

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN,
BRAND IMAGE, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP
PILIHAN PENDIDIKAN SISWA PADA SD ISLAM SWASTA
DI KOTA BANJARMASIN**

TESIS

Oleh:

**AHMAD SABATINO ZAMZAMI
NIM. 180211030086**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
BANJARMASIN
2022**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN,
BRAND IMAGE, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP
PILIHAN PENDIDIKAN SISWA PADA SD ISLAM SWASTA
DI KOTA BANJARMASIN**

TESIS

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Antasari
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Menyelesaikan Program Magister
Manajemen Pendidikan Islam**

**Oleh:
Ahmad Sabatino Zamzami**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
BANJARMASIN
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Sabatino Zamzami

NIM : 180211030086

Tempat/Tgl. Lahir: Wasah Tengah, 29 April 1995

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis saya yang berjudul "Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, *Brand Image*, dan *Perceived Quality* Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa Pada SD Islam Swasta di Kota Banjarmasin" adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, Maret 2022

pernyataan,

Ahmad Sabatino Zamzami

PERSETUJUAN TESIS

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN, *BRAND IMAGE*, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP PILIHAN PENDIDIKAN SISWA PADA SD ISLAM SWASTA DI KOTA BANJARMASIN

Yang dipersembahkan dan disusun oleh:

Ahmad Sabatino Zamzami
NIM. 180211030086

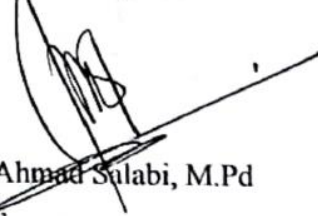
Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk
dapat diajukan kepada Dewan Penguji

Pembimbing I,



Dr. H. Husnul Yaqin, M.Ed
Tanggal,

Pembimbing II,



Dr. H. Ahmad Sulabi, M.Pd
Tanggal,

PENGESAHAN TESIS

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN, *BRAND IMAGE*, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP PILIHAN PENDIDIKAN SISWA PADA SD ISLAM SWASTA DI KOTA BANJARMASIN

DIPERSEMBAHKAN DAN DISUSUN OLEH

Ahmad Sabatino Zamzami
NIM. 180211030086

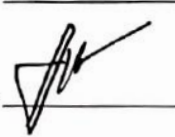
Telah Diajukan pada Dewan Penguji
Pada: Hari Jum'at, Tanggal 21 Januari 2022

Dewan Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Ahmad Salabi, M.Pd
(Ketua)
2. Dr. H. Husnul Yaqin, M.Ed
(Anggota)
3. Dr. Wahyuddin, M.Si
(Anggota)
4. Dr. Adi Anshari, M.Pd
(Anggota)

1. 
2. 
3. 
4. 

Mengetahui,
Direktur .



Prof. Dr. H. Zulfa Jamalie, M. Pd.
NIP. 19710525 199703 1 006

ABSTRAK

Ahmad Sabatino Zamzami, 2021, "*Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Brand Image, dan Perceived Quality Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa pada SD Islam Swasta di Kota Banjarmasin*". Tesis. Program studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Antasari. Pembimbing I: Dr. H. Husnul Yaqin, M.Ed. Pembimbing II: Dr. Ahmad Salabi, M.Pd.

Kata kunci : *Pemasaran Jasa, Brand Image, dan Perceived Quality.*

Penelitian ini dilatarbelakangi karena dalam dunia yang semakin kompetitif ini, lembaga pendidikan seyogyanya harus dikelola sebagaimana layaknya mengelola sebuah perusahaan, meskipun tidak harus sama persis. Setidaknya ada beberapa prinsip dalam pengelolaan perusahaan yang dapat diadopsi, seperti pengontrolan kualitas (*quality control*) dan keluaran (*output*) dari sebuah lembaga pendidikan, betul-betul memiliki kualifikasi atau standar yang baik..

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena menggunakan data numerik atau data non numerik yang dinumerikkan dan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian asosiatif adalah suatu pernyataan penelitian yang bersifat hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah hubungan kausalitas, yaitu hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dari variabel bebas pemasaran jasa pendidikan (X_1), *brand image* (X_2), *perceived quality* (X_3), terhadap variabel terikat pilihan pendidikan siswa (Y).

