MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH BIMBA AIUEO RAWALUMBU BEKASI

Syerliananda Oktavia[1], Indra Muis[2]
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Bina Insani Bekasi

Email: syerliananda09@gmail.com, indramuis@binainsani.ac.id

Abstract

The background of this study stems from the increasingly competitive landscape among early childhood education institutions. This situation pushes each institution to better understand what factors parents actually consider when choosing a place for their children to learn. This research specifically aims to examine how much service quality, promotion, and location influence parents' decisions in choosing biMBA AIUEO Rawalumbu. A quantitative approach was adopted, collecting data through questionnaires distributed to 85 respondents. Sampling was carried out using a non-probability sampling method with a saturated sampling technique. The collected data was then analyzed through a series of statistical tests, including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The findings revealed that service quality actually had a negative and insignificant effect on parents' decisions. In contrast, promotion proved to have a positive and significant influence. As for location, while it showed a positive effect, it was not strong enough to be considered statistically significant. However, when all three variables were tested simultaneously, the results indicated a significant combined influence on parents' decision-making. These findings carry an important message for biMBA AIUEO Rawalumbu: promotional strategies need to be continuously strengthened, as promotion emerged as the most dominant factor in attracting parents' interest. At the same time, service quality still deserves serious attention, so it does not become a weak point that ultimately undermines the institution's appeal in the eyes of prospective students' families.

Keywords: *Service Quality, Promotion, Location, Decision to Choose*

Abstrak

Latar belakang penelitian ini berangkat dari persaingan yang kian ketat di antara lembaga pendidikan anak usia dini. Kondisi tersebut mendorong setiap lembaga untuk lebih cermat memahami apa saja yang menjadi pertimbangan orang tua ketika memilih tempat belajar bagi anaknya. Penelitian ini secara khusus ingin melihat sejauh mana kualitas layanan, promosi, dan lokasi turut memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menyebarkan kuesioner kepada 85 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik sampel jenuh. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui serangkaian uji statistik, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Dari

Article history
Received: Agustus 2026
Reviewed: Agustus 2026
Published: Agustus 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

ISSN : 3025-9495

hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas layanan justru berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan orang tua. Sebaliknya, promosi terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan. Adapun lokasi, meskipun berpengaruh positif, pengaruhnya tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan secara statistik. Namun bila ketiga variabel ini diuji secara bersama-sama, hasilnya menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan orang tua. Temuan ini memberi pesan penting bagi biMBA AIUEO Rawalumbu: strategi promosi perlu terus diperkuat karena menjadi faktor paling dominan dalam menarik minat orang tua. Di sisi lain, kualitas layanan juga tetap perlu mendapat perhatian serius agar tidak menjadi titik lemah yang justru memperlemah daya tarik lembaga di mata calon peserta didik.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Promosi, Lokasi, Keputusan Orang Tua.

1. Pendahuluan

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) menempati posisi strategis dalam menopang proses tumbuh kembang anak pada tahap-tahap awal kehidupannya. Merujuk pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, PAUD dimaknai sebagai serangkaian upaya pembinaan yang diperuntukkan bagi anak sejak lahir sampai berusia enam tahun, dilakukan melalui pemberian stimulus pendidikan guna menunjang pertumbuhan fisik sekaligus perkembangan psikis anak, sehingga pada akhirnya anak siap untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan berikutnya (Republik Indonesia, 2003).

Orang tua yang menempuh pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki kesadaran yang lebih kuat akan betapa krusialnya masa-masa awal tumbuh kembang anak, sehingga mereka lebih proaktif dalam memastikan anak mendapatkan stimulasi pendidikan yang tepat sejak dini. Mereka juga cenderung lebih paham tentang perkembangan anak dan lebih aktif dalam memilih pendidikan untuk anak mereka (Sari & Suyatmin, 2022). Dengan semakin pentingnya peran PAUD, memilih instansi pendidikan untuk anak menjadi keputusan yang sangat penting bagi orang tua.

