

**PENGARUH SERVICE QUALITY, LEARNING QUALITY, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN WALI MURID MEMILIH SD NEGERI TUNGGAK KECAMATAN BOJONEGARA**

**Buya Aina Ambiya<sup>a</sup>, Muhamad Suhaemi<sup>b</sup>, Abdul Fatah,<sup>c</sup>**

- a. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Email : [buyaainaambiyaa1908@gmail.com](mailto:buyaainaambiyaa1908@gmail.com)
- b. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Email : [suhaemi656@gmail.com](mailto:suhaemi656@gmail.com)
- c. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Email : [abfatah204@gmail.com](mailto:abfatah204@gmail.com)

**Abstrack**

*This study aims to determine whether service quality, learning quality, and word of mouth influence parents' decisions to choose Tunggak Elementary School in Bojonegara Sub-District. This research was conducted using a quantitative method. The sampling method used was probability sampling with a simple random sampling technique. The sample in this study consisted of 72 parents of students at Tunggak Elementary School. The results of the research indicate that 1) service quality significantly influences parents' decisions to choose Tunggak Elementary School, 2) learning quality significantly influences parents' decisions to choose Tunggak Elementary School, 3) word of mouth significantly influences parents' decisions to choose Tunggak Elementary School, 4) service quality, learning quality, and word of mouth together significantly influence parents' decisions to choose Tunggak Elementary School. Based on the research results, it can be concluded that service quality, learning quality, and word of mouth have a parcial and simultaneous influence on parents' decisions to choose Tunggak Elementary School.*

**Keywords:** Service Quality, Learning Quality, Word of Mouth, Purchase Decision

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *service quality*, *learning quality*, dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan wali murid memilih SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah wali murid SD Negeri Tunggak yang berjumlah 72 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan wali murid memilih SD Negeri Tunggak, 2) *learning quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan wali murid memilih SD Negeri Tunggak, 3) *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan wali murid memilih SD Negeri Tunggak, 4) *service quality*, *learning quality*, dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan wali murid memilih SD Negeri Tunggak. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *service quality*, *learning quality*, dan *word of mouth* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan wali murid memilih SD Negeri Tunggak.

**Kata Kunci :** *Service Quality*, *Learning Quality*, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian

### A. PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki peran signifikan dalam masyarakat Indonesia sesuai dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pasal 31 ayat (1) UUD 1945 menggaris bawahi hak setiap individu untuk menerima pendidikan, sementara ayat (3) menekankan tanggung jawab pemerintah dalam mengembangkan sistem pendidikan nasional yang bertujuan untuk meningkatkan moralitas dan pemahaman masyarakat. Pemerintah telah menerapkan program kewajiban belajar selama sembilan tahun. Sistem pendidikan Indonesia mencakup jalur formal, non formal, dan informal serta terbagi menjadi empat tingkatan: pendidikan anak usia dini, dasar, menengah, dan tinggi. Pendidikan formal diatur oleh berbagai entitas seperti Kemendikbudristek, BNSP, BAN-PT, dan DPN, sedangkan pendidikan non formal dan informal

berlangsung di luar sistem formal. Kurikulum di Indonesia mengalami perubahan berkala, dengan kurikulum terbaru pada tahun 2022 dikenal sebagai Kurikulum Merdeka Belajar, yang menekankan fleksibilitas dalam pembelajaran.

SD Negeri Tunggak adalah sebuah instansi yang bergerak dibidang pendidikan dan belamat di Kampung Kubang Gabus Kelurahan Kertasana Kecamatan Bojonegara, Kabupaten Serang Provisnsi Banten. Kehadiran sekolah ini memiliki signifikansi yang besar bagi warga sekitarnya, karena memberikan kesempatan kepada anak-anak yang sudah lulus dari tingkat TK dapat melanjutkan pendidikannya dan dekat dengan rumah mereka. Dilihat dari data awal, sejak tahun 2021-2023, SD Negeri Tunggak mengalami penurunan jumlah penerimaan murid baru, dikarenakan hanya

mengandalkan *word of mouth* yang jangkauannya kurang luas sehingga terjadi penurunan terhadap keputusan pembelian.

