingkungan sekolah yang kondusif dan mendukung proses belajar mengajar juga menjadi faktor penting dalam memilih sekolah.
6. Kegiatan Ekstrakurikuler : Kegiatan ekstrakurikuler seperti olahraga dan organisasi siswa, yang memberikan pengalaman belajar menyenangkan dan juga dapat membantu siswa untuk mengembangkan minat dan bakat mereka.
7. Kredibilitas Sekolah : Kredibilitas sekolah juga menjadi faktor penting dalam memilih sekolah. Siswa ingin sekolah yang memiliki reputasi baik dan diakui oleh masyarakat dan lembaga pendidikan.
8. Kurikulum : Kurikulum yang diterapkan di sebuah sekolah juga menjadi faktor penting dalam memilih sekolah. Siswa ingin sekolah yang memiliki kurikulum terbaru dan relevan dengan perkembangan dunia pendidikan dan teknologi.

### **2.1.5.3. Proses Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah**

Keputusan yang dihadapkan dengan beberapa cara alternatif dari sejumlah keputusan untuk mengambil keputusan memilih (Keller, 2021) yaitu :

1. Pengenalan Kebutuhan

Tahap pertama proses keputusan memilih dimana seseorang menyadari suatu kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal maupun eksternal.

## 2. Pencarian Informasi

Tahap seseorang yang sering mencari informasi lebih banyak. Sumber informasi utama di mana seseorang dapat memperoleh informasi dibagi menjadi 4 (empat) sumber yaitu :

- a. Pribadi : Keluarga, teman, tetangga, rekan
- b. Komersial : Iklan, situs web, wiraniaga, penyalur dan pajangan
- c. Publik : Media massa, organisasi penilaian seseorang
- d. Eksperimental : Penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk

## 3. Evaluasi Alternatif

Tahap seseorang memproses informasi untuk mengevaluasi produk dan melakukan penilaian alternatif dalam satu susunan pilihan.

## 4. Keputusan Memilih

Tahap seseorang membentuk preferensi dalam kumpulan pilihan. Seseorang juga membentuk maksud untuk memilih produk yang paling disukai.

## 5. Perilaku Pasca Memilih

Tahap seseorang mengambil tindakan lebih lanjut setelah memilih, berdasarkan pada rasa kepuasan dan ketidakpuasan.

### 2.1.5.4. Indikator Keputusan Memilih Sekolah

Keputusan siswa-siswi dapat diartikan sebagai suatu keputusan memilih studi di lembaga pendidikan atau sekolah, diukur dengan indikator yang digunakan sebagai faktor keputusan memilih sekolah (Wilson, 2021) adalah :

#### 1. Lingkungan Sekolah

Lingkungan sekolah merupakan tempat di mana siswa dapat belajar, bertumbuh, dan berkembang dalam berbagai aspek kehidupan, seperti akademik, sosial, emosional, dan fisik. Oleh karena itu, penting bagi sekolah sekitar untuk menciptakan lingkungan sekolah yang aman, nyaman dan mendukung kegiatan belajar siswa. Hal ini dapat meningkatkan motivasi siswa dalam belajar, serta membantu siswa meraih potensi terbaiknya.

#### 2. Program Dan Kurikulum

Program dan kurikulum berperan penting dalam memastikan bahwa siswa mendapatkan pendidikan yang berkualitas. Memastikan program dan kurikulum

yang ditawarkan oleh sekolah sesuai dengan minat dan bakat seseorang, serta memenuhi standar yang ditetapkan oleh pemerintah.

### 3. Biaya Sekolah

Biaya pendidikan yang harus dikeluarkan, termasuk biaya sekolah, buku pelajaran dan kegiatan ekstrakurikuler. Memastikan biaya sekolah sesuai dengan anggaran dan kualitas pendidikan yang ditawarkan.

### 4. Penerimaan Dan Kesempatan Mendapatkan Beasiswa

Penerimaan dan kesempatan mendapatkan beasiswa adalah faktor kunci dalam memastikan bahwa seseorang memiliki akses yang adil dan merata ke pendidikan. Faktor ini sangat penting karena penyedia jasa membuka pintu bagi siswa untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk sukses dalam kehidupan dan karir siswa. Penerimaan yang adil dan kesempatan yang sama untuk mendapatkan beasiswa juga membantu mendorong keberagaman di antara siswa dan masyarakat.

### 5. Pengalaman Orang Lain

Mencari tahu pengalaman dari orang lain yang pernah bersekolah di sekolah yang akan dipilih. Hal ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sekolah tersebut.

## 2.1.6. Lokasi

### 2.1.6.1. Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor dalam pertimbangan melakukan keputusan memilih. Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa (Fadli, 2020).

Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi pesaing bisnis untuk mendapatkan akses ke pasar.

Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi bisnis dilaksanakan (Muhammad Rezky, 2019). Suatu tempat atau wilayah yang memiliki keuntungan atau nilai lebih dari segi bisnis, pemerintahan, atau kepentingan lainnya harus benar-benar dipertimbangkan dan diperhatikan karena akan berdampak pada kesuksesan bisnis itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa

keputusan lokasi yang tepat dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasinya serta meningkatkan keuntungan jangka panjang.

Berdasarkan beberapa teori diatas, dapat disimpulkan bahwa lokasi sekolah adalah tempat di mana sekolah berada atau terletak. Lokasi sekolah yang baik dan strategis dapat berdampak pada keberhasilan suatu pendidikan, karena dapat mempengaruhi faktor seperti waktu tempuh siswa-siswi untuk pergi ke sekolah maupun pulang ke rumah. Lokasi yang strategis juga dapat mempengaruhi prestasi akademik siswa dengan terciptanya lingkungan belajar yang kondusif.

#### **2.1.6.2. Dimensi – Dimensi Strategik Yang Berpengaruh Terhadap Lokasi**

Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik (Muhammad Rezky, 2019) sebagai berikut :

1. *Fleksibilitas*, sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya *capital intensif* karena itu penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan di masa mendatang.
2. *Competitive positioning*, metode yang digunakan agar perusahaan/organisasi dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan dengan para pesaing. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar.
3. Manajemen permintaan, suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen.
4. *Focus strategic*, sejalan dengan semakin menjamurnya bisnis yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampuan keuntungan sebuah usaha.