Salah satu aspek yang paling diperhatikan dalam proses tersebut adalah kualitas layanan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan. Kualitas layanan sejatinya bersifat dinamis ia tidak hanya menyangkut produk atau jasa yang diberikan, tetapi juga melibatkan sumber daya manusia, proses pelayanan, hingga lingkungan yang dihadirkan oleh lembaga tersebut (Muafatun et al., 2022). Sebuah layanan dikatakan berkualitas apabila mampu memenuhi, bahkan melampaui, apa yang diharapkan oleh orang tua sebagai pengguna jasa pendidikan.

Selain kualitas layanan, faktor lain yang turut menjadi pertimbangan orang tua adalah promosi. Menurut Syamsiah & Susilo (2025), promosi pada dasarnya adalah jembatan komunikasi antara lembaga pendidikan dengan calon murid didik maupun wali murid, yang berfungsi untuk menyampaikan informasi seputar program pendidikan yang tersedia. Senada dengan hal tersebut, Jasmani & Najmah (2025) juga menemukan bahwa promosi yang dilakukan oleh sekolah, bersama dengan fasilitas yang tersedia, ternyata memiliki peran nyata dalam memengaruhi keputusan orang tua ketika menentukan taman kanak-kanak mana yang akan dipilih untuk anaknya

Di samping promosi, lokasi turut menjadi pertimbangan serius bagi wali murid ketika menentukan tempat belajar yang tepat untuk anak mereka. Attabik Bahta & Santoso (2025) menegaskan bahwa lokasi memainkan peran yang cukup krusial dalam proses pengambilan keputusan, khususnya bagi orang tua yang sangat memprioritaskan kemudahan akses dan kenyamanan dalam mendukung rutinitas belajar anak sehari-hari.

Badan Pusat Statistik mengungkapkan bahwa jumlah anak berusia 0-6 tahun di Indonesia saat ini mencapai sekitar 30,2 juta penduduk, atau sekitar 10,9% dari keseluruhan penduduk Indonesia. Angka tersebut terbilang sangat besar dan mencerminkan besarnya potensi kebutuhan akan layanan pendidikan anak usia dini di tanah air. Hal ini diperkuat oleh data dari Data Pokok Pendidikan (Dapodik) Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia, mencatat bahwa pada jenjang PAUD terdapat sebanyak 6.778.054 peserta didik, didukung oleh 495.018 tenaga pendidik dan 485.297 rombongan belajar (PAUD Pedia, 2025). Kondisi tersebut juga tercermin pada tingkat daerah. Badan Pusat Statistik Kota Bekasi (2025), mengungkapkan total anak usia 0-4 tahun mencapai sekitar 200,4 ribu jiwa dan usia 5-9 tahun sekitar 193,1 ribu jiwa. Besarnya jumlah penduduk usia anak tersebut menunjukkan tingginya potensi kebutuhan terhadap layanan pendidikan anak usia dini di Kota Bekasi.

Hal serupa juga tampak di Kecamatan Rawalumbu, yang menjadi salah satu wilayah dengan jumlah lembaga Pendidikan bagi anak usia dini terbilang cukup beragam. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa di kecamatan ini terdapat 54 Taman Kanak-kanak (TK), yang terbagi atas 1 unit negeri dan 53 unit swasta, dengan total murid TK negeri sebanyak 108 anak dan keseluruhan murid TK mencapai 2.838 anak. Angka ini mencerminkan betapa padatnya persaingan antar lembaga pendidikan anak usia dini di wilayah Rawalumbu (Badan Pusat Statistik Kota Bekasi, 2025).

Salah satu unit pendidikan anak usia dini di Rawalumbu adalah biMBA AIUEO Rawalumbu, yang merupakan bagian dari cabang biMBA AIUEO yang berfokus pada pengembangan minat belajar dan minat baca anak sejak usia dini melalui pendekatan pembelajaran yang menyenangkan. (biMBA AIUEO, 2026). Persaingan di wilayah ini tidak hanya datang dari sesama TK, tetapi juga dari lembaga bimbingan belajar sejenis yang menyasar segmen usia dini, seperti Kumon Pengasinan Rawalumbu, Kumon Pariwisata Rawalumbu, serta Sempoa SIP Kemang Pratama yang sama-sama beroperasi di Kecamatan Rawalumbu (Kumon Indonesia, 2026; Sempoa SIP, 2026). Sebagai lembaga pendidikan yang terus berkembang dan melayani masyarakat di wilayah Rawalumbu, jumlah peserta didik yang terdaftar di biMBA AIUEO Rawalumbu mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Perkembangan jumlah peserta didik tersebut menunjukkan dinamika yang fluktuatif, sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Peserta Didik Tahun 2023-2026

