

Pengaruh Promosi dan Citra Sekolah terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah pada MIS Nurul Falah Carenang

Azzahra Azzurini¹, Anah Furyanah^{2*}

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

azzahraazzurini@gmail.com¹, dosen01816@unpam.ac.id^{2*}

Received 10 Juli 2025 | Revised 20 Juli 2025 | Accepted 04 September 2025

*Korespondensi Penulis

Abstract

This research aims to determine the effect of promotion and school Image both partially and simultaneously on decisions to choose schools at MIS Nurul Falah Carenang. The research method used is quantitative method. The population in this study were all students in grades 1-6 of MIS Nurul Falah Carenang in the 2023-2024 school year totaling 90 people, and the sample in this study was the entire population taken. The sampling technique used is non probability sampling, and the type is saturated sampling. Data collection by means of a questionnaire, and the analysis used is validity test, reliability test, data instrument test, quantitative analysis of regression, correlation, determination, and hypothesis testing (t test and f test). The results showed that promotion has a significant effect on the decision to choose with a determination value of 62.3% and the value of t count > t table (3.783 > 1.987). School image has a significant effect on the decision to choose with a determination value of 70% and the value of t count > t table (6.337 > 1.987), the coefficient of determination is 37.7% and 30% is influenced by other factors with the value of f count > f table (125.276 > 3.10). This shows that promotion and school image simultaneously have a significant effect on decisions to choose schools at MIS Nurul Falah Carenang.

Keywords: Promotion; School Image; Decision to Choose

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan citra sekolah baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan memilih sekolah pada MIS Nurul Falah Carenang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa/i kelas 1-6 MIS Nurul Falah Carenang tahun ajaran 2023-2024 yang berjumlah 90 orang, dan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh dari populasi yang diambil. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*, dan jenis nya adalah sampling jenuh. Pengumpulan data dengan cara kuesioner, dan analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji instrumen data, analisis kuantitatif regresi, korelasi, determinasi, dan uji hipotesis (uji t dan uji f). Hasil penelitian menunjukkan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih dengan nilai determinasi sebesar 62,3% dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,783 > 1,987). Citra sekolah berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih dengan nilai determinasi sebesar 70% dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,337 > 1,987), nilai koefisien determinasi 37,7% dan 30% dipengaruhi oleh faktor lainnya dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ (125,276 > 3,10). Hal ini menunjukkan bahwa promosi dan citra sekolah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah pada MIS Nurul Falah Carenang.

Kata Kunci: Promosi; Citra Sekolah; Keputusan Memilih

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang serba cepat ini, perubahan politik, ekonomi dan sosial budaya

menjadi hal yang lumrah terjadi di masyarakat. Akibatnya, persaingan kini menjadi lebih ketat, terutama di sektor pendidikan. Seperti yang kita

semua tahu, penawaran dan layanan promosi datang dalam berbagai variasi saat ini. Karena banyaknya pilihan yang tersedia, konsumen atau peserta didik untuk bebas membuat pilihan untuk pergi ke sekolah mana yang dapat menarik perhatian dan menjaga konsumen tetap setia pada apa yang dia pilih. Karena pendidikan merupakan pionir bagi anak negeri, khususnya di Indonesia. Dengan adanya pendidikan, maka manusia atau masyarakat pada akhirnya akan memperoleh pengetahuan yang lebih luas.

Pendidikan merupakan upaya mengembangkan potensi dan keterampilan manusia pada berbagai tahapan dalam bidang pendidikan. Masyarakat harus mampu mengikuti perkembangan zaman dan mengejar pendidikan agar dapat bersaing di masa depan. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 31 ayat (1) menjamin hak untuk mendapatkan pendidikan bagi seluruh warga negara Republik Indonesia. Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional yang dapat mengembangkan potensi peserta didik yang berakhlak mulia, beriman dan bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa, yang diatur dengan undang-undang, sesuai dengan ayat (3) dari pasal yang sama. Pencapaian pendidikan generasi penerus bangsa akan memiliki dampak yang signifikan terhadap pembangunan negara di masa depan.