#### **2.1.6.3. Jenis – Jenis Interaksi Yang Mempengaruhi Lokasi**

Sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan

harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini ada tiga (3) jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi (Lubis et al., 2020) yaitu :

1. Pelanggan Mendatangi Penyedia Jasa

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan atau organisasi sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

2. Penyedia Jasa Mendatangi Pelanggan

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

3. Penyedia Jasa Dan Pelanggan Melakukan Interaksi Melalui Perantara

Berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak terlaksana dengan baik.

Berdasarkan jenis-jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi diatas, maka lokasi (*place*) adalah tempat saluran distribusi, dimana terjadinya transaksi antara penyedia produk atau jasa dengan pelanggan yang salingberinteraksi, bernegosiasi, dan dimana tempat suatu perusahaan merencanakan strategi perusahaan, serta memasarkan produk atau jasanya (Susanti, 2021). Dengan memilih lokasi yang tepat, perusahaan dapat mencapai target pasar mereka dengan lebih efektif dan meningkatkan penjualan.

#### 2.1.6.4. Fungsi Lokasi

Lokasi atau saluran distribusi memindahkan barang dari produsen kepada konsumen. Saluran distribusi mengatasi kesenjangan utama dalam waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang serta jasa dari mereka yang akan menggunakan. Menurut Thamrin Abdulah dan Francis Tantri fungsi utama dan partisipasi dalam arus pemasaran lokasi (Susanti, 2021) sebagai berikut :

1. Informasi : Pengumpulan penyebaran informasi riset pemasaran mengenai pelanggan potensial dan peanggan saat ini, pesaing, dan pelaku dan kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran.
2. Promosi : Pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasive mengenai penawaran yang dirancang unuk menark pelanggan.
3. Negosiasi : Usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat-

syarat lain sehingga pengalihan kepemilikan dapat dipengaruhi.

4. Pesanan : Komunikasi kebelakang yang bermaksud mengadakan pembelian oleh anggota saluran pemasaran kepada produsen.
5. Pendanaan : Penerimaan dan pengalokasian dana yang dibutuhkan untuk penyediaan persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda.
6. Pengambilan Risiko : Asumsi resiko yang terkait dengan pelaksanaan kerja saluran pemasaran.
7. Kepemilikan Fisik : Gerakan penyimpanan dan pemindahan produk fisik mulai dari bahan mentah hingga produk jadi ke pelanggan.
8. Pembayaran : Pembeli yang membayar melalui bank dan lembaga lainnya kepada penjual.
9. Kepemilikan : Pengalihan kepemilikan dari satu organisasi atau individu kepada organisasi atau individu lainnya.

#### **2.1.6.5. Faktor yang Menjadi Pertimbangan Dalam Pemilihan Lokasi**

Pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan dengan cermat terhadap faktor-faktor sebagai berikut (Keller, 2021) :

1. Akses, yaitu kemudahan untuk dijangkau.
2. Visibilitas, yaitu lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas menyangkut dua pertimbangan utama :
  - a. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan siswa yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
  - b. Kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang luas apabila ada perluasan dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu ada atau tidaknya bisnis sekolah yang sejenis disekitar lokasi.
8. Peraturan pemerintah.

#### **2.1.6.6. Indikator Lokasi**

Lokasi menjadi hal yang penting untuk sebuah perusahaan dalam meningkatkan keuntungan kepuasan dari konsumen. Adapun indikator-indikator dari lokasi (Tjiptono, 2015) sebagai berikut :

### 1. Keterjangkauan Lokasi

Lokasi yang mudah dijangkau merupakan suatu nilai lebih bagi konsumen dan juga bagi penyedia jasa. Semakin mudah dijangkau lokasi maka semakin mudah menarik konsumen.

### 2. Kelancaran Akses Menuju Lokasi

Akses lancar atau tidak macet dalam menempuh suatu lokasi, yang dapat dilihat dari banyaknya transportasi umum yang menjangkau lokasi tersebut.

### 3. Kedekatan Lokasi Dengan Fasilitas Pendukung

Lokasi yang berada di keramaian merupakan suatu keuntungan bagi penyedia jasa karena berpotensi untuk melakukan keputusan dan dekat dengan fasilitas pendukung keberadaan suatu lokasi, seperti fotocopy atau toko alat tulis sekolah.

## 2.1.7. Fasilitas Pendidikan

### 2.1.7.1. Pengertian Fasilitas Pendidikan

Fasilitas merupakan sumber daya yang disediakan oleh penyedia jasa sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen untuk mendukung kenyamanan dan kepuasan konsumen (Fadli, 2020). Fasilitas dalam dunia pendidikan berarti segala sesuatu yang bersifat fisik maupun non fisik, yang dapat memudahkan terselenggaranya dalam proses belajar mengajar. Fasilitas fisik gedung sekolah dilengkapi dengan ruang kelas dan fasilitas yang memadai untuk mendukung pembelajaran seperti buku pelajaran, papan tulis dan alat pendukung pembelajaran, perpustakaan, ruang laboratorium dan dilengkapi berbagai perlengkapan praktikum laboratorium. Lapangan olahraga dilengkapi dengan fasilitas untuk olahraga seperti lapangan sepak bola, basket, tenis, dan juga dilengkapi dengan kamar mandi. Ruang UKS, kantin dan tempat parkir juga merupakan fasilitas fisik yang disediakan oleh penyedia jasa. Fasilitas non fisik seperti fasilitas teknologi informasi dan komunikasi serta bimbingan program pendidikan dan kurikulum, kegiatan ekstrakurikuler atau organisasi siswa, dan layanan konseling untuk siswa. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh penyedia jasa memainkan peran penting dalam menentukan kualitas dan keberhasilan pendidikan, karena fasilitas yang memadai dapat membantu memfasilitasi proses pembelajaran yang efektif dan menyenangkan bagi siswa.