Tahun	Jumlah Murid
2023	74 anak
2024	78 anak
2025	83 anak
2026	85 anak

Sumber: Data diolah (2026)

Meskipun menunjukkan tren peningkatan, kenaikan jumlah peserta didik tersebut relatif belum terlalu besar. Kondisi ini membuktikan adanya minat orang tua untuk mendaftarkan anaknya di biMBA AIUEO Rawalumbu masih mengalami dinamika dari waktu ke waktu. Selain itu, banyaknya satuan pendidikan PAUD di wilayah Kecamatan Rawalumbu juga membuat persaingan antar lembaga menjadi semakin ketat, sehingga orang tua dihadapkan pada lebih banyak pilihan dalam memilih tempat pendidikan bagi putra-putri mereka.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Keputusan yang diambil para orang tua murid dalam menjatuhkan pilihan pada lembaga pendidikan bagi putra-putrinya tidak semata-mata ditentukan oleh eksistensi lembaga itu sendiri, melainkan juga dipengaruhi oleh sejumlah pertimbangan lain. Orang tua cenderung memperhatikan kualitas layanan yang diberikan, bagaimana lembaga tersebut mempromosikan programnya, serta lokasi yang memudahkan akses dan memberikan rasa nyaman. Hal inilah yang mendorong pentingnya untuk memahami faktor-faktor tersebut secara lebih mendalam, guna mengungkap hal-hal yang sesungguhnya mendorong orang tua dalam menjatuhkan pilihan pada biMBA AIUEO Rawalumbu.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, masih terdapat perbedaan temuan (research gap) mengenai pengaruh kualitas layanan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan memilih. Pada variabel kualitas layanan, penelitian yang dilakukan oleh Amalia et al. (2024), Khoirunnisa (2024), serta Pratiwi et al. (2025) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh Setiawan et al. (2023), yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. Selanjutnya, pada variabel promosi, Putra dan Kencana (2024) serta Muzayyanah et al. (2023) membuktikan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih, sedangkan Lailly et al. (2025) menemukan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan. Adapun pada variabel lokasi, penelitian Cici et al. (2025), Widhi Susanti et al. (2024), serta Yuliana dan Maskur (2022) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. Sebaliknya, Harahap et al. (2024) memperoleh hasil bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya inkonsistensi temuan empiris.

Studi ini dirancang untuk mengukur seberapa besar kualitas layanan, promosi, dan lokasi berkontribusi dalam memengaruhi keputusan orang tua memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Temuan yang dihasilkan diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih konkret kepada pengelola lembaga mengenai aspek-aspek mana yang perlu mendapat perhatian lebih, sehingga dapat dijadikan dasar dalam mengambil langkah strategis untuk meningkatkan mutu layanan sekaligus mengembangkan lembaga secara lebih terarah ke depannya. Merujuk pada latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini mengangkat judul: **"Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Orang Tua Memilih biMBA AIUEO Rawalumbu."**

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh orang tua murid yang telah mempercayakan pendidikan putra-putri mereka kepada biMBA AIUEO Rawalumbu di Kota Bekasi, Jawa Barat, yang berjumlah 85 orang. Mengingat jumlah populasi relatif terbatas, penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik sampel jenuh, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 27.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Instrumen

3.1.1. Uji Validitas

Priyatno (2018) menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa tepat suatu item dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah item dinyatakan valid apabila terdapat korelasi yang signifikan antara skor item tersebut dengan skor totalnya, sehingga item itu benar-benar mampu mendukung pengungkapan yang diharapkan dalam penelitian.