Hasil penelitian ini adalah bahwa Strategi jasa pendidikan, brand image, dan perceived quality memiliki pengaruh secara simultan terhadap pilihan pendidikan siswa. Dari hasil uji tersebut, diketahui pilihan pendidikan siswa dipengaruhi oleh strategi jasa pendidikan, brand image, dan perceived quality sebesar 58.5%, sedangkan 41.5% lainnya dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian. Dari 58.5% pengaruh tersebut, strategi jasa pendidikan menyumbang sebesar 35%, brand image sebesar 44%, dan perceived quality sebesar 21%.

ABSTRACT

Ahmad Sabatino Zamzami, 2021, "*Influence of Education Services Marketing Strategy, Brand Image, and Perceived Quality on Student Education Choices at Private Islamic Elementary School in city Banjarmasin* " Thesis. UIN Antasari Graduate Islamic Education Management study program. Guide I: Dr. H. Husnul Yaqin, M.Ed. Guide II: Dr. Ahmad Salabi, M.Pd.

Keywords: *Service Marketing, Brand Image, and Perceived Quality.*

This research is motivated by because in the nature of this increasingly competitive world, educational institutions should be managed as well as managing a company, although it does not have to be exactly the same. There are at least some principles in the management of companies that can be adopted, such as quality *control* and output (*output*) from an educational institution, really have good qualifications or standards.

This type of research is associative research and the attachment used in this study is a quantitative approach. This method is called quantitative method because it uses numerical data or non-numerical data that is categorized and research data in the form of numbers and analysis using statistics. Associative research is a research statement that is a relationship between two or more variables. With this research, a theory can be constructed that can serve to explain, predict and control a symptom. The form of relationship in this study is causality, which is a causal relationship resulting from the free variables of marketing educational services), (X_1 *brand image*), (X_2 *perceived quality*, (X_3 to variables bound to student education choices) (Y).

The results of this study are that education services strategy, brand image, and perceived quality have a simultaneous influence on students'. From the results of the test, it is known that students' education choices are influenced by education service strategies, brand image, and perceived quality by 58.5%, while the other 41.5% are influenced by variables outside the study. Of the 58.5% influence, education services strategy accounted for 35%, brand image by 44%, and perceived quality by 21%.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على أشرف الأنبياء و المرسلين

سيدنا محمد و على اله و صحبه أجمعين

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat dan anugerahNya sehingga tesis berjudul **"Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Brand Image, dan Perceived Quality Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa pada SD Islam Swasta di Kota Banjarmasin"** dapat diselesaikan. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister Agama pada Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak selama menyelesaikan tesis ini, tesis ini tidak akan mungkin dapat penulis selesaikan dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada para pihak:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syaifuddin Sabda, M.Ag selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin Periode (2017-2021) dan Bapak Prof. Dr. H. Zulfa Jamalie, M. Pd, selaku Direktur Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin Periode (2021-2025).
2. Bapak Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I Selaku Ketua dan Ibu Lathifaturahmah, M.Si. Selaku Sekertaris Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Periode (2017-2021), Bapak Dr. H. Ahmad Salabi, M.Pd I, selaku Ketua dan Bapak Muhammad Ridha, S.Pd., M.Pd

Selaku Sekertaris Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam
UIN Antasari Banjarmasin (2021-2025)

3. Bapak Dr. H. Husnul Yaqin, M.Ed dan Dr. H. Ahmad Salabi, M.Pd, selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II
4. Para Dosen Magister Manajemen Pendidikan Islam UIN Antasari Banjarmasin.
5. Kepala dan staf Perpustakaan Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
6. Ibu Jamilah, S.Ag, S.Pd selaku Kepala Sekolah SDIT Ukhuwah, Ibu Kurnia, S.Pd selaku Kepala Sekolah SDIT Al-Firdaus, dan Ibu Aintayati, M.Pd Selaku Kepala Sekolah SD Islam Sabilal Muhtadin yang menjadi lokasi penelitian saya.
7. Keluargaku tercinta Papah Mara Aswin, S.Ag. Mamah Normawarni, S.Ag. adik-adikku Muhammad Haikal As-shidqi, Gadis Salsabela Tamara, Ratu Medina Tamara, dan Muhammad Arsyah Habibie serta pujaan hatiku Novi Angga Safitri, S.Sy., M.M. atas segala support yang telah kalian berikan selama ini akan penulis persembahkan untuk kalian.
8. Sahabat-sahabatku di Magister Manajemen Pendidikan Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Terima kasih atas bantuan dan bimbingan kalian semua yang sungguh amat tidak ternilai, semoga Allah Swt membalasnya. Terima kasih.