Fasilitas belajar merupakan semua kebutuhan yang diperlukan oleh siswa

dalam rangka untuk memudahkan, melancarkan dan menunjang dalam kegiatan belajar di sekolah sehingga siswa dapat memperoleh tujuan belajar dengan maksimal (Muhtarom et al., 2022). Dengan adanya fasilitas belajar yang memadai, siswa dapat belajar dengan lebih mudah dan efektif. Fasilitas yang nyaman dan memadai dapat membantu meningkatkan motivasi belajar siswa.

#### 2.1.7.2. Faktor – Faktor Fasilitas Pendidikan

Faktor – faktor fasilitas pendidikan (Rikky, 2020) sebagai berikut :

##### 1. Ketersediaan Tanah dan Kebutuhan Ruang

Semua perusahaan jasa memerlukan lokasi untuk membuat fasilitas layanan. Dalam menentukan lokasi, beberapa faktor perlu dipertimbangkan, yaitu kapasitas keuangan, peraturan pemerintah terkait kepemilikan tanah dan pembebasan lahan, dan lainnya.

##### 2. *Fleksibilitas*

*Fleksibilitas* desain diperlukan jika permintaan berfluktuasi dan spesifikasi layanan jasa berkembang, membuat risiko keuangan menjadi masalah utama. Kedua kondisi ini dapat menyebabkan fasilitas layanan dapat menyesuaikan kemungkinan pengembangan di masa depan.

##### 3. Faktor Estetis

Fasilitas layanan yang rapi dan menarik dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap layanan dan aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerja akan meningkat.

##### 4. Masyarakat Dan Lingkungan Sekitar

Masyarakat dan juga lingkungan di sekitar fasilitas layanan dapat memainkan peran penting dan memiliki pengaruh besar pada perusahaan, karena masyarakat dan lingkungan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

#### 2.1.7.3. Karakteristik Fasilitas Pendidikan

Adapun karakteristik fasilitas pendidikan (Fadli, 2020) antara lain :

##### 1. Tata Cahaya Dan Warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktifitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Misalnya, lampu dan paduan warna atau cat ruangan.



## 2. Pesan-Pesan Yang Disampaikan Secara Grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu. Misalnya, logo sekolah, lambang Negara, gambar Presiden dan symbol lainnya

## 3. Unsur Pendukung Lainnya

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya. Misalnya, tempat ibadah, toilet, wifi, TV LED, kantin dan uks

### 2.1.7.4. Tujuan Fasilitas Pendidikan

Tujuan dari fasilitas pendidikan (Rikky, 2020) adalah :

#### 1. Tercapainya tingkat kepuasan siswa-siswi

Lembaga pendidikan dapat mencapai tingkat kepuasan siswa-siswi yang lebih tinggi dan mampu meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan, dengan memahami kebutuhan siswa-siswi, memberikan umpan balik yang efektif, menerapkan teknologi dalam pembelajaran dan menyediakan lingkungan belajar yang nyaman dan aman.

#### 2. Supaya siswa-siswi memilih jasa yang disediakan oleh lembaga pendidikan

Lembaga pendidikan dapat meningkatkan peluang siswa-siswi untuk memilih jasa yang disediakan oleh lembaga dengan menawarkan jasa yang berkualitas, memberikan informasi yang jelas, menjalin hubungan baik dengan orang tua siswa-siswi, memberikan pengalaman positif, dan melakukan promosi.

#### 3. Memberikan kesan baik terhadap siswa-siswi, supaya tetap berhubungan baik dengan lembaga pendidikan kapan pun dalam membutuhkan layanan atau jasa yang disediakan oleh lembaga pendidikan.

Selain tujuan pendidikan yang dikemukakan diatas, tujuan fasilitas pendidikan adalah menyediakan lingkungan yang mendukung dan memfasilitasi proses pembelajaran dan pendidikan siswa (Indrawan, 2015) sebagai berikut :

#### 1. Meningkatkan motivasi belajar : fasilitas pendidikan yang lengkap dan menarik dapat meningkatkan minat siswa untuk belajar dan membantu mereka tetap fokus selama proses pembelajaran.

#### 2. Meningkatkan kualitas pembelajaran : fasilitas pendidikan yang baik dan memadai dapat membantu guru memberikan pembelajaran yang berkualitas dan

efektif.

3. Meningkatkan kesehatan dan keamanan siswa: fasilitas pendidikan yang aman dan sehat dapat memastikan kesejahteraan siswa dan membantu mereka belajar dengan nyaman.
4. Meningkatkan keterampilan praktis siswa : fasilitas pendidikan yang berfokus pada pelatihan keterampilan praktis seperti laboratorium dan perpustakaan dapat membantu siswa mengembangkan keterampilan yang relevan dengan karir yang mereka pilih di masa depan.
5. Meningkatkan nilai dan kualitas pendidikan : fasilitas pendidikan yang memadai dapat meningkatkan kualitas dan reputasi institusi pendidikan serta meningkatkan nilai pendidikan siswa di mata calon pemberi kerja atau institusi pendidikan yang lebih tinggi.

#### **2.1.7.5. Indikator Fasilitas Pendidikan**

Adapun indikator yang digunakan sebagai faktor fasilitas pendidikan, meliputi fasilitas fisik dan fasilitas non fisik (Indrawan, 2015) sebagai berikut :

##### 1. Fasilitas Fisik :

- a. Luas dan fasilitas ruangan : Luas dan fasilitas ruangan sekolah harus memadai agar dapat menjamin kenyamanan dan keberhasilan siswa dalam belajar dan berpartisipasi dalam kegiatan sekolah.
- b. Ketersediaan laboratorium dan perpustakaan : Ketersediaan laboratorium dan perpustakaan yang memadai dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan oleh sebuah sekolah. Penting bagi sekolah untuk memastikan bahwa fasilitas ini tersedia dengan baik dan dikelola dengan efektif.
- c. Fasilitas kantin dan kebersihan : Fasilitas kantin dapat meningkatkan kenyamanan dan produktivitas, sedangkan kebersihan dapat meningkatkan kesehatan dan kenyamanan. Kedua faktor ini harus dikelola dengan baik agar lingkungan tersebut tetap bersih dan nyaman bagi orang-orang yang menggunakannya.
- d. Ketersediaan lapangan olahraga : Adanya fasilitas kebugaran yang mudah diakses dan terjangkau, diharapkan dapat meningkatkan partisipasi siswa-siswi dalam aktivitas kebugaran dan membantu meningkatkan kesehatan.

