



---

## Pengaruh Brand Image, Kurikulum Sekolah Dan Motivasi Orang Tua Terhadap Keputusan Orang Tua Atas Registrasi Anak di Sekolah Vlayesha Outdoor School Medan

Desire Riana Barus<sup>1\*</sup>, Ronald Suryaputra<sup>2</sup>, Dany M. Handarini<sup>3</sup>

Institut Teknologi Dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

Email: [desreborn.39@gmail.com](mailto:desreborn.39@gmail.com)

\*Correspondence

### ABSTRAK

Sistem pendidikan yang dikelola dengan baik akan menghasilkan kualitas yang baik pada peserta didik dan kualitas baik inilah yang menjadi hal positif dan pada akhirnya dapat mendukung seluruh aspek yang mendukung sebuah sekolah, seperti khususnya brand image sekolah, kurikulum sekolah dan kolaborasi orang tua yang diawali oleh motivasi orang tua untuk meregistrasikan anaknya pada sebuah sekolah maupun pada sebuah institusi pendidikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh brand image, kurikulum sekolah dan motivasi orang tua terhadap keputusan registrasi anak di sebuah sekolah. Teknik pemilihan sampel dilakukan dengan non-probability sampling hingga 74 responden. Pengolahan data penelitian ini menggunakan analisis jalur (SmartPLS) dan telah menghasilkan kesimpulan bahwa brand image dan kurikulum sekolah berpengaruh tapi tidak signifikan dalam keputusan orang tua atas registrasi anak di sekolah Vlayesha Outdoor School Medan. Melainkan motivasi orang tua yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua atas registrasi anak di sekolah Vlayesha Medan. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan agar sekolah dan orang tua dapat meningkatkan kerjasama untuk mendukung perkembangan potensi peserta didik dalam melalui proses menempuh pendidikan di sekolah.

**Kata kunci:** brand image, kurikulum sekolah, motivasi, orang tua, registrasi anak.

### ABSTRACT

*A well-managed education system will produce good quality in students, and this good quality is a positive aspect that can ultimately support all aspects of a school, such as the school's brand image, school curriculum, and parent collaboration, which begins with parents' motivation to register their children in a school or educational institution. The purpose of this research is to determine the influence of brand image, school curriculum, and parental motivation on the decision to enroll children in a school. The sampling technique was conducted using non-probability sampling with a total of 74 respondents. The data processing for this research used path analysis (SmartPLS) and concluded that brand image and school curriculum do not significantly influence parents' decisions regarding their children's registration at Vlayesha Outdoor School Medan. Instead, parental motivation significantly affects parents' decisions regarding their children's registration at Vlayesha Medan. Based on the results of this research, it is hoped that schools and parents can enhance cooperation to support the development of students' potential during their educational journey at school.*

**Keywords:** brand image, school curriculum, motivation, parent, child registration.

---

### PENDAHULUAN

Perkembangan zaman membawa bidang pendidikan terus berkembang melalui sekolah yang bervariasi dalam model jenis pendidikan dan metode pembelajaran yang ditawarkan. Hal ini juga terlihat dari sekolah-sekolah yang semakin bervariasi dan aktif melakukan branding atau aktivitas brand

---

image sekolah baik melalui nama, simbol logo, tagline, maupun profil yang disosialisasikan. Kotler telah mengemukakan bahwa branding atau pembentukan brand image merupakan aktivitas komunikasi yang menciptakan perspektif profil pada orang lain yang melihat atau mendengarnya, (E Hakimah, 2022). Adanya perspektif yang tercipta akan memudahkan sekolah sebagai sebuah institusi pendidikan untuk mengenalkan profil sekolah pada masyarakat.

Sekolah sebagai lembaga yang memberikan layanan pendidikan kepada masyarakat, membutuhkan brand image yang kuat untuk menarik minat dan kepercayaan calon murid dan orang tua, (dalam E H Syai'dah, 2024). Brand image sebuah sekolah dapat diperkuat dengan pengembangan kurikulum sekolah yang inovatif dengan disertai adanya identifikasi dan pembedaan produk atau program pendidikan dengan sekolah lain di tengah masyarakat, (F Susanti, 2024). Berdasarkan pandangan diatas, penulis melihat bahwa brand image dan kurikulum yang diterapkan sebuah sekolah akan menjadi dua hal yang saling berhubungan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sekolah serta mengenalkan profil sekolah pada masyarakat.

Menurut Neagley dan Evans (R Nurfitri, et.al, 2022), kurikulum merupakan rancangan seluruh pengalaman peserta didik yang dirancang oleh sekolah. Kurikulum juga merupakan kebutuhan utama sekolah dalam menjalankan program pendidikan. Kurikulum dirancang dengan model pembelajaran dan metode pembelajaran, yang menjadi bagian dari rangkaian suatu kesatuan yang mempunyai hubungan fungsional yang teratur dan menyeluruh untuk mencapai tujuan pendidikan dengan efektif dan efisien. Rangkaian suatu kesatuan ini disebut sebagai sistem pendidikan di sekolah, (I Purwaningsih, et.al, 2022). Dalam dunia pendidikan ada banyak basis jenis model dan metode pembelajaran yang diterapkan dalam sistem pendidikan sekolahnya. Contoh model-model pembelajaran adalah pembelajaran berbasis ekspositori, proyek, hybrid, blended learning dan outdoor learning, (D Nursandi, et.al, 2022). Sedangkan contoh metode pembelajaran adalah metode group learning, metode demonstrasi, metode outdoor learning atau jelajah luar kelas, (Bayanuddin, et.al, 2023). Dalam hal ini dapat dilihat bahwa baik model maupun metode pembelajaran yang dipilih merupakan inovasi dalam menerapkan kurikulum sekolah, yang mana nantinya inovasi ini menentukan pembentukan brand image sekolah.