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1	0.736	0,361	Valid
	X1.2	0.573	0,361	Valid
	X1.3	0.409	0,361	Valid
	X1.4	0.784	0,361	Valid
	X1.5	0.557	0,361	Valid
Promosi	X2.1	0.793	0,361	Valid
	X2.2	0.584	0,361	Valid
	X2.3	0.558	0,361	Valid
	X2.4	0.687	0,361	Valid
	X2.5	0.707	0,361	Valid
Lokasi	X3.1	0.508	0,361	Valid
	X3.2	0.472	0,361	Valid
	X3.3	0.826	0,361	Valid
	X3.4	0.671	0,361	Valid
Keputusan Memilih	Y1	0.694	0,361	Valid
	Y2	0.798	0,361	Valid
	Y3	0.701	0,361	Valid
	Y4	0.652	0,361	Valid

Sumber: Data diolah (2026)

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

Merujuk tabel 3.1, terdapat empat variabel dengan total pernyataan sebanyak 18 item. Nilai r-tabel pada studi ini sebesar 0,361 yang didapat dari hasil perhitungan nilai derajat kebebasan dari 30 sampel dengan rincian df = 30-2 menghasilkan nilai 28. Diterangkan valid jika nilai r-hitung > nilai r-tabel (0,361). Berdasarkan hasil uji pada tabel 3.1, kualitas layanan memiliki lima item pernyataan X1.1 – X1.5 dengan perolehan rentang nilai r-hitung sejumlah 0,409 – 0,784, secara nilai diputuskan valid karena lebih besar dari nilai r-tabel (0,361). Promosi memiliki lima item pernyataan X2.1 – X2.5 dengan perolehan rentang nilai r-hitung sebesar 0,558 – 0,793, secara nilai diputuskan valid karena lebih besar dari nilai r-tabel (0,361). Lokasi memiliki empat item pernyataan X3.1 – X3.4 dengan perolehan nilai r-hitung sejumlah 0,472 – 0,826, diputuskan valid karena lebih besar dari nilai r-tabel (0,361). Keputusan memilih memiliki empat item pernyataan Y1 – Y4 dengan perolehan nilai r-hitung sejumlah 0,652 – 0,798, secara nilai diputuskan valid karena lebih besar dari nilai r-tabel (0,361). Merujuk pada pemaparan tersebut, diterangkan 18 item pernyataan dalam instrumen studi ini dinyatakan valid dan bisa dipergunakan untuk tahapan analisis selanjutnya.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018), Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen penelitian dapat menghasilkan hasil yang konsisten apabila digunakan secara berulang dalam kondisi yang sama.

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	*Cronbach's Alpha Standar*	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,820	0,7	Reliabel
Promosi (X2)	0,722	0,7	Reliabel
Lokasi (X3)	0,762	0,7	Reliabel
Keputusan Memilih (Y)	0,807	0,7	Reliabel

Sumber: Data diolah (2026)

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Item

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	18

Berlandaskan Hasil Uji Reliabilitas seluruh variabel memiliki koefisien reliabilitas > 0,70. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel dan layak sebagai alat ukur penelitian.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan tahap awal yang dilakukan sebelum melanjutkan ke analisis statistik lebih lanjut. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak (Fitri et al., 2023).

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

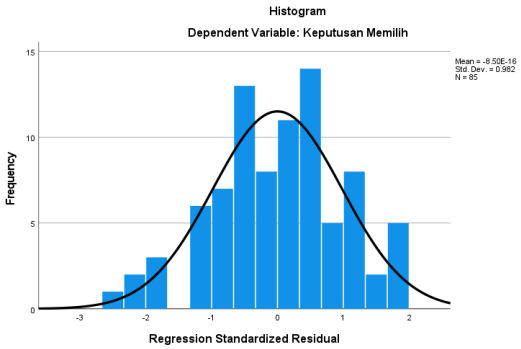
Tabel 3.4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			85
Normal Parameters[a,b]	*Mean*		.0000000
	Std. Deviation		1.50852853
Most Extreme Differences	*Absolute*		.068
	Positive		.066
	Negative		-.068
Test Statistic			.068
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	*Sig.*		.415
	99% Confidence Interval	*Lower Bound*	.402
		Upper Bound	.428

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 berada di atas tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas dalam analisis regresi. Hasil tersebut juga didukung oleh nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,415 yang lebih besar dari 0,05, sehingga semakin memperkuat bahwa data residual terdistribusi secara normal.