## 2. Fasilitas Non Fisik :

- a. Kualitas pengajar dan metode pembelajaran : Kualitas pengajar dan metode pembelajaran yang baik akan menciptakan lingkungan belajar yang efektif dan efisien, memungkinkan siswa-siswi untuk memperoleh pemahaman yang baik tentang materi, serta meningkatkan kemampuan mereka untuk mengaplikasikan konsep dan keterampilan yang telah dipelajari.
- b. Ketersediaan program dan ekstrakurikuler : Dalam institusi pendidikan yang baik, ketersediaan fasilitas program dan ekstrakurikuler yang memadai akan mendorong siswa-siswi untuk belajar dan berkembang secara maksimal, serta mengembangkan minat dan bakat siswa-siswi.
- c. Ketersediaan teknologi informasi dan komunikasi : Ketersediaan fasilitas sekolah terhadap teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan faktor penting dalam memfasilitasi pembelajaran yang efektif dan mempersiapkan siswa-siswi yang semakin tergantung pada teknologi, mencakup berbagai jenis teknologi seperti komputer. Ketersediaan fasilitas TIK di sekolah dapat membantu siswa-siswi dalam memperoleh akses ke sumber daya pendidikan yang lebih luas dan bervariasi.
- d. Ketersediaan bimbingan, dukungan sosial dan emosional : Bimbingan, dukungan sosial, dan emosional dapat membantu siswa dalam mengatasi stres, kecemasan, dan tekanan yang mungkin dialami selama proses belajar-mengajar. Dalam hal ini, fasilitas yang tersedia di sekolah dapat memberikan layanan konseling dan dukungan sosial untuk membantu siswa-siswi mengatasi masalah ini.
- e. Ketersediaan kurikulum : Ketersediaan fasilitas sekolah yang memadai sangat penting dalam mendukung pelaksanaan kurikulum di sekolah. Sekolah dan pemerintah perlu bekerja sama untuk memastikan bahwa fasilitas yang dibutuhkan untuk mendukung kurikulum tersedia dan terjaga dengan baik.

### 2.1.8. Citra Sekolah

#### 2.1.8.1. Pengertian Citra Sekolah

Citra merupakan persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu (Huda, 2020). Citra yang baik dari suatu organisasi merupakan aset, karena citra mempunyai dampak pada

persepsi konsumen dari komunikasi dalam berbagai hal. Hal ini menunjukkan bahwa citra sekolah yang positif dapat membantu meningkatkan daya tarik sekolah bagi calon siswa-siswi dan membangun kepercayaan masyarakat pada sekolah.

Citra institusi digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi (Keller, 2021). Citra institusi mengacu pada persepsi yang dimiliki masyarakat atau publik terhadap sebuah institusi, yaitu kesan atau citra yang terbentuk dalam benak mereka mengenai karakteristik, nilai, reputasi, dan kinerja institusi tersebut. Citra institusi yang positif akan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut, sehingga institusi dapat lebih mudah meraih dukungan dan kredibilitas dari masyarakat.

Citra dibutuhkan untuk mengubah cara pandang konsumen terhadap suatu perusahaan. Citra merupakan impresi, perasaan, atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu objek, orang atau mengenai lembaga (Kurliyatin et al., 2018). Penting bagi sekolah untuk membangun citra yang positif dengan menjaga kualitas pengajaran, mempromosikan prestasi siswa dan terlibat aktif dalam kegiatan komunitas.

#### **2.1.8.2. Jenis – Jenis Citra Sekolah**

Jenis citra sekolah dapat bervariasi tergantung pada konteks dan sudut pandang yang digunakan. Berikut beberapa jenis citra sekolah yang ditemukan (Krisbiyanto & Nadhifah, 2022) sebagai berikut:

1. Citra akademik : Citra yang berkaitan dengan kualitas pendidikan dan prestasi akademik yang dicapai oleh sekolah, seperti nilai ujian, peringkat nasional atau internasional, dan persentase siswa yang melanjutkan ke perguruan tinggi.
2. Citra kepemimpinan : Citra yang berkaitan dengan kepemimpinan sekolah dan kemampuan kepala sekolah dalam mengelola dan memimpin guru dan siswa.
3. Citra lingkungan : Citra yang berkaitan dengan kualitas lingkungan fisik sekolah, seperti bangunan, fasilitas, keamanan, dan kebersihan.
4. Citra sosial : Citra yang berkaitan dengan hubungan antara sekolah dan komunitas, termasuk keterlibatan orang tua, dukungan masyarakat, dan citra publik.
5. Citra nilai-nilai : Citra yang berkaitan dengan nilai-nilai dan budaya sekolah, seperti disiplin, tanggung jawab, kerjasama, dan keberagaman.

6. Citra inovasi dan teknologi : Citra yang berkaitan dengan inovasi dan penggunaan teknologi di sekolah, seperti penggunaan perangkat lunak pembelajaran, ruang kelas virtual, atau program kecerdasan buatan.