Banyaknya jumlah lembaga pendidikan, terutama Madrasah Ibtidaiyah (MI) dan Sekolah Dasar (SD) membuat mereka harus berlomba-lomba untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat. Sekolah-sekolah tersebut pasti akan bersaing satu sama lain untuk memasarkan pendidikannya. Salah satunya ada MIS Nurul Falah yang merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta yang terletak di desa Carenang, kecamatan Cisoka, kabupaten Tangerang-Banten. Yang mana secara fisik lembaga pendidikan ini menampilkan citra Islami. Pengambilan keputusan yaitu suatu proses kognitif yang menggabungkan ingatan, konsep, pemrosesan informasi, dan penilaian evaluatif. Menurut Danang (2015:88). Keputusan memilih adalah suatu dorongan emosional yang dihasilkan oleh diri sendiri ataupun pengaruh dari luar. Proses keputusan memilih merupakan proses psikologi dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan mereka. Keputusan memilih pula merupakan salah satu konsep

yang berasal dari perilaku konsumen atau peserta didik secara individu, kelompok ataupun organisasi yang menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Berikut adalah tabel data keseluruhan jumlah siswa/i MIS Nurul Falah Carenang pada tahun ajaran 2019-2020, 2020-2021 dan 2023-2024 :

Tabel 1. Jumlah siswa MIS Nurul Falah pada tahun ajaran 2019 s/d 2024

| Tahun ajaran | Jumlah siswa |
|--------------|--------------|
| 2020/2021 | 116 |
| 2021/2022 | 96 |
| 2023/2024 | 90 |
| Total | 302 |

Sumber : MIS Nurul Falah Carenang 2024

Seperti yang terlihat pada tabel 1.1, jumlah siswa/i MIS Nurul Falah Carenang pada tahun ajaran 2020/2021 mencapai 116 siswa/i. Yang kemudian di tahun ajaran 2021-2022 terdapat penurunan jumlah siswa/i yaitu mencapai 96 orang, dan di tahun 2023-2024 MIS Nurul Falah Carenang mengalami penurunan kembali yang mana jumlah siswa/i hanya mencapai 90 orang. Adanya jumlah penurunan pada tahun ajaran tersebut membuat maka perlu di teliti agar sekolah dapat mengambil langkah strategis dalam mempertahankan minat pada peserta didik.

Penurunan jumlah siswa/i yang terjadi penulis duga disebabkan karena citra sekolah dari MIS Nurul Falah Carenang belum menjangkau luas para konsumennya, selanjutnya masih kurang maksimalnya promosi yang dilakukan oleh MIS Nurul Falah Carenang, hal ini dikarenakan minat calon peserta didik yang menurun sebagai akibat dari menurunnya jumlah siswa/i. Untuk mengatasi persoalan ini, pihak manajemen MIS Nurul Falah Carenang harus mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan para calon peserta didik untuk dapat memutuskan memilih MIS Nurul Falah Carenang, sehingga dapat mengevaluasi dan memperbaikinya. Naik turunnya jumlah siswa/i MIS Nurul Falah Carenang tersebut diperkirakan akan terus terjadi apabila tidak mengambil strategi untuk mengantisipasinya. Adapun nilai akreditasi MIS Nurul Falah Carenang sebagai berikut :

Tabel 2. Nilai Akreditasi MIS NURUL FALAH Carenang

| Tahun | Akreditasi |
|---------------|------------|
| 2013-2018 | B |
| 2018-Sekarang | B |

Sumber : MIS NURUL FALAH Carenang 2018

Pada tabel 1.2 di tahun 2013-2018 nilai akreditasi MIS Nurul Falah Carenang mendapatkan B (Baik) begitupun di tahun 2018-sekarang, hal ini membuat MIS Nurul Falah Carenang harus terus berupaya untuk meningkatkan nilai akreditasi agar menjadi A.

