

**PENGARUH PERSEPSI DAN LOYALITAS ORANG TUA MURID TERHADAP
KEPUTUSAN PEMILIHAN JASA PENDIDIKAN DI
TK SWASTA SULTAN AGUNG PEMATANGSIANTAR
DENGAN CITRA TK SWASTA SULTAN AGUNG
PEMATANGSIANTAR SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

Oleh:
Sherly
Dosen STIE Sultan Agung Pematangsiantar

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi dan loyalitas orangtua murid terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar, dengan citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sebagai variabel mediasi. Jumlah sampel adalah 170 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode accidental sampling yaitu pengambilan sampel secara kebetulan bagi orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar yang pada saat itu berada di lokasi TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk mencari data yang berhubungan dengan penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Kuantitatif dan Analisis Kualitatif. Analisis Kuantitatif menggunakan metode Analisis SEM dengan aplikasi Amos 22.0, untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu persepsi dan loyalitas terhadap keputusan dengan citra sebagai mediasi. Hasil penelitian dan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel persepsi dan loyalitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan baik secara parsial maupun simultan. Variabel persepsi dan loyalitas berpengaruh signifikan terhadap citra baik secara parsial maupun simultan. Variabel citra berpengaruh signifikan terhadap keputusan, dan variabel citra memediasi hubungan persepsi dan loyalitas terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan jumlah murid, maka TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan, seperti persepsi, loyalitas dan citra. Karena dengan mengetahui pengaruh hubungan tersebut dapat dijadikan acuan untuk merancang strategi guna meningkatkan jumlah murid setiap tahunnya.

Kata kunci : Persepsi, Loyalitas, Citra dan Keputusan Pemilihan Jasa Pendidikan

Abstraction

The objective of this research is to test the influence of perception and loyalty of students parents against the decision of the selection of educational service in TK Sultan Agung Pematangsiantar with the image of TK Sultan Agung Pematangsiantar as the mediating variable. The number of samples are 170 people by using non-probability sampling technique and accidental sampling technique taken coincidentally from students parents in the area of TK Sultan Agung Pematangsiantar. The instrument of this research is questionnaires were distributed to the respondents to find data related to this research. It is analyzed in quantitative and qualitatively research. Quantitative research uses SEM analysis method with AMOS 22.0 application, to measure the influence of independent variables toward dependent variables, that is perception, loyalty against decision with image as the mediation. The research result and hypothesis indicate that perception and loyalty variables influence significantly toward the decision partially and simultaneously. Image variable influence significantly toward the decision and image variabel mediates the relation between perception and loyalty toward the decision of selection of education service in TK Sultan Agung Pematangsiantar.

The empirical finding indicates that the management of TK Sultan Agung Pematangsiantar need to observe the factors influence customers' decision in choosing educational services, like perception, loyalty and image. By knowing the effects of the relation, it can be references to design a plan strategy in order to increase the number of students every year.

Keywords : Perception, Loyalty, Image and Decision To Select Educational Service

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan adalah jasa yang berupa proses kebudayaan, pengertian ini berimplikasi adanya

input dan output. Input dalam hal ini adalah peserta didik, sarana, prasarana dan lingkungan, sedangkan outputnya adalah jasa pelayanan pendidikan, lulusan atau alumni dan hasil penelitian. Jasa pelayanan

pendidikan dalam hal ini adalah jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola pendidikan kepada pihak yang menerima pelayanan tersebut secara langsung sesuai dengan standard mutu tertentu. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa kegiatan pendidikan lebih merupakan kegiatan jasa dari pada kegiatan produksi barang. Mutu dari jasa pendidikan dalam artian relatif adalah mutu pelayanan yang sesuai dengan harapan atau melampaui harapan pihak-pihak yang memerlukan dan yang berkepentingan dengan jasa pendidikan tersebut.

Pendidikan Taman Kanak-Kanak yang sering disebut TK merupakan salah satu bentuk PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) yang memiliki peran penting untuk mengembangkan kepribadian anak serta mempersiapkan mereka memasuki jenjang pendidikan selanjutnya. Pendidikan TK merupakan jembatan antar lingkungan keluarga dengan masyarakat yang lebih luas yaitu sekolah dasar dan lingkungan lainnya.