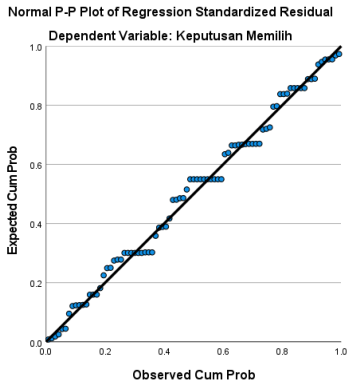


Sumber: Data diolah (2026)

Gambar 3.1 Kurva Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan grafik histogram di atas, dapat dilihat bahwa residual membentuk pola menyerupai kurva lonceng (bell shape) dengan puncak berada di sekitar angka nol. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar data terpusat di sekitar nilai rata-rata residual yang mendekati nol (Mean = -8.50E-16) dengan standar deviasi sebesar 0.982. Penyebaran data pada

sisi kiri (negatif) dan sisi kanan (positif) terlihat cukup seimbang meskipun tidak sempurna, namun tidak menunjukkan kemencengan yang signifikan. Kurva normal yang terbentuk mengikuti pola distribusi data dengan baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini cenderung berdistribusi normal dan asumsi normalitas dalam model regresi terpenuhi.



Sumber: Data diolah (2026)

Gambar 3.2 Grafik P-Plot dari Uji Normalitas

3.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Sujarweni (2020), uji multikolinearitas sangat penting dalam menganalisis hubungan antar variabel independen dalam sebuah model. Uji multikolinearitas bertujuan mendeteksi adanya hubungan linier kuat antar variabel independen. Indikatornya adalah VIF dan toleransi. Model bebas multikolinearitas bila VIF < 10 dan toleransi > 0,10. Berikut hasil uji multikolinearitasnya:

Tabel 3.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Layanan	0.225	4.439	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Promosi	0.408	2.451	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Lokasi	0.412	2.426	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi yang digunakan. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dengan demikian telah memenuhi asumsi bebas multikolinearitas dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

3.2.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Sujarweni (2020), uji heteroskedastisitas adalah cara untuk memastikan apakah ada perbedaan besar antara kesalahan pengamatan dari satu waktu ke waktu lainnya. Jika kesalahan pengamatan ini sama, maka disebut homokedastisitas. Tapi jika kesalahan pengamatan ini berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik tidak boleh memiliki gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3.6 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*		
		B	*Std. Error*	*Beta*	*t*	*Sig.*
1	(Constant)	3.182	.969		3.284	.002
	X1	-.027	.083	-.074	-.329	.743
	X2	-.092	.059	-.261	-1.571	.120
	X3	.033	.063	.086	.522	.603

a. Dependent Variable: abs_RES

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Layanan sebesar 0,743 dengan t-hitung sebesar -0,329, variabel Promosi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,120 dengan t-hitung sebesar -1,571, dan variabel Lokasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,603 dengan t-hitung sebesar 0,522, dimana seluruh nilai signifikansi dari ketiga variabel independen tersebut berada di atas 0,05 sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan dan dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi salah satu syarat uji asumsi klasik yang diperlukan.

3.3 Uji Hipotesis

3.3.1 Pengujian Signifikan (Uji T)

Uji T independen merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan rata-rata antara dua populasi atau kelompok data yang bersifat independen satu sama lain.

Tabel 3.7 Hasil Signifikan Uji T

Varibel	t-hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas Layanan	-1.812	0.074	Tidak Signifikan
Promosi	7.963	<0.001	Signifikan
Lokasi	0.646	0.520	Tidak Signifikan

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar -1,812 < 1,664 dengan nilai signifikansi 0,074. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Orang Tua memilih Bimba AIUEO Rawalumbu. Selanjutnya, variabel Promosi (X2) memiliki nilai t-hitung sebesar 7,963 > 1,664 dengan nilai signifikansi < 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Orang Tua memilih Bimba AIUEO Rawalumbu. Selanjutnya, variabel Lokasi

(X3) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,646 < 1,664 dengan nilai signifikansi 0,520. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Orang Tua memilih Bimba AIUEO Rawalumbu. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini hanya variabel Promosi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Orang Tua memilih Bimba AIUEO Rawalumbu, sedangkan Kualitas Layanan dan Lokasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