METODE

Metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dan dilaksanakan dengan cara yang bersifat operasional guna mencapai tujuan tersebut. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat asosiatif. Menurut Sugiyono (2018;13), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang di teliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas 1-6 MIS Nurul Falah Carenang Tahun Ajaran 2023-2024 yang berjumlah 90 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh dari populasi yang diambil, yaitu seluruh siswa kelas 1-6 MIS Nurul Falah Carenang tahun ajaran 2023-2024 yang berjumlah 90 orang.

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui ketepatan sebuah data. Uji asumsi klasik terhadap model regresi dilakukan agar dapat mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak. Oleh karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah meliputi : Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Promosi (X_1), Citra Sekolah (X_2), Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen (Y). Pengujian hipotesis meliputi uji t (pengujian secara parsial) dan uji F (uji simultan).

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal dari grafik P-plot atau dengan melakukan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Uji Normalitas digunakan untuk memastikan apakah nilai residual berdistribusi secara teratur atau tidak. Dalam penelitian digunakan dua metode untuk melakukan uji normalitas.

Tabel 1. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 90 |
| Normal | Mean | ,0000000 |
| Parameters ^{a,b} | Std. Deviation | 3,65316219 |
| | | |
| Most | Absolute | ,125 |
| Extreme | Positive | ,108 |
| Differences | Negative | -,125 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1,190 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,118 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan pada tabel 1, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,118. Dengan demikian dapat dikatakan signifikansi apabila lebih dari 0,05 ($0,118 > 0,05$) maka asumsi distribusi persamaan pada uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* adalah normal.

Uji Multikolonieritas

Menurut Ghazali (2021:157) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor (VIF)*.

Tabel 2. Uji Multikolonieritas

| Model | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---------------|-------|-------------------------|------------|
| | | <i>Tolerance</i> | <i>VIF</i> |
| 1 (Constant) | 0,313 | | |
| Promosi | ,000 | ,369 | 2,707 |
| Citra Sekolah | ,000 | ,369 | 2,707 |

Sumber : Hasil Olah SPSS 20

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 2, menunjukkan bahwa promosi memiliki nilai VIF 2,707 dan nilai VIF citra sekolah sebesar 2,707. Nilai *Tolerance* dari variabel independen sebesar ,369 yang artinya nilai $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* < 1 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada

korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Berikut hasil dari pengujian Autokorelasi :

**Tabel 3. Uji Autokorelasi
Model Summary^b**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,862 ^a | ,742 | ,736 | 3,695 | 2,180 |

a. Predictors: (Constant), CITRA SEKOLAH, PROMOSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMILIH

Sumber : Hasil Olah SPSS 20

Berdasarkan tabel 3, nilai Durbin-Watson 2,180 terlihat jelas. Selain itu, perbandingan signifikan 5% akan dibuat antara angka ini dan nilai tabel Durbin Watson. Dengan menggunakan rumus (K:N), dalam hal ini ada dua variabel independen atau “K” dan 90 sampel atau “N”, yang berarti (K:N = 2:90). Distribusi nilai tabel Durbin-Watson kemudian menunjukkan angka ini : nilai dU adalah 1,702 dan nilai dL adalah 1,611. Nilai Durbin-Watson sebesar 2,180 (<) dari (4-dU) 4-1,702 = 2,298 dan (>) dari batas atas (dU) 1,702. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat diambil dari analisis Durbin-Watson adalah tidak ada masalah atau gejala autokorelasi.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen : promosi (X_1) dan citra sekolah (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen : keputusan memilih (Y).

Dengan derajat kebebasan (degree of freedom), $df = n - k - 1$, nilai t tabel dihitung pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. “n” menunjukkan jumlah sampel, dan “k” menunjukkan jumlah variabel X dan Y. Sehingga t tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah : 1,987 dan $df = 90 - 2 - 1 = 87$. Berikut hasil uji t yang dihitung dengan menggunakan aplikasi SPSS 20 :

Pengujian Hipotesis

**Tabel 4. Hasil Uji T Secara Parsial
Coefficients^a**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 2,394 | 2,359 | | | 1,015 | ,313 |
| | PROMOSI | ,344 | ,091 | ,339 | | 3,783 | ,000 |
| | CITRA SEKOLAH | ,591 | ,093 | ,568 | | 6,337 | ,000 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMILIH

Sumber : Hasil Olah SPSS 20

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah promosi (X_1) dan citra sekolah (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan memilih (Y). Pada penelitian ini tingkat signifikan yang digunakan

yaitu 5% (0,05) dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$) dengan keterangan “n” sebagai jumlah sampel dan “k” adalah jumlah variabel. F_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 3,10 dengan rumus ($df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$) dan ($df_2 = n - k - 1 = 90 - 2 - 1 = 87$)

**Tabel 5. Hasil Uji F Secara Simultan
ANOVA^a**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 3420,642 | 2 | 1710,321 | 125,276 | ,000 ^b |
| | Residual | 1187,758 | 87 | 13,652 | | |
| | Total | 4608,400 | 89 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), CITRA SEKOLAH, PROMOSI

Sumber : Hasil Olah SPSS 20

Berdasarkan hasil tabel perhitungan uji f , diketahui bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($125,276 > 3,10$) hasil penelitian menunjukkan H_0 ditolak H_a diterima dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan citra sekolah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.

Pembahasan

Pengaruh secara parsial antara Promosi (X_1) terhadap Keputusan Memilih (Y)

Kesimpulan analisis menunjukkan bahwa $Y = 7,865 + 0,803X_1$ adalah nilai persamaan regresinya. Koefisien regresi sebesar $0,803$ menunjukkan pengaruh (positif), yaitu untuk setiap kenaikan satu-satuan promosi (X_1) maka keputusan memilih akan naik sebesar $0,803$. Hasil koefisien korelasi sebesar $0,789$ menunjukkan bahwa terdapat tingkat pengaruh yang kuat antara kedua variabel, berdasarkan interval nilai koefisien korelasi pada skala $0,600 - 0,799$. Nilai koefisien determinasi sebesar $0,623$, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi mempengaruhi keputusan memilih sebesar $62,3\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh faktor yang tidak ada dalam penelitian ini sebesar $37,7\%$ ($100\% - 62,3\% = 37,7\%$). Nilai Uji hipotesis nya adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,783 > 1,987$) dan variabel promosi memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ atau 5% . Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel promosi (X_1) dan keputusan memilih (Y) pada MIS Nurul Falah Carenang.

Temuan penelitian ini sependapat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gusdiandika dan Sinduwiatmo (2012) "Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo" yang menyatakan bahwa variabel keputusan memilih secara signifikan dipengaruhi oleh variabel promosi. Selain itu, sependapat pula dengan penelitian terdahulu tentang "Pengaruh Promosi (Promotion) Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Blokagung Banyuwangi" oleh Mamlukhah dan Setiawan (2021) variabel promosi Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Blokagung Banyuwangi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah. Selain itu, penelitian

sebelumnya oleh Ningsih, Djonu dan Rahman (2022) "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Baru dalam Pemilihan SMAK St. Petrus Kewapante" disimpulkan terdapat hubungan antara variabel promosi terhadap keputusan memilih siswa memilih sekolah.

Pengaruh secara parsial antara Citra Sekolah (X_2) terhadap Keputusan Memilih (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 4,766 + 0,871X_2$. Koefisien regresi sebesar $0,871$ menunjukkan pengaruh yang positif, artinya peningkatan citra sekolah (X_2) yang besarnya signifikan akan mengakibatkan peningkatan keputusan memilih (Y) sebesar $0,871$. Berdasarkan rentang nilai koefisien korelasi pada skala $0,800 - 1,000$, maka koefisien korelasi yang dihasilkan sebesar $0,837$ menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki tingkat pengaruh yang sangat kuat. Variabel citra sekolah memiliki pengaruh sebesar 70% terhadap keputusan memilih, sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar $0,700$. Sisanya sebesar 30% ($100\% - 70\% = 30\%$) dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,337 > 1,987$) dan variabel citra sekolah memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ atau 5% . Akibatnya, H_0 ditolak dan H_2 diterima, menunjukkan bahwa keputusan memilih pada MIS Nurul Falah Carenang secara signifikan dipengaruhi sebagian oleh variabel citra sekolah.