Tujuan penelitian tesis ini untuk menguji pengaruh brand image, kurikulum sekolah dan motivasi orang tua dalam terhadap keputusan orang tua atas registrasi anak di sekolah. Dengan hal-hal yang menjadi rumusan masalah, yaitu:

1. Menguji pengaruh brand image sekolah terhadap keputusan orang tua untuk registrasi anak di sekolah Vlayesha Outdoor School Medan?
2. Mengevaluasi kurikulum sekolah terhadap keputusan orang tua untuk registrasi anak di sekolah Vlayesha Outdoor School Medan?
3. Menguji motivasi orang tua terhadap keputusan orang tua atas registrasi anak di sekolah Vlayesha Outdoor School Medan?
4. Menguji pengaruh brand image sekolah, kurikulum sekolah dan motivasi orang tua secara bersama-sama terhadap keputusan orang tua atas registrasi anak Vlayesha Outdoor School Medan?

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Creswell, metode kuantitatif adalah strategi penelitian yang digunakan untuk menguji kajian-kajian teori dengan data-data konkret dalam memastikan ada atau tidaknya hubungan antar beberapa variabel untuk dapat mengolah data secara statistik, (Creswell, John W, 2014). Metode kuantitatif juga merupakan pendekatan ilmiah yang

---

digunakan berdasarkan data-data konkret yang diolah secara statistik dengan alat uji validasi dalam sudut pandang umum untuk memaparkan sebuah hasil kesimpulan yang teruji, (Mujahid Mallombasi Arsyad et al, 2024).

Penelitian ini telah dilakukan Di Sekolah Vlayesha Outdoor School Medan. Sekolah ini ditentukan menjadi tempat penelitian melalui tahapan observasi terlebih dahulu, lalu menentukan relevansi dengan variabel penelitian dan menentukan responden sesuai dengan program atau jasa pendidikan yang ditawarkan di sekolah tersebut. Waktu penelitian yang dipilih di Sekolah Vlayesha Outdoor School Di Medan ini adalah pada September 2024 sampai November 2024.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi dan sample adalah orang tua murid di sekolah Vlayesha Outdoor School Medan. Data jumlah orang tua murid di sekolah tersebut sampai saat penelitian ini dimulai pada September 2024 adalah 179 orang dewasa yang terdiri dari 87 laki-laki (Ayah) dan 92 perempuan (Ibu). Kriteria untuk sample yang akan dipilih adalah orang tua dari anak yang sedang mengikuti salah satu program pendidikan di sekolah Vlayesha Outdoor School Medan. Dari jumlah total 179 orang ini, kriteria sampel yang akan dipilih adalah 74 orang tua dari murid yang mengikuti kegiatan program pendidikan di sekolah Vlayesha Outdoor School Medan. Dipilihnya kriteria sampel pada 74 orang tua ini dikarenakan tidak semua anggota populasi berpeluang sama untuk berpartisipasi dalam penelitian ini oleh karena situasi masing-masing populasi memiliki aktivitas yang berbeda dan tidak dapat disesuaikan dengan periode waktu penelitian dilakukan. Namun 74 orang tua ini merupakan orang tua yang telah melakukan proses pendaftaran anak secara mandiri di sekolah Vlayesha Outdoor School Medan dan turut aktif mendukung program-program sekolah bagi anaknya, seperti aktif mengikuti parenting class dan aktif mendukung kegiatan -kegiatan anak di sekolah.

Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan ada dua yaitu, yang pertama data langsung atau data primer dan yang kedua data secara tidak langsung atau data sekunder. Menurut Arikunto, data primer berupa data verbal terkait variabel yang diteliti langsung, (J.Beno, 2021). Data primer dalam penelitian ini diperoleh peneliti langsung dari sumber orang tua sebagai populasi dan sample. Data selanjutnya adalah data sekunder, dimana menurut Sugiyono data sekunder adalah data secara tidak langsung yang bersumber dari berbagai sumber yang terkait dalam penelitian, seperti pustaka, jurnal, buku dan sebagainya, (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, data sekunder yang digunakan diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu, kajian teori pustaka, dan program sekolah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Responden penelitian ini adalah orang tua murid dari sekolah Vlayesha Outdoor School Medan, khususnya orang tua murid kelas playgroup, kindergarten dan elementary kelas 1-4. Seluruh pengolahan data kuesioner menggunakan 74 data responden yang telah disebarkan dan semua telah kembali dalam keadaan terisi lengkap. Kriteria responden tersebut terdiri dari laki-laki dan perempuan yang telah mendaftarkan anaknya di sekolah Vlayesha dalam kurun waktu minimal 1 tahun terakhir. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner berisi daftar pernyataan dengan jumlah empat belas pernyataan, yang mencakup tiga pernyataan mengenai brand image, tiga pernyataan mengenai kurikulum sekolah, empat pernyataan mengenai motivasi orang tua, empat pernyataan mengenai kriteria motivasi anak. Profil responden pada penelitian ini akan dipaparkan berdasarkan usia dan jenis kelamin. Berikut profil table responden.