Sekolah juga merupakan citra bisnis, karena memiliki tujuan untuk memberikan pendidikan dan pelatihan kepada siswa untuk mempersiapkan siswa menjadi lulusan yang unggul. Adapun citra dibagi menjadi lima jenis (Ahmad, 2021):

1. *Corporate image* (citra organisasi) : Pandangan masyarakat terhadap identitas yang ditawarkan oleh organisasi tersebut.
2. *The wish image* (citra keinginan) : Citra yang diharapkan oleh manajemen atau internal untuk dimiliki organisasi. Citra ini digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan baru.
3. *The mirror image* (citra bayangan) : Bagaimana dugaan citra yang diyakini oleh internal organisasi itu sendiri.
4. *The current image* (citra terkini) : Pandangan dari pihak eksternal terhadap organisasi, citra ini berasal dari pengalaman maupun informasi yang didapat oleh pihak tersebut mengenai organisasi.
5. *The multiple image* (citra majemuk) : Citra lain yang dimiliki oleh individu atau pihak dari organisasi yang berbeda dengan citra organisasi itu sendiri.

### 2.1.8.3. Manfaat Citra

Manfaat dari citra yang diperoleh oleh perusahaan atau organisasi terhadap konsumen (Rikky, 2020) adalah :

1. Terjadinya saran dari mulut konsumen ke mulut konsumen lain (*Word of Mouth*) yang berdampak pada laba dan reputasi perusahaan atau organisasi.

Penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa produk atau layanan mereka memenuhi harapan konsumen dan memberikan pengalaman yang positif. Perusahaan juga perlu merespons dengan cepat ketika ada keluhan dari konsumen dan mengambil tindakan untuk memperbaiki masalah yang ada. Dengan cara ini, perusahaan akan dapat meningkatkan kesetiaan konsumen dan membangun reputasi perusahaan yang baik.

2. Keuntungan perusahaan atau organisasi akan naik.

Citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, membangun reputasi

yang positif, dan meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan citra baik juga lebih menarik bagi investor dan karyawan, sehingga dapat membantu memperkuat posisi perusahaan di pasar.

3. Relasi antara perusahaan/organisasi dengan konsumen menjadi damai.

Relasi antara perusahaan dan konsumen yang baik dan damai sangat penting untuk keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini karena konsumen adalah salah satu pihak yang sangat penting dalam menentukan kesuksesan sebuah perusahaan, terutama dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan keuntungan perusahaan.

4. Membuktikan dasar yang baik bagi mereka yang melakukan pembelian berulang.

Membuktikan dasar yang baik bagi konsumen yang melakukan pembelian berulang adalah salah satu strategi penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Konsumen yang melakukan pembelian berulang cenderung lebih menguntungkan bagi perusahaan karena mereka tidak hanya memberikan keuntungan jangka pendek, tetapi juga memberikan potensi keuntungan jangka panjang dan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain.

5. Mendorong terciptanya kesetiaan pada konsumen.

Dengan mendorong terciptanya kesetiaan pada konsumen, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi dan citra perusahaan, serta meningkatkan keuntungan jangka panjang.

#### 2.1.8.4. Proses Pembentukan Citra Sekolah

Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto terdapat empat komponen pembentukan citra sekolah (Annur & Audina, 2020) sebagai berikut :

1. Persepsi

Persepsi citra sekolah mengacu pada cara individu atau kelompok menginterpretasikan dan memahami citra atau reputasi suatu sekolah. Persepsi citra sekolah dapat mempengaruhi keputusan individu atau kelompok untuk memilih sekolah tertentu atau bahkan dapat mempengaruhi citra sekolah di mata masyarakat luas.

2. Motivasi

Pembentukan citra sekolah dapat memberikan motivasi bagi siswa, guru, dan staf sekolah untuk meningkatkan kinerja dan prestasi mereka. Citra yang baik dapat memberikan dorongan untuk meraih lebih banyak prestasi.

### 3. Motif

Keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

### 4. Sikap

Kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi, sikap menentukan apakah orang harus pro (mendukung) atau kontra (menolak) terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan.

#### 2.1.8.5. Indikator Citra Sekolah

Adapun indikator dari faktor citra sekolah (Tjiptono, 2015) adalah :

##### 1. Akreditasi sekolah

Proses penilaian dan pengakuan kualitas sekolah oleh lembaga akreditasi yang independen dan diakui oleh pemerintah atau badan-badan pendidikan.

##### 2. Reputasi sekolah

Reputasi sekolah merujuk pada persepsi umum tentang kualitas pendidikan yang diberikan oleh suatu sekolah.

##### 3. Budaya atau nilai-nilai sekolah

Nilai-nilai sekolah dapat menjadi bagian dari budaya sekolah, di mana lembaga pendidikan memberikan panduan dan tuntunan bagi siswa untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh sekolah tersebut. Budaya sekolah yang positif dan sejalan dengan nilai-nilai yang ingin ditanamkan oleh lembaga pendidikan akan membantu mendorong perkembangan karakter dan moral yang baik.

##### 4. Prestasi siswa

Pencapaian atau hasil yang dicapai oleh siswa-siswi dalam berbagai aspek, seperti akademik (ujian sekolah dan cerdas cermat) dan non akademik (musik, seni, tari, dan olahraga) yang akan membawa nama baik atau menghasilkan citra sekolah yang baik pada lembaga pendidikan atau sekolah.

##### 5. Kepemimpinan sekolah

Proses memimpin, mengatur dan mengelola sebuah institusi pendidikan dengan tujuan mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan. Kepemimpinan sekolah melibatkan berbagai macam tugas, seperti merancang strategi pendidikan, memotivasi staf dan siswa, mengelola anggaran, memfasilitasi pembelajaran, mengelola konflik, dan membangun hubungan yang baik dengan komunitas di sekitar sekolah. Kemampuan pemimpin sekolah dapat mempengaruhi tingkat mutu kualitas Pendidikan yang ada di sekolah, baik dari staf, guru dan siswa-siswi serta masyarakat lingkungan sekolah.

#### 6. Kualitas tenaga pendidik

Kualitas tenaga pendidik dapat memengaruhi hasil belajar siswa-siswi serta memberikan pengaruh yang kuat pada perkembangan siswa-siswi dalam sikap pro aktif nya dalam belajar.