Temuan penelitian ini sepemahaman dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Hasan dan Bakhtiar Ass (2020) "Pengaruh Citra Sekolah dan Kualitas Tenaga Pengajar Terhadap Keputusan Peserta Didik Dalam Memilih Sekolah Musik Yamaha Indonesia di Kota Makassar", yang menyatakan bahwa keputusan memilih sekolah musik secara statistik dipengaruhi oleh variabel citra sekolah. Peneliti sebelumnya telah menunjukkan bahwa keputusan siswa memilih sekolah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel citra sekolah, Krisbiyanto dan Nadhifah (2022) "Pengaruh Lokasi dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri". Selain itu, citra merek yang memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah, sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Tirtanata (2020) "Pengaruh Citra Merek

dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Memilih Siswa Pada Sekolah SMP Bodhisatta”.

Pengaruh Promosi (X_1) dan Citra Sekolah (X_2) Terhadap Keputusan Memilih (Y)

Berdasarkan temuan penelitian, keputusan memilih (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel promosi (X_1) dan citra sekolah (X_2). Terdapat pengaruh yang positif, yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 2,394 + 0,344X_1 + 0,591X_2$, dimana nilai koefisien regresi untuk variabel promosi dan citra sekolah masing-masing sebesar 0,344 dan 0,591. Berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,862 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, maka pengaruh promosi (X_1) dan citra sekolah (X_2) terhadap keputusan memilih (Y) masuk dalam rentang skala 0,800 – 1,000 (Sangat Kuat). Variabel promosi dan citra sekolah berpengaruh sebesar 73,6% sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,736, sisanya 26,4% ($100\% - 73,6\% = 26,4\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini. Mengingat hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($125,276 > 3,10$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5% maka jelas bahwa H_0 ditolak dan H_3 . Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan citra sekolah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan memilih pada MIS Nurul Falah Carenang.

Temuan penelitian ini mendukung penelitian Mahnunah dan Roesminingsih (2019) yang berjudul “Hubungan Antara Promosi dan Citra Sekolah Dengan Keputusan Siswa Memilih Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Gresik”, yang menemukan bahwa keputusan siswa memilih MAN di Kabupaten Gresik secara signifikan dipengaruhi oleh variabel promosi dan citra sekolah secara bersamaan. Sependapat pula dengan penelitian sebelumnya yang oleh Laily dan Qotrunnada (2023) “Pengaruh Citra Lembaga dan Strategi Promosi Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Peserta Didik Memilih Sekolah di MTsN 1 Ponorogo” yang menemukan bahwa citra lembaga dan strategi promosi jasa pendidikan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih peserta didik secara simultan. Variabel promosi dan brand image secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih, sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Huda (2018) “Pengaruh Promosi dan Brand Image Jasa Pendidikan Terhadap

Keputusan Orang Tua Peserta Didik Memilih Madrasah Ibtidaiyah (MI) Muhammadiyah Al-Haq Palu”.

SIMPULAN

Temuan analisis menghasilkan nilai persamaan regresi $Y = 7,865 + 0,803X_1$ yang mengindikasikan adanya pengaruh positif sesuai dengan koefisien regresi sebesar 0,803. Selanjutnya, temuan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,783 > 1,987$). Fakta bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, selain itu nilai signifikansi $< 0,05$ atau 5% ($0,000 < 0,05$) mendukung hal ini. Kemudian, determinan atau kontribusi pengaruhnya adalah sebesar 62,3% sedangkan variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 37,7% ($100\% - 62,3\% = 37,7\%$). Dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,789 masuk dalam kategori “Kuat”.