Salah satu cara untuk menarik orang tua siswa untuk menyekolahkan anaknya adalah melalui peningkatan citra sekolah tersebut, agar orang tua mempunyai persepsi positif dan memiliki loyalitas terhadap sekolah tersebut. Sehingga orang tua berkeinginan untuk memutuskan memilih jasa pendidikan di sekolah yang menurut persepsi mereka mempunyai nilai yang baik dan tidak ragu lagi memutuskan memilih jasa pendidikan yang ditawarkan sekolah tersebut.

Salah satu TK swasta yang ada di kota Pematangsiantar adalah TK Swasta Sultan Agung. TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar mendidik muridnya dengan moto “Bermain Sambil Belajar dan Belajar Sambil Bermain” sehingga dapat membentuk karakter anak sesuai dengan perkembangan usianya. Melalui sekolah TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar diharapkan dapat menciptakan generasi muda yang pandai dan berakhlak mulia. Penelitian ini memilih objek TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar karena TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar merupakan salah satu sekolah swasta favorit di Pematangsiantar yang terus mengalami perkembangan, dimana jumlah muridnya mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun.

Untuk mempertahankan sekaligus meningkatkan jumlah muridnya, maka TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar hendaknya berusaha meningkatkan persepsi dan loyalitas orang tua murid terhadap citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dengan menciptakan citra positif orang tua murid misalnya dengan memberikan harga yang kompetitif, memberikan kualitas pendidikan yang memadai, pelayanan yang prima dan lokasi yang aman dan terjangkau oleh peserta didik .

2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana gambaran persepsi, loyalitas orang tua murid dan citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar terhadap keputusan pemilihan

jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

- b. Bagaimana pengaruh persepsi, loyalitas orang tua murid terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar
- c. Apakah Citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar memediasi hubungan antara persepsi dan loyalitas orang tua murid terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui gambaran persepsi, loyalitas orang tua murid dan citra TK swasta Sultan Agung Pematangsiantar terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar
- b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi, loyalitas orang tua murid terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar
- c. Untuk menganalisis pengaruh persepsi dan loyalitas orang tua murid terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar melalui citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sebagai variabel mediasi

4. Metode Penelitian

Adapun desain penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), Penelitian lapangan (*Field Research*) dan Penelitian Eksplanatori. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara, metode kuisioner, metode dokumentasi.

B. LANDASAN TEORI

1. Persepsi

Menurut Schiffman, G. Leon, Leslie (2004:137) persepsi adalah proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.

Menurut Kotler (2000 : 179) persepsi adalah proses dimana individu memilih, merumuskan dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan persepsi seseorang adalah psikologi, famili dan kebudayaan.

2. Loyalitas

Oliver dalam Lupioyandi dan Hamdani (2006:193) mendefinisikan loyalitas adalah komitmen yang dipegang kuat untuk membeli ulang atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan peralihan perilaku. Menurut Lovelock (2007:133) loyalitas adalah keputusan pelanggan untuk secara sukarela

terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama.

Menurut Griffin (2005:31) berikut ada beberapa indikator loyalitas berdasarkan perilaku pelanggan, yakni:

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur
Kesediaan untuk terus memperpanjang hubungan dan terus menggunakan produk/jasa yang ditawarkan perusahaan kita.
- b. Membeli antar lini produk dan jasa
Menggunakan produk lain yang diproduksi dan ditawarkan oleh perusahaan kita, meskipun produknya berbeda-beda.
- c. Mereferensikan kepada orang lain
Menjadi seorang penganjur dan mereferensikan keuasannya dan kebaikan produk/jasa perusahaan kepada pihak lain untuk segera menggunakan produk / jasa perusahaan kita.
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing
Konsistensi penggunaan produk/jasa pelayanan perusahaan walaupun terdapat banyak tawaran dari perusahaan pesaing.