Banjarmasin, Januari 2022

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

Transliterasi yang dipakai dalam pedoman penulisan tesis ini adalah pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

No	Huruf Arab	Nama Huruf	Transliterasi	Keterangan
1	ا	Alif	A	
2	ب	Ba	B	
3	ت	Ta	T	
4	ث	Tsa	Ts	
5	ج	Jim	J	
6	ح	Ha	<u>H</u>	Ha garis di bawah
7	خ	Kha	Kh	
8	د	Dal	D	
9	ذ	Dzal	Dz	
10	ر	Ra	R	
11	ز	Zai	Z	
12	س	Sin	S	
13	ش	Syin	Sy	
14	ص	Shad	Sh	
15	ض	Dhad	Dh	
16	ط	Tha	Th	
17	ظ	Zha	Zh	
18	ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
19	غ	Ghain	Gh	
20	ف	Fa	F	
21	ق	Qaf	Q	
22	ك	Kaf	K	
23	ل	Lam	L	
24	م	Mim	M	
25	ن	Nun	N	
26	و	Waw	W	
27	ه	Ha	H	
28	ء	Hamzah	’	Apostrop
29	ي	Ya	Y	

B. Konsonan rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعدين ditulis *muta‘aqqidîn*

عدة ditulis *‘iddah*

C. Ta' marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis h
هبة ditulis *hibah*
جزية ditulis *jizyah*
(ketentuan ini tidak berlaku terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)
2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, di tulis terpisah;
فتح الباري ditulis *Fath al-Bâri*
صحيح البخاري ditulis *Shahîh al-Bukhary*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis a, contoh شرح ditulis *syaraha*
Kasrah ditulis i, contoh فهم ditulis *fahima*
Dhammah ditulis u, contoh شعر ditulis *Sya'ura*

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif, ditulis â contohnya مقارنة ditulis *muqâranah*
2. Kasrah + yâ' mati, ditulis î contohnya صحيح ditulis *shahîh*
3. Dhammah + wâwmati, ditulis û contohnya ورود ditulis *wurûd*

F. Kata sandang Alif + Lam

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *ism*, maupun *harf* ditulis saling terpisah. Hanya kata-kata/istilah tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab.

1. Bila diikuti oleh huruf qamariyah ditulis al-, contohnya القمر ditulis *al-qamar*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah huruf *lam* diganti dengan huruf yang mengikutinya, contohnya الشمس ditulis *al-syamsu*

G. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan latin digunakan sesuai dengan ejaan yang diperbarui (EYD).

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Signifikansi Penelitian	15
E. Hipotesis Penelitian	17
F. Definisi Operasional	18
G. Penelitian Terdahulu	19
H. Sistematika Penulisan	22
 BAB II LANDASAN TEORITIS	 24
A. Strategi Jasa Pemasaran (Marketing Mix)	24
B. <i>Perceived Quality</i>	41
C. <i>Brand Image</i>	43
D. Keputusan Memilih.....	60
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 64
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	64
B. Populasi dan Sampel Penelitian	65
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	68
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	72
E. Analisis Data	79
F. Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas pada Angket Penelitian.....	 89
 BAB IV HASIL PENELITIAN	 95
A. Gambaran Lokasi Penelitian	95
B. Data Penelitian	125
C. Pengujian Hipotesis.....	168

BAB V PEMBAHASAN	173
A. Analisis Deskripsi Data Hasil Penelitian	173
B. Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, <i>Brand Image</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa Pada SD Islam Swasta di Banjarmasin	178
BAB VI PENUTUP	180
A. Kesimpulan	180
B. Saran.....	180
DAFTAR PUSTAKA	182
DAFTAR TERJEMAHAN AYAT AL-QURAN	186
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	187