3.3.2 Uji Statistik F

Menurut Priyatno (2018), uji F atau yang dikenal sebagai uji koefisien regresi secara bersama-sama merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

Tabel 3.8 Hasil Signifikan Uji F

ANOVA[a]

Model		*Sum of Squares*	*df*	*Mean Square*	*F*	*Sig.*
1	*Regression*	249.033	3	83.011	35.175	<.001[b]
	Residual	191.155	81	2.360		
	Total	440.188	84			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Promosi, Lokasi

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 35,175 dengan nilai signifikansi < 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (H0) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Layanan (X1), Promosi (X2), dan Lokasi (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Orang Tua Memilih Bimba AIUEO Rawalumbu (Y). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Secara keseluruhan variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap Keputusan Orang Tua dalam memilih Bimba AIUEO Rawalumbu.

3.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2020), koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Semakin besar nilai R^2 maka semakin tinggi pula persentase perubahan variabel terikat (Y) yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas (X). Berdasarkan teori tersebut, peneliti menggunakan metode Adjusted R^2 dalam pengujian ini dikarenakan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah lebih dari dua variabel, sehingga Adjusted R^2 dianggap lebih tepat dan akurat dalam mengukur kemampuan model regresi yang digunakan.

Tabel 3.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752[a]	.566	.550	1.53621

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan,Promosi dan Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Memilih

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Kemudian diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,550 (55,0%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1), Promosi (X2), dan Lokasi (X3) mampu menjelaskan variasi Keputusan Orang Tua Memilih Bimba AIUEO Rawalumbu (Y) sebesar 55,0%. Sedangkan sisanya sebesar 45,0% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

3.4 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sujarweni (2020), analisis regresi merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah diajukan dalam suatu penelitian, sehingga dapat diketahui apakah variabel bebas yang diteliti benar-benar memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yang ditetapkan dalam penelitian tersebut.

Tabel 3.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.497	1.700		2.645	.010
	Kualitas Layanan	-.263	.145	-.280	-1.812	.074
	Promosi	.820	.103	.913	7.963	<.001
	Lokasi	.072	.111	.074	.646	.520

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

Sumber: Data diolah 2026

Hasil pengolahan data melalui analisis regresi linier berganda menghasilkan nilai koefisien β yang digunakan untuk menyusun persamaan regresi. Persamaan regresi ini bertujuan untuk mengetahui besarnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen serta melihat arah pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel. Melalui persamaan tersebut, dapat diketahui kontribusi setiap variabel dalam memengaruhi keputusan orang tua

dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Adapun hasil analisis regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4.497 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas layanan, promosi, dan lokasi berada pada kondisi nol, maka keputusan orang tua tetap memiliki nilai sebesar 4.497.
2. Koefisien sebesar -0.263 pada variabel kualitas layanan menunjukkan adanya hubungan negatif terhadap keputusan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan diikuti dengan penurunan keputusan orang tua. Namun, variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,074 yang lebih besar dari 0,05.
3. Koefisien sebesar 0.820 pada variabel promosi menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keputusan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Artinya, semakin baik promosi yang dilakukan, maka keputusan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu juga akan semakin meningkat. Variabel promosi menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling besar dibandingkan variabel lainnya.
4. Koefisien sebesar 0.072 pada variabel lokasi menunjukkan adanya hubungan positif terhadap keputusan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Namun, variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,520 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi bukan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu.

3.5 Pembahasan

3.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Orang Tua

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Hal ini terlihat dari nilai t hitung (-1.812) yang lebih kecil dari t tabel (1.663) serta nilai signifikansi 0.074 > 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa data tersebut tidak signifikan. Koefisien regresi (B) bernilai negatif sebesar -0.263 yang menunjukkan bahwa arah hubungan bersifat negatif. Artinya, peningkatan kualitas layanan cenderung diikuti dengan penurunan keputusan orang tua, namun pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk memengaruhi keputusan secara signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Setiawan et al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih lembaga pendidikan.