3. Brand Image (Citra)

Menurut Pina (2006:3), citra merupakan suatu konsep yang sangat intuitif dan sangat subjektif. Namun dari perspektif organisasi, citra perusahaan dikonseptualisasikan sebagai suatu cara dimana anggota organisasi mempercayai pandangan dari stakeholder eksternal mengenai organisasi mereka atau suatu cara dimana para manager organisasi menginginkan pihak luar memandang perusahaan.

Menurut Sutrisna (2003:83) citra sebagai total persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk dengan proses informasi dari berbagai sumber setiap waktu.

Menurut Harrison (1995:7) informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat dimensi yaitu *personality*, *reputation*, *value*, dan *corporate identity*.

4. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2005 : 212), pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Pembelian adalah jumlah barang yang dibeli oleh seseorang atau frekuensi seseorang dalam melakukan proses pembelian suatu barang untuk memenuhi kebutuhannya (Mangkunegara, 1998:42). Pembelian itu merupakan suatu kegiatan membeli suatu barang atau jasa, sedangkan arti dari konsumen menurut Bahasa Indonesia adalah pemakai barang-barang hasil industri (Swastha, 1993:256).

Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen biasanya melalui berbagai tahap. Tahap-tahap dalam proses kegiatan suatu pembelian oleh Kotler (2005:174) adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, kegiatan pembelian, dan perilaku pembeli.

C. PEMBAHASAN

1. Analisa

a. Deskriptif Kualitatif

Analisa deskriptif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran mengenai persepsi dan loyalitas orang tua murid terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dengan Citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sebagai variabel mediasi. Adapun penetapan kriteria nilai rata-rata jawaban dari responden tersebut dimasukkan dalam kelas-kelas interval dimana penentuan intervalnya memakai rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

Kriteria:

Nilai terbaik = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah kelas = 5

Dari rumus diatas diperoleh interval kelas = 0,8 sehingga berlaku ketentuan kategori hasil sebagai berikut:

Tabel 1

Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden

Nilai Interval	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik (STB)
1,81 - 2,60	Tidak Baik (TB)
2,61 - 3,40	Cukup Baik (CB)
3,41 - 4,20	Baik (B)
4,21 - 5,00	Sangat Baik (SB)

Sumber: hasil pengolahan data

1) Gambaran Persepsi Orang Tua Murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

Pada indikator bukti fisik (tangibles) persepsi orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,06. Hal ini disebabkan karena fasilitas belajar yang disediakan TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sangat menunjang proses pembelajaran, di samping itu TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar memiliki tenaga pendidik yang profesional. Pada indikator empati (empathy) persepsi orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,26. Hal ini disebabkan karena tenaga pendidik di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar memberikan pelayanan sesuai kebutuhan dari orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar. Pada indikator keandalan (reliability) persepsi orang tua murid TK swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,19. Hal ini disebabkan keandalan tenaga pendidik di TK swasta Sultan Agung Pematangsiantar dalam memberikan pelayanan dengan sungguh-sungguh. Pada indikator responsivitas (responsiveness) persepsi orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,14. Hal ini disebabkan karena kecepatan dan ketepatan tenaga pendidik di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dalam memberikan pelayanan sehingga orang tua murid merasa nyaman atas pelayanan tersebut. Pada indikator jaminan (assurance) persepsi orang tua murid TK Swasta

Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,27. Hal ini disebabkan karena tenaga pendidik di TK Swasta Sultan Agung memiliki kualitas dalam pendidikan maupun kualitas pelayanan.

Dari indikator-indikator di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi orang tua murid di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai rata-rata 4,18. Nilai tertinggi terdapat pada indikator jaminan (assurance) dengan nilai 4,27.. Nilai terendah terdapat pada indikator bukti fisik (tangibles) dengan nilai 4,06.

2) Gambaran Loyalitas Orang Tua Murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

Berdasarkan dimensi melakukan pembelian yang berulang secara teratur, loyalitas orang tua murid TK swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 3,83. Hal ini menunjukkan loyalitas orang tua murid TK swasta Sultan Agung Pematangsiantar dalam melakukan pembelian yang berulang secara teratur sudah baik. Pada dimensi membeli antar lini produk dan jasa, loyalitas orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,12. Hal ini menunjukkan loyalitas orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dalam melakukan pembelian antar lini produk dan jasa sudah baik. Pada dimensi merekomendasikan kepada orang lain, loyalitas orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,11. Hal ini menunjukkan loyalitas orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dalam merekomendasikan kepada orang lain sudah baik. Pada dimensi menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing, loyalitas orang tua murid TK swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 3,95. Hal ini menunjukkan loyalitas orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dalam hal kekebalan terhadap tarikan pesaing sudah baik.