#### 7. Hubungan dengan masyarakat

Interaksi dan komunikasi antara suatu organisasi atau lembaga dengan masyarakat yang ada di sekitarnya. Hubungan dengan masyarakat bertujuan untuk membangun kepercayaan, pemahaman, dan dukungan dari masyarakat terhadap organisasi atau lembaga tersebut. Dalam bisnis sekolah, hubungan dengan masyarakat sering kali mencakup berbagai strategi komunikasi dan pemasaran yang bertujuan untuk memperkuat citra sekolah dan mempromosikan jasa.

### 2.2. Review Peneliti Terdahulu

Salah satu peranan penting dalam melakukan suatu penelitian adalah kajian hasil-hasil penelitian terdahulu. Hasil-hasil penelitian tersebut dapat dijadikan dasar dan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah hasil penelitian terdahulu :

1. Penelitian ini dilakukan oleh Andrew Satria Lubis, Alfi Amalia dan Saroha Simanjuntak (2020) dengan judul penelitian, Pengaruh Fasilitas Sekolah, Biaya Pendidikan dan Lokasi Sekolah terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Untuk Melanjutkan Pendidikan Ke SMA Al-Ulum Terpadu. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil menunjukkan fasilitas sekolah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa melanjutkan sekolah di SMA Al-Ulum Terpadu. Biaya pendidikan secara



parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan siswa melanjutkan sekolah di SMA Al-Ulum Terpadu. Lokasi sekolah secara parsial tidak signifikan terhadap keputusan siswa melanjutkan sekolah di SMA Al-Ulum Terpadu. Fasilitas sekolah, biaya pendidikan dan lokasi sekolah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa melanjutkan sekolah di SMA Al-Ulum Terpadu (Lubis et al., 2020).

2. Penelitian ini dilakukan oleh Anis Kurliyatin, Ibrahim Bafadal dan Wildan Zulkarnain (2018) dengan judul penelitian, Hubungan Citra Sekolah, Pelayanan Prima, Harapan Orangtua, Dan Rasa Bangga Orangtua Dengan Keputusan Orangtua Menentukan Sekolah Untuk Anaknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif korelasional dengan metode analisis jalur. Hasil analisis menunjukkan tidak terdapat pengaruh hubungan citra sekolah dengan keputusan orangtua melalui pelayanan prima. Terdapat hubungan citra s sekolah dengan keputusan orangtua melalui harapan orangtua. Tidak terdapat hubungan citra sekolah dengan keputusan orangtua melalui rasa bangga orangtua. Terdapat hubungan pelayanan prima dengan keputusan orangtua melalui harapan orangtua. Tidak terdapat hubungan pelayanan prima dengan keputusan orangtua melalui rasa bangga orangtua. Terdapat hubungan harapan orangtua dengan keputusan orangtua melalui rasa bangga orangtua (Kurliyatin et al., 2018).
3. Penelitian ini dilakukan oleh Ahmad Fadli (2020) dengan judul penelitian, Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada SMK Swasta TeladanSumut-1. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan lokasi dan fasilitas pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa fasilitas pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah pada SMK Swasta Teladan Sumut-1 (Fadli, 2020).
4. Penelitian ini dilakukan oleh Udin Ahidin (2021) dengan judul penelitian, Pengaruh Citra Sekolah Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Siswa Untuk Melanjutkan Pendidikan Ke SMK. Metode analisis data dalam pengujian ini digunakan analisis statistik yang meliputi pengujian regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa terdapat citra

sekolah berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa untuk melanjutkan pendidikan ke SMK. Biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa untuk melanjutkan pendidikan ke SMK. Citra sekolah dan biaya pendidikan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa untuk melanjutkan pendidikan ke SMK (Ahidin, 2021).

5. Penelitian ini dilakukan oleh Dewa Gede Agung Artha Swikara Putra, Ni Wayan Eka Mitariani dan I Gusti Ayu Imbayani (2022) dengan judul penelitian, Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan Di Sekolah Dasar Jambe Agung Batubulan. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi liner berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, persepsi harga dan citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa Pendidikan di Sekolah Dasar Jambe Agung Batubulan (Agung et al., 2022).
6. Penelitian ini dilakukan oleh Nur Hanina Alifiah dan Erny Roesminingsih (2020) dengan judul penelitian, Pengaruh Manajemen Humas Dan Citra sekolah Terhadap Minat Orang Tua Di Sub Rayon 34 Surabaya. Hasil analisis data pada variabel manajemen humas secara parsial berpengaruh variabel minat orang tua. Variabel citra sekolah secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat orang tua. Variabel manajemen humas dan citra sekolah secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat orang tua (Roesminingsih & Alifah, 2020).

Berdasarkan hasil review peneliti terdahulu yang telah diuraikan diatas, dapat dirangkum tabel review peneliti terdahulu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Review Peneliti Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Andrew Satria Lubis, Alfi Amalia, dan Saroha Simanjuntak (2020)	Pengaruh Fasilitas Sekolah, Biaya Pendidikan dan Lokasi Sekolah terhadap Pengambilan Keputusan Siswa untuk Melanjutkan Pendidikan ke SMA AI-Ulum Terpadu.	$X_1$ : Fasilitas Sekolah $X_2$ : Biaya Pendidikan $X_3$ : Lokasi Sekolah $Y$ : Pengambilan Keputusan	Secara Simultan : Fasilitas sekolah, biaya pendidikan dan lokasi sekolah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa melanjutkan sekolah di SMA AI-Ulum Terpadu.  Secara Parsial : Fasilitas sekolah berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa melanjutkan sekolah di SMA AI-Ulum Terpadu.  Biaya pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan siswa melanjutkan sekolah di SMA AI-Ulum Terpadu.  Lokasi sekolah berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan siswa melanjutkan sekolah di SMA AI-Ulum Terpadu.