### **Penjelasan Variabel Brand Image (X1)**

Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel Brand Image adalah sebagai berikut:

---

**Tabel 1**  
**Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Brand Image**

No	Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		ME AN	Ket
		(Sangat Tidak Setuju)		(Tidak Setuju)		(Netral)		(Setuju)		(Sangat Setuju)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Saya merasa sekolah VLAYESHA menyajikan program pendidikan yang baik.	1	14	0	0	0	0	41	55.4	32	43.2	4.39	SS
2	Saya merasa sekolah VLAYESHA memiliki keunikan program yang baik untuk perkembangan anak.	1	14	0	0	0	0	34	45.9	39	52.7	4.48	SS
3	Saya merasa sekolah VLAYESHA mudah untuk diingat dengan baik karena memiliki kekhususan program-program pendidikannya	1	14	0	0	5	6.8	31	41.9	37	50.0	4.39	SS

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (Saya merasa sekolah Vlayesha menyajikan program pendidikan yang

- baik.) dari 74 responden terdapat 43,2% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 55,4% yang menyatakan setuju, terdapat 0% yang menyatakan netral dan tidak setuju, terdapat 1,4% yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa sekolah Vlayesha menyajikan program pendidikan yang baik.
2. Pada pernyataan kedua (Saya merasa sekolah Vlayesha memiliki keunikan program yang baik untuk perkembangan anak) dari 74 responden terdapat 52,7% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 45,9% yang menyatakan setuju, terdapat 0% yang menyatakan netral dan tidak setuju, terdapat 1,4% yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa sekolah Vlayesha memiliki keunikan program yang baik untuk perkembangan anak.
  3. Pada pernyataan ketiga (Saya merasa sekolah VLAYESHA mudah untuk diingat dengan baik karena memiliki kekhususan program-program pendidikannya) dari 74 responden terdapat 50,0% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 41,9% yang menyatakan setuju, terdapat 6,8% yang menyatakan netral, terdapat 0% yang menyatakan tidak setuju, terdapat 1,4% yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dan setuju bahwa sekolah Vlayesha memiliki keunikan program yang baik untuk perkembangan anak.

**Variabel Kurikulum Sekolah (X2)**

Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel Kurikulum Sekolah adalah sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kurikulum Sekolah**

No	Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		MEAN	Ket
		(Sangat Tidak Setuju)	(Tidak Setuju)	(Tidak Setuju)	(Netral)	(Setuju)	(Sangat Setuju)						
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Saya merasa kurikulum sekolah Vlayesha dikembangkan dengan berpusat pada peserta didik secara baik.	0	0	0	0	0	0	45	60,8	29	39,2	4,39	SS
2	Saya merasa kurikulum sekolah Vlayesha memiliki kegiatan sekolah yang menarik dan	0	0	0	0	3	4,1	30	40,5	41	55,4	4,51	SS

---

	dikembangkan untuk mendukung proses menunjukkan karakteristik atau kekhususan anak saya.													
3	Saya merasa sekolah Vlayesha memberikan data laporan hasil belajar anak dengan baik.	0	0	0	0	3	4,1	40	54,1	3	41,9	4,37	SS	
										1				

---

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 13 diatas dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (Saya merasa kurikulum sekolah Vlayesha dikembangkan dengan berpusat pada peserta didik secara baik) dari 74 responden terdapat 32,2% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 60,8% yang menyatakan setuju, terdapat 0% yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa kurikulum sekolah Vlayesha dikembangkan dengan berpusat pada peserta didik secara baik.
2. Pada pernyataan kedua (Saya merasa kurikulum sekolah Vlayesha memiliki kegiatan sekolah yang menarik dan dikembangkan untuk mendukung proses menunjukkan karakteristik atau kekhususan anak saya) dari 74 responden terdapat 55,4% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 40,5% yang menyatakan setuju, terdapat 4,1% yang menyatakan netral dan 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa kurikulum sekolah Vlayesha memiliki kegiatan sekolah yang menarik dan dikembangkan untuk mendukung proses menunjukkan karakteristik atau kekhususan anak saya
3. Pada pernyataan ketiga (Saya merasa sekolah Vlayesha memberikan data laporan hasil belajar anak dengan baik) dari 74 responden terdapat 41,9% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 54,1% yang menyatakan setuju, terdapat 4,1% yang menyatakan netral dan 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa kurikulum sekolah Vlayesha memberikan data laporan hasil belajar anak dengan baik.

### **Penjelasan Variabel Motivasi Orang tua (X3)**

Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel Motivasi Orang tua adalah sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Motivasi Orang tua**

No	Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		ME AN	Ket
		(Sangat Tidak Setuju )		(Ti dak Set uju )		(Netr al)		(Setuj u)		(Sangat Setuju)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Saya merasa aman dengan program pendidikan yang diberikan sekolah Vlayesha kepada anak saya.	0	0	0	0	0	0	41	55,4	33	44	4,44	SS
2	Saya merasa sekolah Vlayesha mampu mendukung kebutuhan tugas pola asuh orang tua dengan program bimbingan dan pendampingan yang diberikan kepada anak Saya.	0	0	0	0	2	2,7	41	55,4	31	41	4,39	SS
3	Saya merasa bangga dengan perkembangan anak saya bersama sekolah Vlayesha.	0	0	0	0	2	4,1	40	54,7	31	41	4,40	SS
4	Saya merasa percaya diri untuk selalu mendukung dan memberikan pendidikan yang mengembangkan potensi anak	0	0	0	0	1	1,4	38	51,3	35	47	4,45	SS

Saya, termasuk salah satunya bersama sekolah Vlayesha.