Dari pemaparan sebelumnya, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Service Quality*, *Learning Quality*, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Wali Murid Memilih SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara**”.

## **B. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Menurut (Manoy et al., 2021) kualitas pelayanan merujuk pada tingkat keunggulan yang diantisipasi dan kemampuan untuk mengelola tingkat keunggulan tersebut guna memenuhi harapan pelanggan. *Service quality* membantu sebuah instansi memahami sejauh mana pelanggan puas dengan layanan yang mereka terima. Dengan memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, organisasi dapat meningkatkan layanan mereka untuk memastikan kepuasan pelanggan. Indikator *Service Quality* menurut (Haryanti et al., 2023) adalah sebagai berikut : Bukti langsung (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*). Dari landasan teori tersebut maka peneliti mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub> : *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Wali Murid**

## **Memilih SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara.**

Menurut (Hotimah, 2020) kualitas pembelajaran adalah kemampuan sekolah untuk mencapai pencapaian belajar yang tinggi dan menciptakan lingkungan pembelajaran yang mendukung pertumbuhan serta perkembangan siswa. Indikator *learning quality* menurut (Safira & Roesminingsih, 2020) *Learning Quality* memiliki 6 indikator antara lain: Perilaku pembelajaran pendidik (guru), Perilaku atau aktivitas siswa, Iklim pembelajaran, Materi pembelajaran, Media pembelajaran, Sistem pembelajaran. Dari landasan teori tersebut maka peneliti mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub> : *Learning Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Wali Murid Memilih SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara.**

Menurut (Khanif Varidah et al., 2023) dari mulut ke mulut adalah ketika pelanggan berbagi pengalaman mereka tentang penggunaan produk kepada pelanggan lain atau masyarakat umumnya. Menurut (Tjong Su & Widio, 2020) indikator yang dapat digunakan terdiri dari:

1. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang *Service*

*Quality* dan produk kepada oranglain.

2. Rekomendasi jasa dan produk perusahaan kepada oranglain.
3. Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa Perusahaan

**H<sub>3</sub> : *Word of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Wali Murid Memilih SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara.**

Menurut (Wirakanda & Pardosi, 2020) keputusan pembelian melibatkan pemahaman konsumen terhadap keinginan dan kebutuhan produk melalui evaluasi sumber daya yang tersedia, menetapkan tujuan pembelian, serta mengidentifikasi alternatif sehingga konsumen dapat membuat keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah salah satu bentuk perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau memakai suatu produk akan melalui proses dimana proses tersebut merupakan gambaran dari bagaimana konsumen menganalisis berbagai macam masukan untuk mengambil keputusan pembelian dalam melakukan pembelian. Dari landasan teori tersebut maka peneliti mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>4</sub> : *Service Quality, Learning Quality, dan Word of Mouth***

**berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Wali Murid Memilih SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara.**

### C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wali murid SD Negeri Tunggak sebanyak 256. Menurut Sugiyono (2017:46) populasi adalah entitas atau individu yang terdapat dalam suatu wilayah atau yang memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan masalah penelitian. Untuk menghitung jumlah sampel, digunakan rumus Slovin karena populasi dalam penelitian ini sudah diketahui, yaitu 256 orang. Dari perhitungan tersebut didapatkan 72 sampel yang akan diambil dalam penelitian ini. Jenis sampel dalam penelitian ini adalah *probability* dengan teknik *simple random sampling*.