## Lanjutan Tabel 2.1

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Anis Kurliyati, Ibrahim Bafadal, dan Wildan Zulkarnain (2018)	Hubungan Sekolah, Pelayanan Prima, Harapan Orangtua, Dan Rasa Bangga Orangtua Dengan Keputusan Orangtua Menentukan Sekolah untuk Anaknya.	$X_1$ : Citra Sekolah $X_2$ : Pelayanan Prima $X_3$ : Harapan Orangtua $X_4$ : Rasa Bangga Orangtua $Y$ : Keputusan Orangtua	Secara Simultan : Rasa bangga orangtua berpengaruh signifikan terhadap keputusan Orangtua.  Secara Parsial : Citra sekolah berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan Orangtua.  Pelayanan prima berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan Orangtua.  Harapan orangtua

					berpengaruh signifikan terhadap keputusan Orangtua.
Ahmad Fadli (2020)	Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada SMK Swasta Teladan Sumut-1.	$X_1$ : Lokasi $X_2$ : Fasilitas Pendidikan Y : Keputusan memilih sekolah			Secara Simultan : Lokasi dan fasilitas pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah.  Secara Parsial : Fasilitas pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah
Udin Ahidin (2021)	Pengaruh citra sekolah dan biaya pendidikan terhadap keputusan siswa untuk melanjutkan pendidikan ke SMK.	$X_1$ : Citra Sekolah $X_2$ : Biaya Pendidikan Y : Keputusan Siswa			Secara Simultan : Citra sekolah dan biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa.  Secara Parsial : Citra sekolah berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa.  Biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa.
Dewa Agung Swikara Ni Wayan Eka Mitriani, dan I Gusti Ayu Imbayani (2022)	Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan Di Sekolah Dasar Agung Batubulan.	$X_1$ : Lokasi $X_2$ : Persepsi Harga $X_3$ : Citra Sekolah Y : Keputusan Orangtua Murid			Secara Simultan : Lokasi, persepsi harga dan citra sekolah berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua Murid.  Secara Parsial : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orangtua Murid.  Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orang Tua Murid.  Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orangtua Murid.

Lanjutan Tabel 2.1

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Nur Hanina Alifiah dan Erny Roesminingsih (2020)	Pengaruh Manajemen Humas dan Citra sekolah Terhadap Minat Orang Tua Di Sub Rayon 34 Surabaya.	$X_1$ : Manajemen Humas $X_2$ : Citra sekolah Y : Minat Orang Tua	Secara Simultan : Manajemen humas dan citra sekolah berpengaruh terhadap minat orang tua  Secara Parsial : Manajemen humas berpengaruh signifikan terhadap minat orang tua.  Citra sekolah berpengaruh signifikan terhadap minat orang tua.

### 2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan kerangka pemikiran tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Fadli, 2020).

Keputusan memilih merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Keputusan memilih merupakan suatu keputusan dari pertimbangan-pertimbangan yang disesuaikan dengan keadaan atau kondisi yang ada (Ahidin, 2021). Keputusan memilih pada dasarnya dibentuk dari perilaku seseorang yang diawali oleh adanya kesadaran akan suatu kebutuhan dan keinginannya. Keputusan memilih sekolah sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain lokasi sekolah, fasilitas pendidikan, dan citra sekolah.

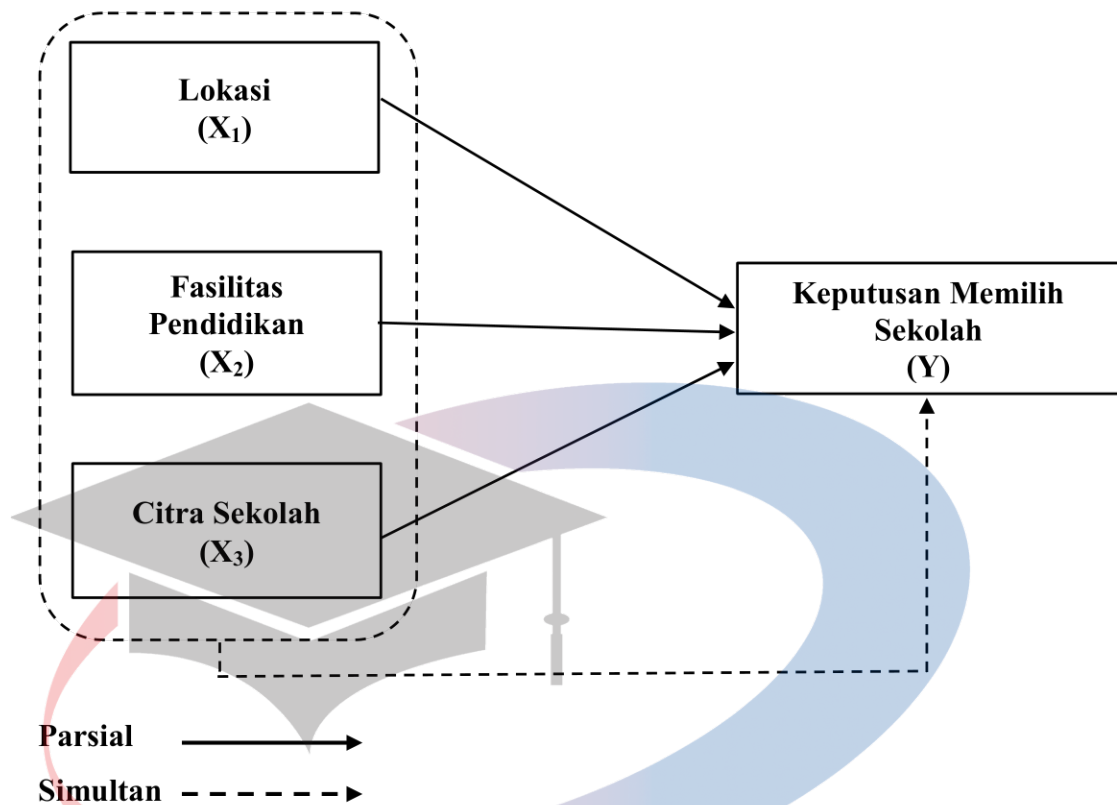
Lokasi merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan dimana aktivitas perusahaan beroperasi yang dapat mempengaruhi seseorang dalam keputusan memilih. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah untuk menjangkaunya (Muhtarom et al., 2022). Lokasi usaha yang strategis menjadi faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Calon siswa-siswi akan memilih sekolah yang letaknya strategis dan mudah dijangkau, seperti dekat dengan rumah atau tempat kerja. Selain itu, lokasi sekolah yang aman dan nyaman juga menjadi pertimbangan. Oleh karena itu, sekolah yang berada di lingkungan yang aman dan nyaman cenderung lebih diminati.