---

Berdasarkan tabel 14 diatas dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (Saya merasa aman dengan program pendidikan yang diberikan sekolah Vlayesha kepada anak saya) dari 74 responden terdapat 44,6% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 55,4% yang menyatakan setuju, terdapat 0% yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa orang tua merasa aman dengan program pendidikan yang diberikan sekolah Vlayesha kepada anaknya.
2. Pada pernyataan kedua (Saya merasa sekolah Vlayesha mampu mendukung kebutuhan tugas pola asuh orang tua dengan program bimbingan dan pendampingan yang diberikan kepada anak Saya) dari 74 responden terdapat 41,9% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 55,4% yang menyatakan setuju, terdapat 2,7% yang menyatakan netral, terdapat 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa sekolah Vlayesha mampu mendukung kebutuhan tugas pola asuh orang tua dengan program bimbingan dan pendampingan yang diberikan sekolah Vlayesha kepada anaknya.
3. Pada pernyataan ketiga (Saya merasa bangga dengan perkembangan anak saya bersama sekolah Vlayesha) dari 74 responden terdapat 41,9% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 54,1% yang menyatakan setuju, terdapat 4,1% yang menyatakan netral, terdapat 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa orang tua merasa bangga dengan perkembangan anaknya bersama sekolah Vlayesha.
4. Pada pernyataan keempat (Saya merasa percaya diri untuk selalu mendukung dan memberikan pendidikan yang mengembangkan potensi anak Saya, termasuk salah satunya bersama sekolah Vlayesha) dari 74 responden terdapat 47,3% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 51,4% yang menyatakan setuju, terdapat 1,4% yang menyatakan netral, terdapat 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa orang tua merasa percaya diri untuk selalu mendukung dan memberikan pendidikan yang mengembangkan potensi anak Saya, termasuk salah satunya bersama sekolah Vlayesha.

### **Penjelasan Variabel Keputusan Atas Registrasi Anak (Y)**

Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan variabel Keputusan Atas Registrasi Anak adalah sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Registrasi Anak**

**Desire Riana Barus, Ronald Suryaputra, Dany M. Handarini**

Pengaruh Brand Image, Kurikulum Sekolah Dan Motivasi Orang Tua Terhadap Keputusan Orang Tua Atas Registrasi Anak di Sekolah Vlayesha Outdoor School Medan

No	Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		ME AN	Ket
		(Sangat Tidak Setuju)		(Tidak Setuju)		(Netral)		(Setuju)		(Sangat Setuju)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Saya memilih menyekolahkan anak Saya di sekolah Vlayesha karena keunikan program pendidikan yang dimiliki.	0	0	0	0	2	2,7	4	54,0	32	43,2	4,40	SS
2	Saya lebih memilih mengikuti anak saya pada program pendidikan yang dikelola sekolah daripada pendidikan yang saya kelola mandiri.	0	0	0	0	7	9,5	4	55,1	26	35,1	4,25	SS
3	Sekolah Vlayesha layak direkomendasikan pada orang tua lain.	0	0	0	0	3	4,1	4	55,1	30	40,5	4,36	SS
4	Saya tertarik melanjutkan program pendidikan anak saya di sekolah Vlayesha di kemudian hari.	0	0	0	0	12	16,2	3	45,9	28	37,8	4,21	SS

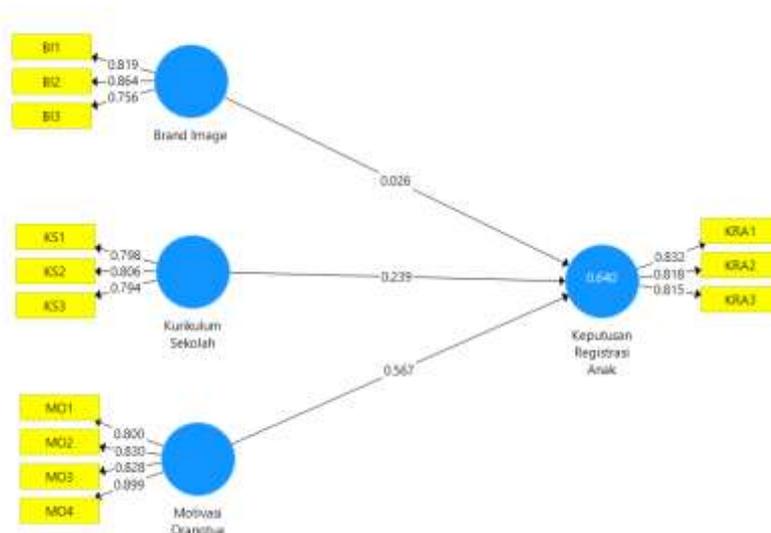
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa:

1. Pada pernyataan pertama (Saya memilih menyekolahkan anak Saya di sekolah Vlayesha karena

- keunikan program pendidikan yang dimiliki) dari 74 responden terdapat 43,2% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 55,1% yang menyatakan setuju, terdapat 2,7% yang menyatakan netral, terdapat 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa orang tua memilih menyekolahkan anaknya di sekolah Vlayesha karena keunikan program pendidikan yang dimiliki.
2. Pada pernyataan kedua (Saya lebih memilih mengikutkan anak saya pada program pendidikan yang dikelola sekolah daripada pendidikan yang saya kelola mandiri) dari 74 responden terdapat 35,1% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 55,4% yang menyatakan setuju, terdapat 9,5% yang menyatakan netral, terdapat 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju memilih mengikutkan anaknya pada program pendidikan yang dikelola sekolah daripada pendidikan yang kelolanya mandiri, namun sisanya memilih sangat setuju dan sangat tidak setuju.
  3. Pada pernyataan ketiga (Sekolah Vlayesha layak direkomendasikan pada orang tua lain) dari 74 responden terdapat 40,5% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 55,4% yang menyatakan setuju, terdapat 4,1% yang menyatakan netral, terdapat 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden yang setuju Sekolah Vlayesha layak direkomendasikan pada orang tua lain.
  4. Pada pernyataan keempat (Saya tertarik melanjutkan program pendidikan anak saya di sekolah Vlayesha di kemudian hari) dari 74 responden terdapat 37,8% yang menyatakan sangat setuju, terdapat 45,9% yang menyatakan setuju, terdapat 16,2% yang menyatakan netral, terdapat 0% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden yang setuju dan yang sangat setuju tertarik melanjutkan program pendidikan anaknya di sekolah Vlayesha dibandingkan responden yang netral.

