

---

---

**PENGARUH KURIKULUM, WORD OF MOUNTH DAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA MENDAFTARKAN  
ANAKNYA KE SMP BUKIT SION JAKARTA**

**Novie Stephanie Christie Suherman<sup>1</sup>, Tin Agustina Karnawati<sup>2</sup>, Murtianingsih<sup>3</sup>**

**Institut Teknologi & Bisnis Asia Malang. Malang**

email: <sup>1</sup>novie.tupanno@gmail.com, <sup>2</sup>tiena.karnawati@gmail.com,

<sup>3</sup>murtianingsih@asia.ac.id

**Abstract:** *Education is the most important thing in human life where the present and future concern character and future prosperity. This research will analyze the influence of curriculum, word of mouth (WOM), and social media on parents' decisions in enrolling their children at Bukit Sion Middle School, Jakarta. The curriculum, as a key factor, combines national and international standards to provide a global quality academic foundation. WOM, both traditional and electronic (eWOM), influences parental decisions through direct experience and recommendations from relatives. Social media has become a strategic mean for conveying interactive information about school achievements, activities and excellence. The research used quantitative methods with a survey of parents of students who enrolled their children in the 2024/2025 school year. The sample population in this study was 124 parents of students of grade 7 at Bukit Sion Middle School. This research uses a purposive sampling technique because this method allows researchers to select respondents who are most relevant and in accordance with research needs. A field survey was carried out by researchers to collect data involving 124 parents of grade 7 students at Bukit Sion Middle School. The results of this research show that: (1) The curriculum has a positive and partially significant effect on parents' decisions to enroll their children at Bukit Sion Middle School; (2) Word of mouth has a positive and partially significant effect on parents' decisions to enroll their children at Bukit Sion Middle School; (3) Social media has a positive and partially significant effect on parents' decisions to enroll their children in Bukit Sion Middle School; (4) Curriculum, word of mouth and social media simultaneously have a positive and significant influence on parents' decisions to enroll their children at Bukit Sion Middle School*

**Keyword:** *Parental Decisions, Curriculum, Social Media, Word of Mounth.*

**Abstrak:** Pendidikan merupakan hal terpenting dalam kehidupan manusia dimana masa sekarang dan masa depan yang menyangkut karakter dan kesejahteraan di masa depan. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh kurikulum, *word of mouth* (WOM), dan media sosial terhadap keputusan orang tua dalam mendaftarkan anaknya di SMP Bukit Sion Jakarta. Kurikulum, sebagai faktor utama, menggabungkan standar nasional dan internasional untuk menyediakan landasan akademik berkualitas global. WOM, baik tradisional maupun elektronik (eWOM), memengaruhi keputusan orang tua melalui pengalaman langsung dan rekomendasi dari kerabat. Media sosial menjadi sarana strategis untuk menyampaikan informasi interaktif mengenai prestasi, aktivitas, dan keunggulan sekolah. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan survei pada orang tua siswa yang mendaftarkan anak mereka di tahun ajaran 2024/2025. Populasi sampel dalam penelitian ini adalah 124 orang tua siswa dari kelas 7 di SMP Bukit Sion. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling karena metode ini memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang paling relevan dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Survei lapangan dilakukan peneliti dalam pengumpulan data yang melibatkan 124 orang tua siswa kelas 7 di SMP Bukit Sion. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kurikulum berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan

orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke SMP Bukit Sion; (2) *Word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke SMP Bukit Sion; (3) Media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke SMP Bukit Sion; (4) Kurikulum, *Word of mouth* dan media sosial secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke SMP Bukit Sion.

**Kata kunci:** Keputusan kedua Orang Tua, Kurikulum, Media Sosial, Word of Mouth.

## PENDAHULUAN

Jalur pendidikan adalah salah satu peran yang sangat penting dalam membentuk karakter seseorang dan menentukan kesejahteraan hidup di masa depan. Orang tua memiliki peran penting dalam memilih dan menentukan jalur pendidikan bagi anak-anaknya, mengingat pentingnya pendidikan dalam membentuk karakter dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Berbagai pertimbangan orang tua dalam memilih sekolah tentunya berharap mendapatkan pilihan sekolah yang memiliki kriteria sesuai keinginan orang tua, misalnya adanya kurikulum yang berstandar tertentu, informasi tentang sekolah yang diperoleh dari orang lain atau kerabat dan adanya media sosial yang saat ini banyak digunakan dalam menyebarkan informasi positif tentang sekolah.

Kurikulum yang diterapkan di sekolah menjadi salah satu faktor terpenting yang dipertimbangkan oleh orang tua saat membuat keputusan dalam memilih sekolah yang tepat untuk anak-anak mereka. Salah satu standar kurikulum adalah standar internasional seperti *Cambridge* atau International Baccalaureate (IB) yang menawarkan pendidikan berkualitas global, biasanya lebih menjadi pilihan karena dianggap lebih unggul. Kurikulum semacam ini memberi siswa kesempatan lebih untuk berkompetisi di tingkat internasional dengan menekankan pada keterampilan abad ke-21, seperti analisis solusi, inovasi, dan penalaran objektif. Sebagaimana disebutkan dalam penelitian oleh OECD (2020), dalam dunia yang

terus berkembang dan menuntut kemampuan adaptasi dan daya cipta yang tinggi, semua individu dituntut untuk memiliki keterampilan-keterampilan ini.