Dilihat dari indikator-indikator diatas, loyalitas orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai rata-rata 4,00, yang berarti loyalitas orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik. Nilai tertinggi terdapat pada dimensi membeli antar lini produk dan jasa dengan nilai 4,12. Nilai terendah terdapat pada dimensi melakukan pembelian yang berulang secara teratur dengan nilai 3,83.

3) Gambaran Citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

Berdasarkan dimensi Personality, citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,03. Hal ini menunjukkan citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik, terlihat dari kepercayaan masyarakat terhadap TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar karena dinilai bertanggung jawab. Pada dimensi Reputation, citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,12. Hal ini menunjukkan citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik, terlihat dari TK Swasta Sultan Agung

Pematangsiantar yang memberikan pelayanan yang memuaskan dengan pilihan produk/ jasa yang lengkap dan dengan harga yang terjangkau. Pada dimensi Value, citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,10. Hal ini menunjukkan citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik, terlihat dari jasa yang ditawarkan TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sebanding dengan harga yang diberikan. Pada dimensi Corporate Identity, citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,05. Hal ini menunjukkan citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik, terlihat dari logo dan slogan dari TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar yang sudah dikenal masyarakat luas.

Dari indikator-indikator di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik dengan nilai rata-rata 4,08. Nilai tertinggi terdapat pada dimensi Reputation dengan nilai 4,12. Nilai terendah terdapat pada dimensi Personality dengan nilai 4,03.

4) Gambaran Keputusan Pemilihan Jasa Pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

Berdasarkan dimensi pengenalan masalah, keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 3,79. Hal ini menunjukkan keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik. Pada dimensi pencarian informasi, keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 3,23. Hal ini menunjukkan keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar cukup baik. Pada dimensi evaluasi alternatif, keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,04. Hal ini menunjukkan keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik. Pada dimensi keputusan pembelian, keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 3,76. Hal ini menunjukkan keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik. Pada dimensi perilaku pasca pembelian, keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar berada pada nilai 4,00. Hal ini menunjukkan keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik.

Berdasarkan indikator-indikator di atas, dapat disimpulkan keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik dengan nilai rata-rata 3,77. Nilai tertinggi terdapat pada dimensi evaluasi alternatif dengan nilai 4,04. Nilai terendah terdapat pada dimensi pencarian informasi dengan nilai 3,23.

b. Deskriptif Kuantitatif

1) Kriteria Goodness of Fit

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik multivariat Structural Equation Modeling (SEM). Pemilihan teknik analisis SEM didasarkan pertimbangan bahwa SEM memiliki kemampuan untuk pengujian struktural model secara simultan dan efisien bila dibandingkan dengan teknik multivariat lainnya (Hair et al. 1998), sesuai juga perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian adalah untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung (direct and indirect effect) dari model penelitian. Software yang dipergunakan untuk mengolah data adalah AMOS 22.0.

Setelah dilakukan evaluasi atas asumsi-asumsi SEM, analisis selanjutnya adalah evaluasi atas kesesuaian model yang diajukan dalam penelitian ini dengan berbagai kriteria goodness of fit.