### **Outer Model**

Outer model digunakan sebagai model pengukuran yang menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikator yang mewakilinya. Pengukuran outer model ini berguna untuk menghasilkan nilai validitas realibilitas pada penelitian.



**Gambar 4**  
**Hasil Uji Outer Mode**  
Sumber: Data diolah, 2024

### Uji Konvergen

Dalam SmartPLS, nilai loading Factor memperlihatkan nilai validitas konvergen melalui indikator pencerminan, validitas konvergen dinilai melalui indikator pencerminan, yang menunjukkan korelasi antara skor item dan 74 konstruk. Nilai 0,70 merupakan nilai ideal Loading Factor, dengan batas minimum 0,60. Berikut hasil pengujian validitas konvergen pada penelitian ini:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Validitas Konvergen**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV)	P Values
BI1 <- Brand Image	0.819	0.842	0.060	13.559	0.000
BI2 <- Brand Image	0.864	0.880	0.039	22.101	0.000
BI3 <- Brand Image	0.756	0.755	0.073	10.398	0.000
KRA1 <- Keputusan Registrasi Anak	0.832	0.841	0.037	22.637	0.000
KRA2 <- Keputusan Registrasi Anak	0.818	0.819	0.049	16.734	0.000
KRA3 <- Keputusan Registrasi Anak	0.815	0.813	0.056	14.664	0.000
KS1 <- Kurikulum Sekolah	0.798	0.791	0.064	12.520	0.000
KS2 <- Kurikulum Sekolah	0.806	0.805	0.044	18.284	0.000
KS3 <- Kurikulum Sekolah	0.794	0.796	0.062	12.777	0.000
MO1 <- Motivasi Orang tua	0.800	0.799	0.060	13.403	0.000
MO2 <- Motivasi Orang tua	0.830	0.834	0.063	13.110	0.000
MO3 <- Motivasi Orang tua	0.828	0.831	0.038	21.578	0.000
MO4 <- Motivasi Orang tua	0.899	0.903	0.022	40.248	0.000

Berdasarkan tabel di atas, semua indikator memiliki outer loading diatas 0,70, sehingga validitas konvergen dinyatakan valid.

### Validitas Diskriminan

Setiap variabel laten dapat dipastikan berbeda dari yang lain dalam model melalui validitas diskriminan. Model ditunjukkan memiliki validitas diskriminan yang baik jika loading tertinggi pada tiap variabel laten lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Validitas Diskriminan**

	Brand Image	Keputusan Registrasi Anak	Kurikulum Sekolah	Motivasi Orang tua
Brand Image	0.814			
Keputusan Registrasi Anak	0.546	0.822		
Kurikulum Sekolah	0.753	0.747	0.799	
Motivasi Orang tua	0.600	0.789	0.861	0.840

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 6 diatas, semua variabel yang diteliti pada penelitian ini menunjukkan memiliki validitas diskriminan yang baik dan menunjukkan bahwa pernyataan yang diajukan secara berulang hasilnya konsisten, hal ini dilihat dari loading tertinggi pada tiap variabel laten lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya.

### Uji Realibilitas

Dalam menguji apakah alat ukur dapat dipercaya maka uji realibilitas dibutuhkan dengan menggunakan perbandingan Alpha Cronbach. Hasil penelitian ini dapat dikatakan realibel apabila nilai keandalan realibilitas (composite reliability) Alpha Cronbach lebih besar dibandingkan r tabel, sebaliknya hasil penelitian ini dapat dikatakan tidak realibel apabila nilai keandalan realibilitas alpha cronbach lebih kecil dibandingkan nilai r tabel. Nilai ideal Alpha Cronbach adalah apabila diatas 0,6.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Realibility**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Brand Image	0.745	0.757	0.855	0.663
Keputusan Registrasi Anak	0.760	0.762	0.862	0.675
Kurikulum Sekolah	0.717	0.717	0.841	0.639
Minat Orang tua	0.861	0.867	0.905	0.706

Berdasarkan tabel diatas, semua variabel yang diteliti pada penelitian ini menunjukkan nilai Alpha Cronbach lebih besar daripada 0,6, maka dari itu setiap pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel atau sudah dapat diandalkan. Dengan demikian menunjukkan bahwa apabila pernyataan diajukan secara berulang maka hasilnya akan konsisten.

### **Model Fit**

Ada ukuran dalam mengetahui indeks kecocokan model atau model fit dengan data yaitu SRMS, kriteria kecocokan yang tepat d\_ULS dan d\_G, lalu dana no-finansial (NFI) dan Chi-square. Hasil model fit dapat dilihat dari hasil estimasi model atau laporan hasil dan nilai kriteria dengan ambang batasnya tidak signifikan jika SMR lebih besar dari 0,05 dan signifikan jika NFI lebih kecil 0,90

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Model Fit**

	<b>Saturated Model</b>	<b>Estimated Model</b>
<b>SRMR</b>	0.087	0.087
<b>d_ULS</b>	0.689	0.689
<b>d_G</b>	0.503	0.503
<b>Chi-Square</b>	206.541	206.541
<b>NFI</b>	0.678	0.678

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, pada uji model fit semua variabel yang diteliti pada penelitian ini menunjukkan estimasi model pada SMR adalah 0,087, ini lebih besar daripada 0,05 dan nilai NFI adalah 0,0678 dan ini lebih kecil dari 0,90. Maka dari itu dalam penelitian ini kecocokan model yang diusulkan dapat diterima.