DAFTAR TEDEL

Tabel 3.1 Rekapitulasi jumlah sampel pada siswa kelas 1 SD	68
Tabel 3.2. Kisi-kisi Instrumen Pemasaran Jasa Pendidikan (X1)	76
Tabel 3.3. Kisi-kisi Instrumen <i>Brand Image</i> (X2)	77
Tabel 3.4. Kisi-kisi Instrumen <i>Perceived Quality</i> (X3)	77
Tabel 3.5. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pilihan Pendidikan Siswa (Y)	78
Tabel 4.1 Kepala Sekolah SDIT Ukhuwah Banjarmasin.....	96
Tabel 4.2 Keadaan Guru dan Karyawan SDIT Ukhuwah Banjarmasin Tahun Ajaran 2017-2018	98
Tabel 4.3 Daftar Urut Kepangkatan Guru dan Karyawan SDIT Ukhuwah Banjarmasin Tahun Pelajaran 2017-2018.....	98
Tabel 4.4 Jumlah Daya Tampung Sekolah / Penerimaan Siswa Baru	103
Tabel 4.5 Data Jumlah Siswa SDIT Ukhuwah Banjarmasin 2017/2018	104
Tabel 4.6 Data Siswa Yang Tamat Dan Putus Sekolah	105
Tabel 4.7 Siswa Yang Mendapat Dana Dan Yang Tidak Mampu.....	106
Tabel 4.8 Siswa Yang Mengulang Di Kelas	106
Tabel 4.9 Siswa Lulusan Yang Melanjutkan Ke SLTP	107
Tabel 4.10 Pendidikan Terakhir Orang Tua Siswa	108
Tabel 4.11 Pekerjaan Orang Tua Siswa.....	109
Tabel 4.12 Kepala Sekolah SDIT Al Firdaus Banjarmasin.....	113
Tabel 4.13 Keadaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan di SDIT Al Firdaus Banjarmasin	115
Tabel 4.14 Keadaan Siswa SDIT Al Firdaus Banjarmasin Tahun 2020/2021..	117
Tabel 4.15 Keadaan siswa kelas V di SDIT Al Firdaus Banjarmasin	117
Tabel 4.16 Keadaan Sarana dan Prasarana SDIT AL Firdaus Banjarmasin.....	117
Tabel 4.17 Daftar Kepala-Kepala Sekolah yang pernah memimpin SD Islam Sabilal Muhtadin Banjarmasin.....	119
Tabel 4.18 Daftar tenaga pengajar Guru kelas, wali kelas dan asisten wali kelas Sd Islam Sabilal Muhtadin Banjarmasin Tahun pelajaran 2019-2020	122
Tabel 4.19 Data Tenaga Pengajar dan Tenaga Kependidikan.....	123
Tabel 4.20 Keadaan Siswa	124
Tabel 4.21 : Data Ruangan.....	125

Tabel 4.22 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Strategi Jasa Pendidikan	126
Tabel 4.23 Memilih sekolah ini karena pelayanan pendidikan yang diberikan oleh sekolah sangat baik	126
Tabel 4.24 Memilih sekolah ini karena adanya program tahsin dan tahfiz Alquran yang membedakan dengan sekolah negeri	127
Tabel 4.25 Memilih sekolah ini karena kurikulum yang diterapkan sangat baik dan tidak memberatkan siswa	128
Tabel 4.26 Memilih sekolah ini karena kualifikasi lulusan yang dijanjikan sekolah sesuai dengan apa yang ditawarkan.....	128
Tabel 4.27 Memilih sekolah ini karena siswanya memiliki banyak prestasi nasional maupun internasional.....	129
Tabel 4.28 Memilih sekolah ini karena menyediakan pemberian beasiswa	129
Tabel 4.29 Memilih sekolah ini karena menerapkan sistem pembayaran fleksibel (terdapat syarat cicilan pembayaran)	130
Tabel 4.30 Memilih sekolah ini karena harga yang dibayar sesuai dengan layanan dan fasilitas yang diberikan.....	131
Tabel 4.31 Memilih sekolah ini karena selama ini tidak ada biaya yang memberatkan.....	131
Tabel 4.32 Memilih sekolah ini karena biaya pendidikan (SPP, pembangunan, asrama, biaya laboratorium) cukup terjangkau ..	132
Tabel 4.33 Memilih sekolah ini karena jalan menuju lokasi sekolah yang mudah diakses.....	132
Tabel 4.34 Memilih sekolah ini karena kondisi lalu lintas yang relatif aman dan tidak mengganggu kebisingan.....	133
Tabel 4.35 Memilih sekolah ini karena tersedianya lahan parkir bagi pengunjung ataupun orang tua.....	134
Tabel 4.36 Memilih sekolah ini karena lingkungan sekolah yang nyaman	134
Tabel 4.37 Memilih sekolah ini karena tersedianya izin dari pemerintah setempat	135
Tabel 4.38 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel <i>Brand Image</i>	135
Tabel 4.39 Memilih sekolah ini karena sekolah mempromosikan kepada calon orang tua siswa melalui Taman Kanak-kanak	136
Tabel 4.40 Memilih sekolah ini karena melihat siaran (TV, Radio, Spanduk, Sosial Media)	137
Tabel 4.41 Memilih sekolah ini karena kalender yang diberikan oleh sekolah	137