Selain lokasi, penyediaan dari adanya fasilitas pendidikan yang memadai juga

perlu diperhatikan untuk mendorong siswa-siswi dalam melakukan keputusan memilih. Fasilitas diartikan sebagai perlengkapan yang terlihat nyata untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen (Muhtarom et al., 2022). Semakin lengkap fasilitas pendidikan yang diberikan sekolah akan menciptakan kepuasan bagi siswa-siswi. Calon siswa-siswi akan memilih sekolah yang memiliki fasilitas yang memadai dan lengkap, seperti ruang kelas yang nyaman dan perlengkapan pembelajaran yang lengkap, perpustakaan yang lengkap, laboratorium yang modern dan lapangan olahraga yang luas. Sekolah yang memiliki fasilitas yang lengkap dan modern cenderung lebih diminati siswa-siswi karena dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih baik dan mampu mengembangkan bakat siswa-siswi dalam setiap bidang yang diikuti.

Citra sekolah memiliki peranan penting dalam perkembangan sekolah, karena menyangkut reputasi dan kepercayaan merek yang kemudian menjadi pedoman bagi siswa-siswi untuk menggunakan jasa (Ahidin, 2021). Calon siswa-siswi dalam keputusan memilih sekolah tentulah yang memiliki citra sekolah yang baik seperti memiliki prestasi akademik yang tinggi cenderung lebih diminati, yang nantinya akan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan bagi siswa-siswi dan tidak merasa kecewa pada keputusannya dalam memilih sekolah. Hal inilah yang mendorong suatu organisasi untuk memperkuat posisi citranya agar tercipta citra dan kesan yang positif dan melekat dibenak seseorang.

Berdasarkan uraian teori yang telah dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi, fasilitas pendidikan dan citra sekolah saling berhubungan dalam keputusan memilih sekolah. Calon siswa-siswi akan mempertimbangkan semua faktor tersebut sebelum memutuskan untuk memilih sekolah yang terbaik untuk mereka. Maka peneliti merumuskan kerangka konseptual yang menunjukkan pengaruh antara variabel bebas (lokasi, fasilitas pendidikan dan citra sekolah) terhadap variabel terikat (keputusan memilih sekolah) sebagai berikut :



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

## 2.4. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah peneliti telah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Hal ini dapat dinyatakan sebagai teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris dengan data.

### 2.4.1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah

Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Minarti & Ginoga, 2022). Dengan lokasi yang tepat, dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan pilihan. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing bisnis untuk mendapatkan akses ke pasar. Keputusan memilih oleh konsumen terhadap jasa yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh lokasi perusahaan atau institusi. Untuk itu sekolah harus tanggap

terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan keputusan memilih untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya (Agung et al., 2022). Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih (Fadli, 2020).

Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan memilih sekolah di SMK Swasta Tritech Informatika Medan.**

#### **2.4.2. Pengaruh Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Sekolah**

Fasilitas yang baik dapat mempengaruhi suatu tingkat keputusan dalam diri seseorang sehingga dapat mendorong seseorang dalam melakukan keputusan memilih. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Rikky, 2020). Fasilitas dalam usaha jasa berhubungan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen, karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan di dasari oleh apa yang mereka peroleh setelah memakai jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas jika penyedia jasa memberikan fasilitas yang lengkap. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan kepada konsumen, maka konsumen akan merasa puas terhadap keputusan memilih jasa tersebut. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih (Khasanah, 2018).

Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh fasilitas pendidikan terhadap keputusan memilih sekolah di SMK Swasta Tritech Informatika Medan.**

#### **2.4.3. Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Memilih Sekolah**

Citra tidak dapat dibentuk begitu saja namun memerlukan proses untuk membentuknya. Perusahaan selalu meningkatkan citra agar konsumen puas dan tidak kecewa pada jasa yang ditawarkan, karena dengan semakin banyaknya konsumen yang puas dan tidak kecewa maka citra dari perusahaan akan semakin baik dan meningkat. Citra merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai terhadap hubungan masyarakat atau *public relations* (Ahidin, 2021). Citra yang baik harus



dibangun oleh perusahaan karena cikal bakal yang harus dipertahankan dan dikembangkan oleh perusahaan itu sendiri. Salah satunya untuk mengambil keputusan penting dan mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut dalam daya saing bisnis. Seberapa kuat citra perusahaan tertanam dalam ingatan konsumen berpengaruh terhadap perilaku dan sikap konsumen selanjutnya. Oleh karena itu, suatu bisnis harus dapat menciptakan citra yang baik di benak konsumennya. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa citra sekolah berpengaruh positif terhadap keputusan memilih (Kurliyatin et al., 2018).

Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah di SMK Swasta Trittech Informatika Medan.**

#### **2.4.4. Pengaruh Lokasi, Fasilitas Pendidikan dan Citra Sekolah Secara Simultan Terhadap Keputusan Memilih Sekolah**

Keputusan memilih adalah pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih (Fadli, 2020). Artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan dari beberapa alternatif pilihan dan keputusan yang diambil mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan memilih. Oleh karena itu, bisnis sekolah harus memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan memilih. Seperti memperhatikan lokasi yang cocok dan strategis, menyediakan fasilitas yang memadai guna mempermudah aktivitas siswa-siswi dan citra sekolah yang dikenal baik akan membuat siswa-siswi memiliki rasa kepuasan dari jasa pendidikan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi, fasilitas pendidikan dan citra sekolah, maka keputusan memilih terhadap jasa Pendidikan yang disediakan akan semakin besar.

Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut :

**H<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh lokasi, fasilitas pendidikan dan citra sekolah secara simultan terhadap keputusan memilih sekolah di SMK Swasta Trittech Informatika Medan.**