Hasil uji hipotesis ini merupakan hasil penelitian pada penelitian ini, dan hasil penelitian ini dapat dilihat sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra, Arta Rusidarma, and Silfiana Silfiana. "Motivasi Orang Tua Dalam Memilih Sekolah di SDIT Banten Islamic School Kramatwatu Serang Banten." , (2023). Adapun variable motivasi pada penelitian tersebut teruji berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable keputusan dalam memilih sekolah.

Hasil uji hipotesis yang sama sejalan juga telah diperoleh oleh Adamu-issah, Madeez. "Parental motivation and the enrolment of their children into kindergarten.", (2020). Variabel motivasi pada penelitian tersebut dinyatakan apabila semakin tinggi motivasi dalam diri seseorang individual maka akan berpengaruh positif dan signifikan dalam diri seorang individual terhadap suatu program pendidikan.

Berdasarkan beberapa hasil uji hipotesis yang telah dilihat tersebut maka dapat dilihat bahwa semua hasil penelitian yang telah dilakukan menemukan bahwa motivasi orang tua yang cenderung berpengaruh signifikan pada keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Hal ini dikarenakan orangtua lebih menginginkan adanya pemenuhan kebutuhan fisik, rasa aman, rasa dicintai dan mencintai, harga diri dan aktualisasi diri yang diperoleh anaknya ketika di sekolah dibandingkan hal lain seperti brand image maupun kurikulum sekolah yang ditawarkan oleh banyaknya sekolah. Sehingga dapat ditekankan kembali bahwa cerita keberhasilan anak yang telah bersekolah di suatu sekolah akan menjadi sebuah

---

testimoni yang dapat menghasilkan saran pada orang lain atau orang tua lain, dan ini juga yang menjadi motivasi orang tua untuk melakukan registrasi ulang anak di sebuah sekolah.

Berdasarkan beberapa hasil uji hipotesis yang telah dilihat tersebut maka dapat dievaluasi bahwa brand image sekolah, kurikulum sekolah dan motivasi orang tua tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan orang tua atas registrasi anak Vlayesha Outdoor School Medan. Motivasi orang tua yang berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan orang tua melakukan registrasi anak di suatu sekolah.

## **SIMPULAN**

Penelitian pada pengaruh Brand Image, Kurikulum Sekolah Dan Motivasi Orang tua Terhadap Keputusan Orang tua Atas Registrasi Anak di Sekolah Vlayesha Outdoor School Medan, ini tidaklah hanya memberikan informasi bermanfaat bagi institusi sekolah, akan tetapi juga memberikan strategi praktis bagi seluruh praktisi pendidikan dan juga orang tua untuk dapat meningkatkan mutu dan kualitas manajemen pendidikan dalam segala aspek yang mendukung pemenuhan kebutuhan perkembangan potensi setiap peserta didik secara signifikan. Oleh karena itu, implikasi penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

1. Program pendidikan yang menciptakan rasa aman, mendukung kebutuhan peningkatan kualitas potensi manusia, rasa bangga dan rasa percaya diri bagi anak, orang tua dan guru : berdasarkan penelitian yang membuktikan bahwa terciptanya rasa aman, mendukung kebutuhan peningkatan kualitas potensi manusia, rasa bangga dan rasa percaya diri dalam proses implementasi program pendidikan bagi anak menjadi hal yang harus diutamakan oleh siapapun yang menjalankan atau memfasilitasi program pendidikan. Oleh karena itu, mutu pendidikan harus ditingkatkan.
2. Kebutuhan pola asuh dan pendampingan anak yang terpenuhi: berdasarkan penelitian yang telah ditunjukkan bahwa pola asuh dan pendampingan anak menjadi tugas setiap orang tua dan menjadi kebutuhan utama anak, sehingga pemenuhan kebutuhan ini akan berjalan baik jika insitusi pendidikan juga dapat memenuhi kebutuhan tersebut melalui program pendidikan yang mengandung nilai-nilai yang membimbing dan mendampingi anak.
3. Program peningkatan perkembangan peserta didik atau anak di sekolah: berdasarkan penelitian yang telah ditunjukkan bahwa perkembangan peserta didik atau anak, dapat meningkat signifikan apabila jika insitusi pendidikan dan orang tua termotivasi untuk berkolaborasi dalam melaksanakan program-program pendidikan sekolah yang memberikan rasa aman, mendukung kebutuhan peningkatan kualitas potensi manusia, rasa bangga dan rasa percaya diri terhadap perkembangan anak yang signifikan.
4. Dukungan pendidikan yang mengembangkan potensi peserta didik atau anak secara spesifik: berdasarkan penelitian yang telah ditunjukkan bahwa dukungan pendidikan yang menciptakan rasa aman terhadap peserta didik, yang mampu mengembangkan potensi setiap peserta didik atau anak, mampu meningkatkan kepercayaan diri orang tua dalam memilih, menyekolahkan dan merekomendasikan di sebuah sekolah, sehingga dengan itulah mempengaruhi motivasi orang tua dalam mendukung tercapainya program-program sekolah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anita Achmad Payu (2024), Pengaruh Motivasi Dan Self Efifacy terhadap minat mahasiswa Akuntansi Dalam Berkarir Di Bidang Perpajakan.
- A. Liyono, (2022), Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.
- AMY Ridho (2023), Outdoor Education Model Based On Experiential Learning In Character Education For Junior High School Students.
- A R. Fiqih et al (2024), Pengaruh Model Problem (PBL) Berbantuan Media Fun Thinkers Book Terhadap Hasil Belajar Siswa Dan Motivasi Siswa Dan Motivasi Belajar Siswa Keals V SD.
- Ariyanto Nugroho (2023), Analisis Pengaruh Mutu Sekolah Dan Fasilitas Sekolah Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah Serta Implikaisnya Terhadap Kepuasan Siswa Bersekolah Di MAN 14 Jakarta.
- Ariyanto Nugroho (2023), Analisis Pengaruh Mutu Sekolah Dan Fasilitas Sekolah Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah Serta Implikaisnya Terhadap Kepuasan Siswa Bersekolah Di MAN 14 Jakarta.
- Arta Rusidarma Putra et al (2023), “Motivasi Sekolah di SDIT Banten Islamic School Kramatwatu Serang Banten”.
- Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia (2024), Kajian Kurikulum Merdeka.
- Bailey, S., & Milligan, A. (2022). ON BRANDING: Dampak Digital Terhadap Merek. Buhana Ilmu Populer. Dede, R., & Sutingkir Evi. (2019).
- Bayanuddin (2023), Metode Pembelajaran Dan Teknik Mengajar Dalam Pendidikan Agama Islam (PAI) Oleh Guru Pendidikan Agama islam Di SMPN 40 Pekanbaru.
- Buntoro, Dony (2023), Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Mikrofon Seruniaudio di PT. Seruni Karya Indonesia.
- Creswell, John W (2014), Reasearch Design Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed.
- David A. Kolb (2014), Experiential Learning Experience As the Source Of Learning And Development.
- Dedy Norsandy et al. (2022), Model Pembelajaran Efektif di Era New Normal.
- Definisi sekolah, [www.kkbi.web.id](http://www.kkbi.web.id) , 15 Oktober 2024.
- Dian Mardiana (2021), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.