Tabel 4.42	Memilih sekolah ini karena majalah, brosur, whatsapp yang dibagikan pihak sekolah.....	138
Tabel 4.43	Memilih sekolah ini karena direkomendasikan oleh (keluarga, tetangga, teman) yang anaknya juga pernah sekolah di sini.....	139
Tabel 4.44	Memilih sekolah ini karena memiliki reputasi/penilaian lembaga yang baik (akreditasi, pencapaian/prestasi sekolah).....	139
Tabel 4.45	Memilih sekolah ini karena memiliki kredibilitas (tingkat kepercayaan publik/masyarakat yang tinggi)	140
Tabel 4.46	Memilih sekolah ini karena nama sekolah ini sangat mudah diingat dan diucapkan).....	140
Tabel 4.47	Memilih sekolah ini karena sekolah memperlihatkan dan peduli dengan lingkungan masyarakat sekitar	141
Tabel 4.48	Memilih sekolah ini karena sekolah sering menjadi topik perbincangan oleh masyarakat karena prestasinya	141
Tabel 4.49	Memilih sekolah ini karena sekolah ini sangat berpengalaman di bidang pendidikan.....	142
Tabel 4.50	Memilih sekolah ini karena sekolah ini mempublikasikan kegiatan-kegiatan siswa di sekolah.....	142
Tabel 4.51	Memilih sekolah ini karena sekolah ini selalu meningkatkan kualitas dengan menjaga mutu pendidikan.....	143
Tabel 4.52	Memilih sekolah ini karena sekolah ini selalu melakukan inovasi dan pembauran agar tetap mengikuti kemajuan.....	143
Tabel 4.53	Memilih sekolah ini karena sekolah pernah melibatkan masyarakat sekitar dalam melakukan bakti sosial, keagamaan, hari besar, dll.....	144
Tabel 4.54	Memilih sekolah ini karena prospek lulusan yang terjamin kualitasnya	144
Tabel 4.55	Memilih sekolah ini karena lokasi yang strategis	145
Tabel 4.56	Memilih sekolah ini karena semua fasilitas berfungsi dengan baik.....	145
Tabel 4.57	Memilih sekolah ini karena adanya program tahfiz Alquran.....	146
Tabel 4.58	Memilih sekolah ini karena biaya pendidikan yang ditetapkan sekolah tidak teralalu mahal	146
Tabel 4.59	Distribusi Responden Berdasarkan Variabel <i>Perceived Quality</i> .	147
Tabel 4.60	Memilih sekolah ini karena seluruh staf sekolah (staf administrasi dan staf pengajar) berpenampilan rapi dan menutup aurat	148

Tabel 4.61	Memilih sekolah ini karena lingkungan sekolah yang aman dan bersih.....	148
Tabel 4.62	Memilih sekolah ini karena faktor bukti fisik sekolah seperti gedung dan kelas, fasilitas penunjang (perpustakaan dan lab), sarana dan prasarana yang berteknologi	149
Tabel 4.63	Memilih sekolah ini karena terdapat sistem informasi sekolah (website) yang informatif serta grup whatasapp untuk memudahkan komunikasi	149
Tabel 4.64	Memilih sekolah ini karena mata pelajaran sesuai dengan kebutuhan siswa.....	150
Tabel 4.65	Memilih sekolah ini karena staf pengajar yang mengajar sesuai dengan latar belakang pendidikannya.....	151
Tabel 4.66	Memilih sekolah ini karena seluruh staf sekolah (staf administrasi dan staf pengajar) memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaannya	151
Tabel 4.67	Memilih sekolah ini karena jadwal pelajaran dijalankan dengan tepat.....	152
Tabel 4.68	Memilih sekolah ini karena seluruh staf memberikan pelayanan yang baik.....	152
Tabel 4.69	Memilih sekolah ini karena melihat seluruh staf sekolah (staf administrasi dan staf pengajar) memberikan pelayanan yang ramah terhadap setiap siswanya.....	153
Tabel 4.70	Memilih sekolah ini karena (staf administrasi dan staf pengajar) mudah ditemui apabila orang tua siswa ingin berkonsultasi	153
Tabel 4.71	Memilih sekolah ini karena (staf administrasi dan staf pengajar) selalu memberikan pelayanan cepat tanggap.....	154
Tabel 4.72	Memilih sekolah ini karena peraturan sekolah berlaku untuk semua siswa	154
Tabel 4.73	Memilih sekolah ini karena seluruh (staf administrasi dan staf pengajar) benar-benar kompeten dibidangnya.....	155
Tabel 4.74	Memilih sekolah ini karena reputasi (akreditasi, ranking, dan prestasi) serta lulusan yang terjamin kualitasnya	155
Tabel 4.75	Memilih sekolah ini karena faktor tempat/lokasi yang aman terhindar dari kejahatan	156
Tabel 4.76	Memilih sekolah ini karena guru memahami kemampuan siswa dan memberikan perhatian lebih kepada siswa yang belum mengerti.....	156