Menurut hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 4,766 + 0,871X_2$ jadi, koefisien regresi sebesar 0,871 menunjukkan pengaruh yang positif. Dan dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($6,337 > 1,987$), nilai sig $< 0,05$ atau lebih tepatnya 5% ($0,000 < 0,05$), semakin mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima jika variabel citra sekolah secara signifikan mempengaruhi keputusan memilih. Selain itu, nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 70%, berdasarkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,837 yang masuk dalam kategori “Sangat Kuat”. Sisanya sebesar 30% ($100\% - 70\% = 30\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Koefisien regresi untuk variabel promosi dan citra sekolah masing-masing sebesar 0,344 dan 0,591 menunjukkan pengaruh yang positif, berdasarkan hasil deskriptif menghasilkan nilai persamaan regresi $Y = 2,394 + 0,344X_1 + 0,591X_2$. Selain itu, nilai sig $< 0,05$ atau 5% ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima berdasarkan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($125,276 > 3,10$). Promosi dan citra sekolah memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan memilih. Hal ini didukung dengan hasil koefisien korelasi yaitu sebesar 0,862 dan masuk dalam kategori “Sangat Kuat”. Nilai determinasi atau pengaruhnya sebesar 73,6% dengan sisanya sebesar 26,4% ($100\% - 73,6\% = 26,4\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, O., Anggriani, I., & Rahman, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Historia Cafe dan Royal Kitchen Manna Bengkulu Selatan. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(1), 129-140.
- Arianto dan Albani, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone samsung, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah : 20138, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/12345678/23962/1>, Di Akses Pada Tanggal 10/05/2020
- Celuch, K., & Robinson, NM (2016). Bagaimana proses umpan balik pelanggan berkontribusi terhadap persepsi orientasi pelanggan dan komitmen afektif dalam konteks layanan pendidikan tinggi. *Jurnal Kepuasan Konsumen, Ketidakpuasan dan Perilaku Mengeluh*, 29, 53-76.
- Dardiri, A. (2015). Optimaliasasi Kejasama Praktik Kerja Industri untuk Meningkatkan Citra Sekolah dan Daya Saing Lulusan SMK. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, Volume 22, Nomor 2, Oktober 2015, 162- 168.
- Fatimah, M., Syamsuddinnor, S., & Alfiannor, A. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Muslimah (Studi kasus pada Suna Gallery Banjarmasin). *Servqual: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-12.
- Gusdiandika, R., & Sinduwiatmo, K. (2012). Pengaruh promosi sekolah terhadap keputusan siswa dalam pemilihan smk sepuluh nopember sidoarjo. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 27-38.
- Hasan, A., & Ass, S. B. (2020). Pengaruh citra sekolah dan kualitas tenaga pengajar terhadap keputusan peserta didik dalam memilih sekolah musik yamaha indonesia di kota makassar. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 79-88.
- Handayani, L. (2019). *Pengaruh Citra, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi (Studi Kasus Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta).
- Hidayat, A. D. S., & Lubis, D. S. W. 2019. "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap PKeputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan" dalam *CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen*, 1(1), 1-7.
- Huda, I. N. (2018). *Pengaruh Promosi Dan Brand Image Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Orang Tua Peserta Didik Memilih Madrasah Ibtidaiyah (MI) Muhammadiyah Al-Haq Palu* (Doctoral dissertation, IAIN Palu).
- Krisbiyanto, A., & Nadhifah, I. (2022). Pengaruh Lokasi dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri. *Academicus: Journal of Teaching and Learning*, 1(1), 20-31.
- Laily, Q. F. (2023). *Pengaruh Citra Lembaga dan Strategi Promosi Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Peserta Didik Memilih Sekolah di MTsN 1 Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Mahnunah, F. K., & Roesminingsih, E. (2019). Hubungan Antara Promosi dan Citra Sekolah Dengan Keputusan Siswa Memilih Madrasah Aliyah Negeri Di Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7.
- Mamlukhah, M., & Setiawan, A. (2021). Pengaruh Promosi (Promotion) Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Blokagung Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID)*, 3(2), 304-314.
- Munarsih., Akbar, Faisal, M., Sudarsono, A. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada Orangtua Siswa SDIT Bina Cendekia-Depok. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 407-414.
- Munarsih, M., & Pratama, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Indomarco Prismatama Cabang Kemiri Raya Kota Tangerang Selatan: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Indomarco Prismatama Cabang Kemiri Raya Kota Tangerang Selatan.