**Desire Riana Barus, Ronald Suryaputra, Dany M. Handarini**

Pengaruh Brand Image, Kurikulum Sekolah Dan Motivasi Orang Tua Terhadap Keputusan Orang Tua Atas Registrasi Anak di Sekolah Vlayesha Outdoor School Medan

---

D.Nursandi et al (2022), Analisis Bibliometrik Terhadap Minat Belajar Matematika Siswa.

D.Mardiana, R. Sijabat (2022), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

D Perwita, R Widuri (2023), Telaah pendidikan: preferensi orang tua memilih sekolah swasta daripada sekolah negeri.

D.Rachmawati (2024), Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Mixue Di Sidoarjo.

Edi Cahyono (2018), Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP Merek OPPO Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

E Hakimah, (2022), Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Fintech Gopay.

E H Syai'dah (2024), Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Di MTs Arrahmah Purwotengah Papar Kediri.

Endah Syamsiah (2020), Remediasi Miskonsepsi Siswa melalui Pengajaran Remedial menggunakan Computer Assisted Conceptual Change Oriented Text (CA-CCOText) terkait Konsep-Konsep pada Materi Suhu dan Kalor.

Evayani (2022), Dynamic Capability Theory: Perspektif Akuntansi.

Fahrezi (2023), Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta).

Febriani, et al (2021), Pengaruh Persepsi, Motivasi, Self Efficacy, Pengaruh Orang Tua terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Akuntansi sebagai Konsultan Pajak.

Fitri Susanti (2024), Brand Image Dan Strategi Promosi Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Pada Madrasah Aliyah Negeri 01 Kepahiang.

Fitriani, Khoerunisa (2014), Pengaruh Motivasi, Prestasi Belajar, Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Lingkungan Sekolah Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Kelas XII Akuntansi SMK Negeri 1 Kendal.

Haidar Bagir (2019), Memulihkan Sekolah Memulihkan Manusia.

Hidayat, Sholeh. (2013), Pengembangan Kurikulum Baru. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

H.Mardhiyatin, Rchardus Eko Indrajit (2021), Metamorfosis Dunia Pendidikan Masa Kini.

Hurlock, Elizabeth B. (1997), Psikologi Perkembangan Suatu pendekatan rentang kehidupan.

Iba, Zinuddin, et.al ( 2023), Metode Penelitian.

**Desire Riana Barus, Ronald Suryaputra, Dany M. Handarini**

Pengaruh Brand Image, Kurikulum Sekolah Dan Motivasi Orang Tua Terhadap Keputusan Orang Tua Atas Registrasi Anak di Sekolah Vlayesha Outdoor School Medan

---

Iin Khoiriyah Ulfah (2022), Pelatihan Teknologi Akuaponik Dengan Sistem Budidamber Sebagai Upaya Menumbuhkan Minat Budi Daya Pada Remaja.

Immanuel Candra Irawan et al (2017), Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Murid Memilih Sekolah Dasar.

Indonesian Futsal Young and Mohammad Reza Lukman Hakim (2018), Pengaruh Lembaga Citra Lembaga, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Memilih Sekolah.

I. Purwaningsih (2022), Spiritual and religious characteristics in cancer patients.

Indra Widhi Susanti et al (2024), Pengaruh Lokasi dan Kurikulum Terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening pada SD Global Jaya Tangerang Selatan.

I Nurieswara, (2021), Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja melalui Shopee.

Iskandar Dzulqarnain (2019), Pengaruh Fitur Online Customer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee.

Ismoyo et al (2021), Pengaruh Citra Sekolah Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di MAN 3 Jombang.

J.Beno (2022), Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Pondok Pesantren Darussalam Puncak Siliragung Banyuwangi 2021/2022.