Untuk evaluasi kriteria goodness of fit index, perbandingan indeks uji hipotesis yang dihasilkan dengan kriteria goodness of fit dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2
EVALUASI KRITERIA GOODNESS OF FIT

Kriteria	Nilai Kritis	Model Penelitian	Evaluasi Model
X2 (Chi-Square)	Diharapkan kecil	101,781	
Probability	0,05	0,988	Baik
RMSEA	0,08	0,000	Baik
GFI	0,90	0,906	Baik
AGFI	0,90	0,904	Baik
TLI	0,95	1,073	Baik
CMIN/ DF	2,00	0,789	Baik

Sumber: SEM dalam Penelitian Manajemen (Ferdinand, 2000)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa model secara keseluruhan memperlihatkan tingkat kesesuaian yang baik. Dengan demikian dapat bahwa hasil pengujian goodness of fit pada model standar yang dipakai dalam penelitian ini menunjukkan bahwa data yang diobservasi sudah sesuai atau konsisten dengan teori atau model yang akan diuji. Meskipun AGFI dinilai marginal tetapi masih dapat memenuhi ketentuan karena pengujian yang hasilnya kurang baik atau marginal adalah dua pengujian sedangkan dalam model ini hanya satu yang mempunyai nilai marginal, sehingga model yang diajukan dinilai cukup baik dan dapat diterima sebagai model yang sesuai dalam penelitian ini.

Hasil uji goodness of fit pada model standar yang diusulkan akan diuraikan satu persatu sebagai berikut:

a. Chi Square

Pengujian Chi Square dimaksudkan untuk mengetahui perbedaan antara populasi yang diestimasi dengan sampel yang diteliti. Sehingga diharapkan tidak ada perbedaan antara populasi dengan sampelnya. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai chi square yang rendah dan tidak signifikan.

Hasil perhitungan chi square sebesar 101,781 dengan significance probability 0,988 sehingga nilai chi square tersebut tidak signifikan pada $\alpha = 5\%$ yang berarti bahwa tidak ada perbedaan antara sampel dengan populasi adalah kecil dan tidak signifikan.

b. RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)

RMSEA merupakan sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi chi square statistic dalam sampel yang besar (Baumgartner & Homburg, 1996 dalam Ghazali, 2004). Uji RMSEA menunjukkan goodness of fit yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair, dkk, 1995 dalam Ghazali, 2004). Hasil RMSEA yang diharapkan agar model dapat diterima adalah 0,08. Nilai RMSEA yang dihasilkan dari perhitungan adalah sebesar 0,000, hasil tersebut dinilai baik, karena sudah memenuhi ketentuan lebih kecil atau sama dengan 0,08.

c. GFI (Goodness of Fit Index)

Pengujian indeks goodness of fit dimaksudkan untuk mengetahui proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi (Bentler, 1983; Tanaka & Huba, 1989 dalam Ghazali, 2004). GFI yang diharapkan adalah 0,90. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai GFI sebesar 0,906 adalah nilai di atas 0,90 yang berarti baik.

d. AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)

AGFI dapat membenarkan fit indeks terhadap df yang tersedia untuk menguji diterima atau tidaknya model. Hasil yang diharapkan adalah 0,90. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai AGFI sebesar 0,904 adalah marginal karena sama 0,90 atau dapat dikatakan baik.

e. TLI (Tucker Lewis Index)

TLI adalah sebuah alternatif incremental fit index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah base line model (Baumgartner & Homburg, 1996 dalam Ghazali, 2004). Nilai yang diharapkan adalah 0,95. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa TLI sebesar 1,073 adalah baik karena lebih daripada 0,95.

f. CMIN/ DF

CMIN/ DF atau chi square relative merupakan hasil pembagi antara fungsi kesalahan sampel yang minimal dengan derajat kebebasannya (Ghozali, 2004). CMIN/ DF yang diharapkan agar model dapat diterima adalah 2,00. Nilai yang dihasilkan dari perhitungan adalah sebesar 0,789. Hasil tersebut baik, karena sudah memenuhi ketentuan lebih kecil dari 2,00.

2) Uji Kausalitas (Regression Weight)

Uji statistik hubungan antar variabel yang menjadi dasar dalam hipotesis penelitian telah diajukan. Uji statistik hasil pengolahan dengan SEM dilakukan dengan melihat tingkat signifikan hubungan antar variabel yang ditampakkan melalui

nilai critical ratio (c.r) dan nilai significance probability masing-masing hubungan antar variabel.