3.5.2 .4.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Orang Tua

Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Hal ini terlihat dari nilai t hitung (7.963) yang lebih besar dari t tabel (1.663) serta nilai signifikansi < 0,001 < 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa data tersebut signifikan. Koefisien regresi (B) bernilai positif sebesar 0.820 yang menunjukkan bahwa arah hubungan bersifat positif. Artinya, semakin baik promosi yang dilakukan oleh biMBA AIUEO Rawalumbu, maka semakin tinggi pula keputusan orang tua dalam memilih lembaga tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putra & Kencana (2024) dan Muzayyanah et al. (2023) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.

3.5.3 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Orang Tua

Hasil analisis menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Hal ini terlihat dari nilai t hitung (0.646) yang lebih kecil dari t tabel (1.663) serta nilai signifikansi 0.520 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua. Koefisien regresi (B) bernilai positif sebesar 0.072 yang menunjukkan bahwa arah hubungan bersifat positif. Artinya, lokasi yang strategis cenderung meningkatkan keputusan orang tua, namun pengaruhnya belum cukup kuat untuk menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Harahap et al. (2024) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.

3.5. 4 Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Orang Tua

Secara simultan, variabel kualitas layanan, promosi, dan lokasi terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih biMBA AIUEO Rawalumbu. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis nol (H0) ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan bagi anak mereka.

4.Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini disusun berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hasil analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih BIMBA AIUEO Rawalumbu. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua, sedangkan lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan, kualitas layanan, promosi, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih BIMBA AIUEO Rawalumbu. Hal ini menunjukkan bahwa promosi merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan orang tua.

5. DAFTAR PUSTAKA

Amalia, L., Fadhilah, N., & Sudarwanto, T. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Jasa Pendidikan di SD Labschool UNESA 1 Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 12.

Anisa, N. (2023). Pengaruh Kualitas, Biaya, dan Promosi Pendidikan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Bimbingan Belajar bagi Anaknya pada BIMBA AIUEO Anggrek Raya yang Dimediasi oleh Citra Sekolah (Studi pada BIMBA AIUEO Anggrek Raya Jakarta).

Attabik Bahta, D. M., & Santoso, R. A. (2025). Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi 8(1) (2025) | 169. PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi, 8(1), 2025.

Badan Pusat Statistik Kota Bekasi. (2025). Jumlah sekolah, guru, dan murid taman kanak-kanak (TK) di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menurut kecamatan di Kota Bekasi,.

Badan Pusat Statistik Kota Bekasi. (2025). Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Bekasi.

biMBA AIUEO (2026). Cabang Jawa Barat Bekasi 2. https://bimba-aiueo.com/cabang/jawa-barat/bekasi-2/

ISSN : 3025-9495

Cici, O., Olivia, C., & Nasution, N. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Sekolah, dan Kegiatan Ekstrakurikuler terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SMP Negeri 1 Pekanbaru (Vol. 2, Number 1). https://journal.unilak.ac.id/index.php/BASELINE

Fakhriyati. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Orang Tua Murid di BIMBA AIUEO Unit Muara Bogor.

Fitri, A., Rani, R., Nurhayati, Azis, S. L. P., Irmawaty, N., Anis, M. D. N. S., Kartini, H., & Nanda, E. A. (2023). Dasar-Dasar Statistika untuk Penelitian. Yayasan Kita Menulis.

Harahap, N. R., Rachmawati, I. K., & Handoko, Y. (2024). Pengaruh Biaya Pendidikan, Lokasi, dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Menengah Pertama (SMP) Citra Berkat Surabaya. https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jubis

Iskandar, Rachmawati, I. K., & Handoko, Y. (2025). The Influence of Unique Selling Proposition, Tuition Fees, and Service Quality on Parents' Decision to Choose a School: A Case Study of SD An Namiroh Pekanbaru.

Jasmani, J., & Najmah, S. (2025). Pengaruh promosi dan fasilitas terhadap keputusan orang tua memilih sekolah Taman Kanak-Kanak PAUD Rahayu di Kabupaten Bogor. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Bisnis Internasional Indonesia, 5(1).

Khoirunnisa, F. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga (biaya sekolah TK) terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah di taman kanak-kanak Perumahan Villa Mutiara Gading 1 Bekasi.

Krisbiyanto, A., & Nadhifah, I. (2022). Pengaruh Lokasi dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di Sekolah Menengah Atas Negeri. In Academicus: Journal of Teaching and Learning (Vol. 1, Number 1).