Jim Hoy Yam et al (2021), Hipotesis Penelitian Kuantitatif.

Jörg Krauter (2021), Lunenberg 2012 dalam A Team-Based Leadership Framework—The Interplay of Leadership Self-Efficacy, Power, Collaboration and Teamwork Processes Influencing Team Performance.

Kakok Koerniantono (2019), Pendidikan Sebagai Suatu Sistem.

Kemendikbudristek (2022), Panduan Pengembangan Kurikulum.

KT. Dewi (2021), Pengaruh Pembelajaran Luar Kelas (Outdoor Learning) Berbentuk Jelajah Lingkungan Dan Motivasi Terhadap hasil Belajar Biologi Siswa Kelas X SMA Negeri 1 Gianyar.

M Supriadi et.al, (2023), Pengembangan Media Virtual Reality Pada Muatan Pelajaran IPA Kelas VI Sekolah Dasar.

Mondang Munthe (2020), “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Kurikulum Ditinjau Dari Sudut Manajerial.

Mujahid Mallombasi Arsyad (2024), Ibnu Sina (Avicenna.)

**Desire Riana Barus, Ronald Suryaputra, Dany M. Handarini**

Pengaruh Brand Image, Kurikulum Sekolah Dan Motivasi Orang Tua Terhadap Keputusan Orang Tua Atas Registrasi Anak di Sekolah Vlayesha Outdoor School Medan

---

Nasia Laia (2022), Hubungan Motivasi Dan Disiplin Kerja Dengan Kinerja Pegawai Kantor Camat Simpang Empat Kabupaten Karo.

Ninik Kustiari et al (2024), Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Promosi, Dan Kepuasan terhadap Keputusan Mahasiswa Kuliah Di Institute teknologi Dan Bisnis Asia Malang.

NF Amin (2024), Konsep Umum Populasi Dan Sample.

Nur Azizah (2024), Ragam Metode Pembelajaran Menarik untuk Anak Usia Dini: Konsep Dan Praktek.

N Mujtahidah (2021), Penerapan Kurikulum 2013 Revisi 2018 Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa: Studi Multi Situs di SMP Raden Fatah Batu dan MTs. Ihyaul Ulum Dukun Gresik.

O. Jairus (2021), Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Paket Spotify Premium

Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 35 (2018), Tentang perubahan Atas Peraturan Pendidikan Atas Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Nomor 58 tahun 2014 Tentang Kurikulum 13 Sekolah Menengah Pertama/Madrasah Tsanawiyah.

Putri, Sisi Septiani (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SD Kids Republic Di Jakarta Timur.

Putra, Arta Rusidarma et al (2023), Motivasi Orang Tua Dalam Memilih Sekolah di SDIT Banten Islamic School Kramatwatu Serang Banten.

Rahmanita (2022), Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Kasus Pada Karyawan Dinas Sosial Prov. DKI Jakarta).

R R. Naibaho (2023), Pengaruh Pendampingan, Motivasi, dan Penyaluran Pengetahuan Orang Tua terhadap Kesuksesan PAUD.

R. Nurfitri (2022), Perancangan Media Promosi Dalam Media Sosial menggunakan Fotografi Untuk Pour And Peace.

Roni Indra (2014), pada [www.bpmkepri.kemendikbud](http://www.bpmkepri.kemendikbud) , 15 September 2024.

Sarini et al, (2023) Brand Image Dan Kepuasan Layanan Terhadap Orang Tua Memilih Sekolah MI/SD.

Savitri, D (2024), "Penerapan Model Project Based Learning Berbantuan Canva Dalam Meningkatkan Keterampilan Menulis Puisi Siswa SMP Kelas VIII".

Septiani Putri (2024), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SD Kids Republic Di Jakarta Timur Sisi.

**Desire Riana Barus, Ronald Suryaputra, Dany M. Handarini**

Pengaruh Brand Image, Kurikulum Sekolah Dan Motivasi Orang Tua Terhadap Keputusan Orang Tua Atas Registrasi Anak di Sekolah Vlayesha Outdoor School Medan

---

Siti Anisa Oktaviani et al (2024), Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sholeh Hafidz (2024), Apakah Budaya Sekolah Mempengaruhi Karakter. Siswa?:Kajian Meta-Analysis.

S Sulfianti, et al, (2023), Family Social Support and Its Impact on Home Care Services in The Elderly.

Sulistyo, (2019), Pengaruh Penggunaan Gadget Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Minat Belajar Siswa Kelas VII Pada Mata Pelajaran IPS.

Sugiyono (2019), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.

Susanti et al (2024). Pengaruh Lokasi dan Kurikulum Terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening pada SD Global Jaya Tangerang Selatan.

SY Kusumastuti et al (2024), Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Lengkap Penulisan untuk Karya Ilmiah Terbaik.

Try Gunawan Zebua (2021), Teori motivasi Abraham H. Maslowa Dan Implikaisnya Dalam Belajar Matematika.

Tua Lumban Gaol et al (2024), Model-Model Manajemen Pendidikan dalam Pengoperasian Sekolah Nasib Tua.

Vivi Candra et al (2019), Pengaruh gaya kepemimpinan, budaya sekolah dan motivasi terhadap kinerja guru SMP.

Wahyuni, et al (2024). Pengaruh Brand Image, Religiusitas, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Putranya Di Smp Bukit Asam, Lawang Kidul Muara Enim Sumatera Selatan.

W. Astuti (2022), Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Peserta Didik Melanjutkan Pendidikan Di Perguruan Tinggi (Penelitian Pada Peserta Didik Kleas XII IPS SMA PGRI 1 Bandung).



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).