Tabel 4.77	Memilih sekolah ini karena guru mudah ditemui apabila ada siswa yang ingin berkonsultasi tentang pelajaran yang belum mengerti	157
Tabel 4.78	Memilih sekolah ini karena guru berperan sesuai fungsinya memberikan kemudahan kepada siswa untuk mendapatkan pelayanan	157
Tabel 4.79	Memilih sekolah ini karena guru selalu memberikan informasi kepada orang tua siswa tentang perkembangan anaknya di sekolah	158
Tabel 4.80	Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Pilihan Pendidikan Siswa	159
Tabel 4.81	Memilih sekolah ini karena biaya atau harga yang terjangkau	159
Tabel 4.82	Memilih sekolah ini karena mempunyai branding yang baik	160
Tabel 4.83	Memilih sekolah ini karena keinginan sendiri	160
Tabel 4.84	Memilih sekolah ini karena kebutuhan melanjutkan pendidikan selanjutnya	161
Tabel 4.85	Memilih sekolah ini karena keinginan anak saya sendiri	161
Tabel 4.86	Memilih sekolah ini karena ajakan teman-teman	162
Tabel 4.87	Memilih sekolah ini karena ingin anak saya memiliki hafalan Alquran	162
Tabel 4.88	Memilih sekolah ini karena pengaruh lingkungan sekitar	163
Tabel 4.89	Memilih sekolah ini karena sebelumnya mencari informasi tentang SD Islam terdekat	164
Tabel 4.90	Memilih sekolah ini karena berstatus sekolah Islam	164
Tabel 4.91	Memilih sekolah ini karena ingin memperdalam ilmu agama anak	165
Tabel 4.92	Memilih sekolah ini karena sebelumnya mencari informasi tentang SD Islam terdekat	165
Tabel 4.93	Memilih sekolah ini karena ingin lulus dengan prestasi yang baik	166
Tabel 4.94	Memilih sekolah ini karena terkenal	166
Tabel 4.95	Memilih sekolah ini karena sekolah menerapkan sistem full day school	167
Tabel 4.96	Hasil Uji Anova Antara Strategi Jasa Pendidikan, <i>Brand Image</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa	168
Tabel 4.97	Sumbangan Strategi Jasa Pendidikan, <i>Brand Image</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa	168

Tabel 4.98	Koefisien Regresi Strategi Jasa Pendidikan, <i>Brand Image</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa	169
Tabel 4.99	Koefisien Korelasi Strategi Jasa Pendidikan, <i>Brand Image</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa	170
Tabel 4.100	Sumbangan Efektif Strategi Jasa Pendidikan, <i>Brand Image</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa.....	170
Tabel 4.101	Sumbangan Relatif Strategi Jasa Pendidikan, <i>Brand Image</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa	171
Tabel 5.1	Deskripsi data <i>Mean</i>	173
Tabel 5.2	Tentang Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	174
Tabel 5.3	Kategori Tingkat <i>Brand Image</i>	175
Tabel 5.4	Kategori Tingkat <i>Perceived Quality</i>	175
Tabel 5.5	Hasil Uji Correlations	176
Tabel 5.6	Sumbangan Efektif Strategi Jasa Pendidikan, <i>Brand Image</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa	177
Tabel 5.7	Sumbangan Relatif Strategi Jasa Pendidikan, <i>Brand Image</i> , dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Pilihan Pendidikan Siswa	178

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Perkembangan Jumlah Siswa SDIT Ukhuwah Banjarmasin	104
---	-----