Kumon Indonesia. (2026). Store Locator: Kumon Pengasinan Rawalumbu & Kumon Pariwisata Rawalumbu.

Lailly, N., Haryanti, E., & Rahmawati, I. D. (2025). The Influence of Promotion and School Image on Parents' Decision in Choosing a School at SMP Muhammadiyah Merauke [Pengaruh Promosi dan Citra Sekolah terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah di SMP Muhammadiyah Merauke].

Muafatun, Muhammad Syaifulloh, & Hendri Sucipto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan.

Mubarok, J., Kunci, K., Pelayanan, K., & Keputusan Pembelian, dan. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Orang Tua dalam Mendaftarkan Anaknya pada biMBA AIUEO Permata Cimanggis Depok. Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis, 1(2), 229–237. https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index

Muzayyanah, I., Abidin, M., & Qomarudin, A. (2023). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Orang Tua Mendaftarkan Anak di Madrasah Ibtidaiyah Salafiyah Wareng Purworejo. Re-JIEM (Research Journal of Islamic Education Management), 6(2), 232–246. https://doi.org/10.19105/re-jiem.v6i2.11963

Pratiwi, Y., Hakim, L., Aman, D., Studi Magister Manajemen, P., Pascasarjana, P., Riau Kepulauan, U., & Riau, K. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Fasilitas, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SMP Plus Al Kaffah Batam.

Priyatno, D. (2018). Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Mediakom.

Putra, A. M., & Kencana, P. N. (2024). Pengaruh Promosi dan Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah Penerbangan DIFASC Jakarta di Serpong Tangerang. JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation, 2(4).

Rengga Arya Pratama, M., & Pandu Negoro, Y. (2024). Analysis Of Service Quality In Early Child Care Services Businesses Using Servqual And Quality Function Deployment (Vol. 10, Number 1).

ISSN : 3025-9495

Republik Indonesia. (1945). Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. In Sekretariat Negara Republik Indonesia. https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38608/uud-1945

Republik Indonesia. (2003). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. In Sekretariat Negara Republik Indonesia. https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43920/uu-no-20-tahun-2003

sia Dini Ditinjau Dari Pendidikan Orang Tua di PAUD Bina Sabjanoba Dusun Ribang Semalan Desa Bina Jaya . Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini (Masa Keemasan).

Sempoa SIP. (2026). SIP Group Kemang Pratama, Bekasi.

Setiawan, I., Prianto, A., Sukarya, E., Mulyana, D., Komala, I., & Sapruwan, M. (2023). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih SMP Presiden Jababeka yang Dimediasi oleh Minat Beli. Jurnal EMAS: Ekonomi Manajemen Akuntansi Kewirausahaan, 3(1).

Siregar, S. (2017). Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. Prenada Media.

Soelaiman, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kesesuaian biaya pendidikan terhadap loyalitas mahasiswa yang dimediasi oleh kepuasan mahasiswa pada UIN di Jawa Timur. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Sujarweni, V. W. (2020). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Pustaka Baru Press.

Syamsiah, D. S. P., & Susilo, H. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pendidikan di STIE Gici Business School Cabang Bekasi. Jurnal Ecotal, 7(1), 1327–1245.

Talitha, D. H., Permadi, H., & Tesmanto, J. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran Bimba Aiueo Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Lembaga Pendidikan Di Jaticempaka. Economics and Digital Business Review, 7(1), 242–255.

Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. Penerbit Andi.

Widhi Susanti, I., Bukhori, M., & Dura, J. (2024). Pengaruh Lokasi dan Kurikulum Terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening pada SD Global Jaya Tangerang Selatan. Jurnal Pendidikan Indonesia, 5(9), 717.

Yuliana, D., & Maskur, R. (2022). Kualitas Layanan dan Lokasi dalam Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Anak. Jurnal Matematika UND, 3(2), 99–107.

Zakri, M. (2022). The Effect of Service Quality, Cost, and Promotion on Parents' Decisions in Choosing Schools (Case Study at SMK Al Amanah Tangsel in Information & Communication Technology Expertise). International Journal of Education, Information Technology, and Others, 5(4), 203. https://doi.org/10.5281/zenodo.7026668