Proses pengujian statistik ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3
Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan Model SEM

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Citra	<---	Persepsi	.297	.138	2.155	.031
Citra	<---	Loyalitas	.525	.155	3.376	***
Keputusan	<---	Citra	.233	.170	1.974	.017
Keputusan	<---	Persepsi	.258	.218	1.979	.023
Keputusan	<---	Loyalitas	.620	.262	2.369	.018

Mengacu pada hasil pengujian tahap akhir terhadap model keseluruhan, maka dapat dituliskan persamaan model matematik dalam bentuk Structural Equation Model (SEM) sebagai berikut:

$$\text{Citra} = 1 \text{ Persepsi} + 2 \text{ Loyalitas} + Z1$$

$$Z = 0,297 X1 + 0,525 X2$$

$$\text{Keputusan pemilihan jasa} = 1 \text{ Persepsi} + 2 \text{ Loyalitas} + 1 \text{ Citra} + Z2$$

$$Y = 0,258 X1 + 0,620 X2 + 0,233 Z$$

Keterangan:

X1 : Persepsi

X2 : Loyalitas

Z : Citra

Y : Keputusan

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) yang dihasilkan dari model persamaan struktural untuk menyatakan besarnya pengaruh yang diberikan kepada variabel terikat dari variabel bebas yang terikat dengan jalur pengaruh masing-masing menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4
Koefisien Determinasi (Squared Multiple Correlation)

Variabel	Estimasi
Keputusan	0,413
Citra	0,072

Sumber : Hasil Penelitian, 2015 (Data diolah)

Hasil perhitungan di atas memperlihatkan bahwa dalam model ini variabel yang secara bersama-sama memberikan pengaruh kepada nilai keputusan (Y) adalah sebesar 41,3% yang didasarkan pada kontribusi tiga variabel yaitu persepsi, loyalitas dan citra. Sedangkan terhadap citra (Z) pengaruh sebesar 7,2% didasarkan pada dua variabel yaitu persepsi dan loyalitas. Ini berarti bahwa proporsi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini memberikan kontribusi pengaruh yang cukup besar, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Baik pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung ataupun pengaruh total variabel antededen.

4) Pengaruh Langsung (Direct) dan Pengaruh Tidak Langsung (Indirect)

a. Besarnya Direct Effect

Besarnya pengaruh langsung (direct effect) berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, terlihat bahwa hasil estimasi nilai-nilai parameter pengaruh langsung antar variabel bebas dengan variabel terikat seperti pada tabel di bawah:

Tabel 5
Hasil Estimasi Direct Effect

Variabel Dipengaruhi	Variabel Berpengaruh	Dirrect Effect	C.R.	P
Citra	<---	Persepsi	.297	2.155 .031
Citra	<---	Loyalitas	.525	3.376 ***
Keputusan	<---	Citra	.233	1.974 .017
Keputusan	<---	Persepsi	.258	1.979 .023
Keputusan	<---	Loyalitas	.620	2.369 .018

Sumber : Hasil Penelitian, 2015 (Data diolah)

b. Besarnya Indirect Effect dan Total Effect

Pengaruh tidak langsung (indirect effect) maksudnya adalah pengaruh dari suatu variabel exogenous terhadap variabel endogenous dependent melalui variabel endogenous intervening. Sedangkan total pengaruh (total effect) adalah hasil penjumlahan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka besarnya indirect effect dan total effect dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Hasil Estimasi Indirect Effect dan Total effect

Jalur Pengaruh	Simbol	Indirect effect	Total effect
X ₁ --> Y Persepsi -> Keputusan	1, 5	0,093	0,337
X ₂ --> Y Loyalitas -> Keputusan	2, 5	0,038	0,857

Sumber : Hasil Penelitian, 2015 (Data diolah)

Berdasarkan data pada tabel di atas, maka Indirect Effect atau nilai pengaruh tidak langsung persepsi terhadap keputusan dengan dimediasi citra sebesar 0,093 dengan total effect antar variabel yang dihasilkan dalam model dan hasil penelitian adalah total pengaruh direct effect + indirect effect sebesar 0,337. Sedangkan Indirect Effect atau nilai pengaruh tidak langsung loyalitas terhadap keputusan dimediasi citra sebesar 0,038 dengan total effect antar variabel yang dihasilkan dalam model dan hasil penelitian adalah total pengaruh direct effect + indirect effect sebesar 0,857.

5) Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil output tabel 5 di atas, diperoleh hasil nilai C.R sebesar 1.979 1.96 dan nilai P sebesar 0.023 < 0.05 maka dapat disimpulkan H₀ ditolak dan H₁ diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan dari persepsi terhadap keputusan.

Berdasarkan hasil output tabel 5 di atas, diperoleh hasil nilai C.R sebesar 2.369 1.96 dan nilai P sebesar 0.018 < 0.05 maka dapat disimpulkan

H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan dari loyalitas terhadap keputusan.

Berdasarkan hasil output tabel 4 di atas, diperoleh hasil nilai Sig. P sebesar 0,413 > 0,05 maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti persepsi dan loyalitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan.

Berdasarkan hasil output tabel 6 di atas, diperoleh hasil estimasi Indirect Effect atau nilai pengaruh tidak langsung ditunjukkan bahwa hubungan persepsi terhadap keputusan dimediasi citra sebesar 0,093. maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti bahwa citra memediasi hubungan persepsi terhadap keputusan.

Berdasarkan hasil output tabel 6 di atas, diperoleh hasil estimasi Indirect Effect atau nilai pengaruh tidak langsung ditunjukkan bahwa hubungan loyalitas terhadap keputusan dimediasi citra sebesar 0,038. maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti bahwa citra memediasi hubungan loyalitas terhadap keputusan.

2. Evaluasi

a. Persepsi Orang Tua Murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

Persepsi merupakan proses bagaimana individu dapat mengenali diri dan sekitarnya, melalui stimulus yang diterimanya, dan individu akan mengalami persepsi, menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan yaitu proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat reseptornya kemudian stimulus diteruskan ke pusat susunan saraf yaitu otak, dan otak merupakan proses psikologisnya sehingga individu bisa mempersepsi stimulus yang diterimanya.

Dari rekapitulasi jawaban responden mengenai persepsi orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dapat dilihat bahwa tingkat persepsi orang tua murid di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar tergolong baik dengan nilai rata-rata 4,18. Nilai tertinggi terdapat pada indikator jaminan (assurance) dengan nilai 4,27. Nilai terendah terdapat pada indikator bukti fisik (tangibles) dengan nilai 4,06.

b. Loyalitas Orang Tua Murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas "kesetiaan" mereka pada produk dan jasa lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya.

Dari rekapitulasi jawaban responden mengenai loyalitas orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dapat dilihat bahwa tingkat loyalitas orang tua murid di TK tergolong baik dengan nilai rata-rata 4,00, yang berarti loyalitas orang tua murid TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar sudah baik. Nilai tertinggi terdapat pada dimensi membeli antar lini produk dan jasa dengan nilai 4,12. Nilai terendah terdapat pada dimensi melakukan pembelian yang berulang secara teratur dengan nilai 3,83.

c. Citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

Citra merupakan suatu konsep yang sangat intuitif dan sangat subjektif. Namun dari perspektif organisasi, citra perusahaan dikonseptualisasikan sebagai suatu cara dimana anggota organisasi mempercayai pandangan dari stakeholder eksternal mengenai organisasi mereka atau suatu cara dimana para manager organisasi menginginkan pihak luar memandang perusahaan.

Dari rekapitulasi jawaban responden mengenai citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dapat dilihat bahwa tingkat citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar tergolong baik dengan nilai rata-rata 4,08. Nilai tertinggi terdapat pada dimensi Reputation dengan nilai 4,12. Nilai terendah terdapat pada dimensi Personality dengan nilai 4,03

d. Keputusan Pemilihan Jasa Pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Pembelian adalah jumlah barang yang dibeli oleh seseorang atau frekuensi seseorang dalam melakukan proses pembelian suatu barang untuk memenuhi kebutuhannya.

Dari rekapitulasi jawaban responden mengenai keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dapat dilihat bahwa tingkat keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar tergolong baik dengan nilai rata-rata 3,77. Nilai tertinggi terdapat pada dimensi evaluasi alternatif dengan nilai 4,04. Nilai terendah terdapat pada dimensi pencarian informasi dengan nilai 3,23.