- Jurnal Ekonomi, Bisnis, Kewirausahaan dan Keuangan Indonesia, 2(1), 49-64.
- Murti, T. K. (2019). Pengaruh brand image, promosi dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi pada program studi pendidikan ekonomi. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 7(2), 102-107.
- Ningsih, N. W., Djonu, H. A., & Rahman, N. H. A. (2022). Pengaruh promosi sekolah terhadap keputusan calon siswa baru dalam pemilihan SMAK St. Petrus Kewapante. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(3), 164-175.
- Prasetyo, A. (2018). Penngaruh Citra Lembaga, Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Sma Negeri 1 Sumberrejo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1).
- Pusdikasari, D. S., Julia, A., & Noviani, N. (2016). Preferensi Orang Tua Terhadap Pemilihan Sekolah Dasar Berbasis Islam Atau Umum Di Kabupaten Sumedang. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 164-168.
- Putri, C. A., Siregar, F. A., & rasyicha Lubis, A. (2023). Fungsi-Fungsi Manajemen Bimbingan Dan Konseling. *Liberosis: Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling*, 1(1), 91-100.
- Rakhmanita, A. (2015). Pengaruh harga, promosi, lokasi dan sarana terhadap proses keputusan memilih sekolah pada sekolah alam tangerang. *Widya Cipta*, 7(2), 114-123.
- Riswanto, A., Hurriyati, R., Wibowo, L.A., & Gaffar, V. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha pada UMKM yang Dimediasi oleh Kemampuan Pemasaran Dinamis. *Akses Kualitas menuju Kesuksesan*, 20(172).
- Rizkaputra, F. A., Pratama, A., Aribowo, W. G., & Agnyana, H. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kulit PAS di Kabupaten Magetan Tahun 2022. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 13(1), 383-392.
- Rosmaniar, A. (2019). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan siswa memilih sekolah menengah kejuruan swasta di surabaya. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 22-33.
- Rusmini, R., Hariyanto, D., & Kurniasari, F. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Jasa Pendidikan Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kubu Raya. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 5(1).
- Sapitri, A., & Maryati, M. (2022). Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Revitalisasi Pendidikan Karakter. *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 252-266.
- Sari, W. M., Totalia, S. A., & Sudarno, S. (2016). Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan Memilih Sekolah pada Siswa SMK Kristen 1 Surakarta. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 1(2).
- Setiawan, A. S., & Sasono, H. (2022). Analisis Pengaruh Diklat Dan Motivasi Terhadap Kinerja Dankar: Analysis Of The Effect Of Training And Motivation On Dankar's Performance. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 2(2), 22-47.
- S. Habibah and K. Bayu, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa pada SMK Swasta Kabupaten Subang," *JIMM UNIKOM J. Ilm. Magister Manaj. UNIKOM*, vol. 02, no. 01, p. 70, 2017.
- Sibuea, S. M., & Ambarwati, M. F. (2016). Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Konsumen Mengikuti Program Join Member Body Shop di Mall Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 1, 73-96.
- Sudirjo, F., Paramita, CCP, Yani, I., Marjuki, M., & Utami, EY (2024). Pengaruh Lokasi Usaha dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Reslaj: Jurnal Sosial Pendidikan Agama Laa Roiba*, 6 (3), 2369-2377.
- Syaleh, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Perusahaan Tjahaja Baru Bukittinggi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(1), 68-82.
- Tirtanata, R. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan*

Memilih Siswa Pada Sekolah SMP Bodhisatta (Doctoral dissertation, KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma).

- Venessa Ike & Arifin Zainul. (2017). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati): *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.51, No.1.
- Wibowo, V., Mahendra, A., Tampubolon, M., & Arif, A. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Vivo. *JEMBATAN: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(1), 50-57.
- Yahya, M. (2020). *Pengaruh Citra dan Promosi terhadap Keputusan memilih Perguruan Tinggi dengan Sikap sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Agrobisnis Perkebunan* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).