### D. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### a. Uji Validitas

$R_{tabel}$  yang dipakai untuk jumlah 72 orang responden dihitung dengan rumus  $df = (N-2)$  maka,  $df = 72-2 = 70$  responden. Selanjutnya nilai  $r_{tabel}$  dari 72 adalah 0,231 dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Sebanyak 6 item pernyataan *service quality* dinyatakan valid dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,172), selanjutnya sebanyak 6 item

pernyataan *learning quality* dinyatakan valid dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,172), sebanyak 6 item pernyataan *word of mouth* dinyatakan valid dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,172), dan sebanyak 6 item pernyataan keputusan pembelian dinyatakan valid dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,172). Sehingga semua pernyataan dalam penelitian ini *Service Quality* ( $X_1$ ), *Learning Quality* ( $X_2$ ), *Word of Mouth* ( $X_3$ ), dan keputusan pembelian ( $Y$ ) dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Service Quality</i>	0,759	Reliabel
<i>Learning Quality</i>	0,836	Reliabel
<i>Word of Mouth</i>	0,906	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,834	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian dengan *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan jika nilai *cronbach's alpha* > koefisien korelasi 0,6 (*scale of thumb, nunally*) maka semua instrumen tersebut dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

c. Analisis Regresi Linier Berganda  
Diketahui rumus persamaan linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,953 \text{ service quality} + 0,473 \text{ learning quality} + 0,202 \text{ word of mouth} + 0,331 \text{ Keputusan Pembelian}$$

Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 0,953 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel *Service Quality* ( $X_1$ ), *Learning Quality* ( $X_2$ ), dan *Word of Mouth* ( $X_3$ ), nilai variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,953.
2. *Service Quality* mempunyai koefisien regresi sebesar 0,473. Hal ini akan memberikan peningkatan pada nilai  $Y$  (Keputusan Pembelian) sebesar 0,473 pula dengan asumsi bahwa nilai variabel lain tetap.
3. *Learning Quality* mempunyai koefisien regresi sebesar 0,202. Hal ini akan memberikan peningkatan pada nilai  $Y$  (Keputusan Pembelian) sebesar 0,202 pula dengan asumsi bahwa nilai variabel lain tetap.
4. *Word of Mouth* mempunyai koefisien regresi sebesar 0,331. Hal ini akan memberikan peningkatan pada nilai  $Y$  (Keputusan Pembelian) sebesar 0,331 pula

dengan asumsi bahwa nilai

Dari perhitungan diatas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.953	1.452		.656	.514
	<i>Service Quality</i>	.473	.091	.441	5.200	.000
	<i>Learning Quality</i>	.202	.093	.221	2.182	.033
	<i>Word of Mouth</i>	.331	.069	.355	4.805	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

variabel lain tetap.

5.  $e$  = standar error atau tingkat penyimpangan regresi yang dilakukan dalam penelitian ini sebesar 1,452.

d. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 <sup>a</sup>	.838	.831	1.785

a. Predictors: (Constant), Dari Mulut ke Mulut, Kualitas Pelayanan, Kualitas Pembelajaran

diperoleh nilai kontribusi pengaruh variabel *Service Quality* ( $X_1$ ), *Learning Quality* ( $X_2$ ), dan *Word of Mouth* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) yaitu sebesar 70% dan sisanya 30% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti faktor lingkungan, fasilitas sekolah, dan kepemimpinan kepala sekolah.

e. Uji t Parsial

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan nilai untuk R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,838. Perhitungan koefisien determinasi sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Kd &= R^2 \times 100\% \\
 &= 0,838^2 \times 100\% \\
 &= 0,702 \times 100\% \\
 &= 70,2\%
 \end{aligned}$$

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.diatas di dapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

- a. Uji Hipotesis Pertama Pengaruh *Service Quality* ( $X_1$ ) dengan Keputusan Pembelian ( $Y$ )  
 Berdasarkan tabel di atas, maka  $t_{hitung}$  variabel *Service Quality* adalah 5,200 sedangkan  $t_{tabel}$  menggunakan taraf 5% dengan  $(df) = n-k-1 = 72-3-1 = 68$ , yaitu

sebesar 1,995. Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,200 > 1,995$ ) dan  $sig < 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang

c. Uji Hipotesis Ketiga Pengaruh *Word of Mouth* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)  
Berdasarkan tabel di atas, maka  $t_{hitung}$  variabel *Word of Mouth* adalah 4,805 sedangkan  $t_{tabel}$  menggunakan taraf 5% dengan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115.357	3	38.452	16.328	.000 <sup>b</sup>
	Residual	160.143	68	2.355		
	Total	275.500	71			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Dari <i>Word of Mouth</i> , <i>Learning Quality</i> , <i>Service Quality</i>						

signifikan *Service Quality* ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Uji Hipotesis kedua Pengaruh *Learning Quality* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)  
Berdasarkan tabel di atas, maka  $t_{hitung}$  variabel *Learning Quality* adalah 2,182 sedangkan  $t_{tabel}$  menggunakan taraf 5% dengan  $(df) = n - k - 1 = 72 - 3 - 1 = 68$ , yaitu sebesar 1,995. Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,182 > 1,995$ ) dan  $sig < 0,05$  ( $0,03 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Learning Quality* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$(df) = n - k - 1 = 72 - 3 - 1 = 68$ , yaitu sebesar 1,995. Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,805 > 1,995$ ) dan  $sig < 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Word of Mouth* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

f. Uji F Simultan

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Uji F dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ . Uji F juga membandingkan nilai probabilitas signifikansi yang sudah ditentukan 0,05. Berdasarkan hasil uji F diatas dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 16,328 jika dibandingkan

dengan  $F_{\text{tabel}}$  pada tingkat signifikansi 0,05 dan  $(df) = n-k-1 = 72-3-1 = 68$  yaitu 2,74 maka  $F_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $F_{\text{tabel}}$  ( $16,328 > 2,74$ ). Nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil uji F menunjukkan *Service Quality* ( $X_1$ ), *Learning Quality* ( $X_2$ ), dan *Word of Mouth* ( $X_3$ ) berpengaruh simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## E. PENUTUP

### a. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan *Service Quality* ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Terdapat pengaruh yang signifikan *Learning Quality* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Terdapat pengaruh yang signifikan *Word of Mouth* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Service Quality* ( $X_1$ ), *Learning Quality* ( $X_2$ ), *Word of Mouth* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

### b. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diberikan saran-saran yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah murid di SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara antara lain:

1. SD Negeri Tunggak harus dapat memberikan *Service Quality* yang baik terutama saat adanya orang tua yang mempunyai keluhan terhadap sekolah.
2. SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara harus lebih mengoptimalkan kegiatan pembelajaran agar *Learning Quality* semakin baik.
3. SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara harus lebih melakukan promosi selain melalui *Word of Mouth* agar SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara lebih banyak dikenal oleh khalayak luas.
4. SD Negeri Tunggak Kecamatan Bojonegara perlu membangun hubungan yang kuat antara sekolah dan orang tua untuk reputasi yang baik bagi pihak sekolah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Haryanti, Winarti, & Pramono, J. (2023). Kualitas Pelayanan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Negoro Kabupaten Sragen. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 12(1), 92–101.
- Hotimah, H. (2020). Penerapan Metode Pembelajaran Problem Based Learning Dalam Meningkatkan Kemampuan Bercerita Pada Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Edukasi*, 7(3), 5. <https://doi.org/10.19184/jukasi.v7i3.21599>
- Khanif Varidah, K., Mulyana, P. A., & Danurwindo, M. A. (2023). PENGARUH WORD OF MOUTH, LIFESTYLE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOMUNITAS RED KOFFIEE ARMINA DAILY. 2(2), 165–178.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 314–323. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36231>
- Safira, Z., & Roesminingsih, M. V. (2020). Kompetensi Tutor dan Kualitas Pembelajaran di Lembaga Kursus English Is Friend Surabaya. *Jurnal Pendidikan Untuk Semua*, 4(1), 82–92. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpls/index>
- Su, T., & Widio, A. (2020). Pengaruh Brand Image , Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. 1(1), 31–42.
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.Com). *Bisnis Dan Pemasaran*, vol.10 nom, 1–11.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.