Dimensi pencari informasi dengan nilai 3,23 masih tergolong cukup baik. Untuk itu perlunya perhatian dari pihak TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dengan melakukan promosi baik melalui iklan ataupun promosi lainnya.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

a. Persepsi dan loyalitas orang tua murid berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar baik secara parsial maupun secara simultan.

- b. Citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar memediasi hubungan antara persepsi dan loyalitas orang tua murid terhadap keputusan pemilihan jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar.

2. Saran

- a. Agar persepsi orang tua murid terhadap citra TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar baik, maka kepala sekolah dan para guru TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar diharapkan melakukan kerjasama yang baik dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya dalam memberikan jasa pendidikan yang baik sesuai yang diharapkan. Kepala sekolah juga diharapkan aktif memberikan pengaruh kepada para guru untuk menerima perubahan dalam melakukan pekerjaan mereka dalam hal merancang, melaksanakan, dan menilai/mengevaluasi pembelajaran misalnya dengan mengadakan pertemuan Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) sebulan sekali guna dapat memberikan jasa pendidikan yang benar-benar bermutu dan berdaya saing. Kepala sekolah hendaknya berbagi risiko dengan para guru di dalam menentukan dan mencapai tujuan sehingga dapat meningkatkan kerja sama tim, gairah, optimisme, antusiasme, komitmen para guru pada tujuan, visi bersama dan bersatu dalam organisasi serta memfasilitasi pengembangan, penyebarluasan, dan pelaksanaan visi pembelajaran yang dikomunikasikan dengan baik dan didukung oleh komunitas sekolah, misalnya mengadakan rapat evaluasi kerja setiap penerimaan laporan hasil belajar siswa.
- b. Agar loyalitas orang tua murid dapat meningkat, maka diharapkan adanya dukungan dan bantuan dari pihak yayasan misalnya dengan memberikan pelatihan dalam mendesain prosedur dan program baru, membantu, membina, dan mempertahankan lingkungan sekolah dan program pengajaran yang kondusif bagi proses belajar peserta didik dan pertumbuhan profesional para guru; memperhatikan kebutuhan guru misalnya memberikan bonus jika siswa bimbingan guru mendapatkan prestasi di perlombaan sains, bahasa asing maupun prestasi akademik lainnya sehingga guru dapat bekerja optimal dan dapat memberikan layanan jasa pendidikan seoptimal mungkin sehingga menimbulkan kepuasan bagi orang tua murid atas

keputusannya memilih jasa pendidikan di TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar serta loyal terhadap TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar.

- c. Agar mutu pendidikan yang diberikan dapat meningkat maka diharapkan setiap program, rencana, dan kegiatan sekolah disusun berdasarkan visi sekolah dan didukung dengan upaya pengadaan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung implementasi misi dan tujuan sekolah misalnya membantu guru dalam penyediaan media pembelajaran, laptop, OHP (Over Head Proyektor); adanya pemantauan, evaluasi, dan revisi dari pelaksanaan setiap kegiatan sekolah misalnya adanya acara piknik guru dan Kepala sekolah sebanyak sekali dalam satu semester untuk membahas hasil evaluasi tersebut.
- d. Agenda penelitian yang akan datang hendaklah mengembangkan lebih jauh model ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pemilihan jasa pendidikan. terhadap TK Swasta Sultan Agung Pematangsiantar dengan keterbatasan yang ada pada penulis, penelitian ini terdapat kelemahan-kelemahan dan belum dapat mengungkapkan seluruh variabel yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan pada PT Gatra Andalas Sejati Pematangsiantar. Sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya, perlu memperbanyak variabel penelitian seperti karir, kepemimpinan, komunikasi, lingkungan kerja dan lain-lain.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam, 2005, Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill, 2005, Customer Loyalty, Erlangga.
- Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi II, Jakarta : Erlangga.
- Lovelock & Wright, 2007, Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2 Jakarta: Indeks.
- Lupioyadi, Rambat & A. Hamdani, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Prabu, A. Mangkunegara, 1998, Manajemen Pemasaran, Bandung: Alfabeta.
- Swastha, 1995, Basu, Azas-Azas Marketing, Jakarta: Liberty.