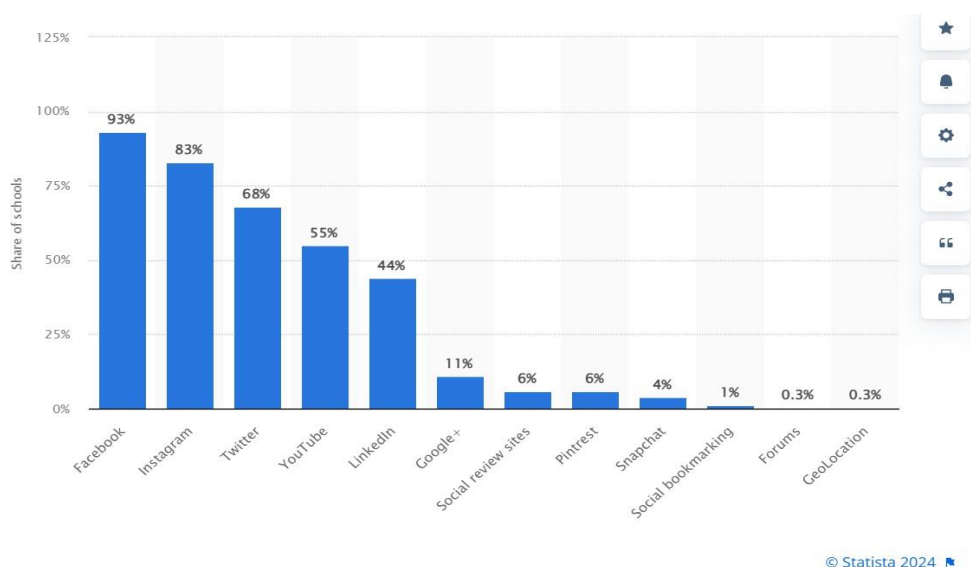
Orang tua akan berusaha mengumpulkan sebanyak mungkin informasi mengenai sekolah-sekolah yang akan menjadi tempat anak-anak mereka menimba ilmu, dengan mempertimbangkan hal tersebut. Di tengah kemajuan teknologi dan komunikasi, orang tua kini memiliki akses ke berbagai informasi yang mempengaruhi preferensi mereka terhadap suatu institusi pendidikan.

Selain pertimbangan kurikulum, seringkali keputusan memilih juga dipengaruhi oleh efek *word of mouth*. Dalam konteks pendidikan, *Word of mouth* (WOM) merupakan sarana pemasaran yang paling efektif, yang memungkinkan informasi menyebar dengan cepat dan personal. Para orang tua seringkali lebih percaya kepada sumber langsung (teman, kerabat, saudara) yang telah menyekolahkan anaknya di sekolah tertentu dibandingkan kepada iklan formal seperti spanduk ataupun brosur. Hal ini sejalan dengan pendapat Mavondo (2019), WOM membawa dampak yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan orang tua, terutama ketika informasi yang mereka dapat berasal dari keluarga atau teman yang telah memiliki pengalaman langsung dengan lembaga pendidikan terkait. Kekuatan WOM terletak pada kemampuan untuk memberikan informasi yang dianggap lebih jujur dan tepat tentang kualitas sekolah, testimoni orang tua dan siswa, dan manajemen sekolah.

Tidak hanya pertimbangan kurikulum dan pengaruh adanya WOM, kehadiran media sosial juga menjadi salah satu pengaruh dalam memutuskan memilih sekolah. Terutama dengan WOM, di era kemajuan teknologi yang sedang memuncak, platform media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* telah menjadi salah satu alat promosi utama bagi sekolah-sekolah. Disana, aktivitas siswa sehari-hari, prestasi akademik dan non-akademik maupun visi dan misi sekolah dapat diberitakan dan diakses secara terbuka bagi publik. Dalam penelitiannya, Mohammad pour et al. (2014) menemukan bahwa media sosial merupakan sumber informasi interaktif yang sangat mudah diakses; merupakan alat yang efektif untuk meyakinkan calon

siswa dan orang tua dengan kapasitasnya dalam menyediakan akses visual dan interaktif tentang kegiatan sekolah.

Sekolah-sekolah swasta sering menggunakan media sosial untuk memperlihatkan keunggulan fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, dan prestasi siswa. Orang tua yang melihat kegiatan-kegiatan tersebut secara *real time* dapat menilai aktifitas tersebut dan mendapat pemahaman dan gambaran tentang yang akan dilakukan anak-anak mereka saat mereka bersekolah disana dengan baik. Berikut adalah grafik pemakaian platform media sosial yang digunakan sekolah-sekolah untuk memperkenalkan atau mempromosikan sekolah mereka kepada masyarakat.



**Gambar 1. Platform Media Sosial Yang Digunakan Oleh Sekolah Untuk Tujuan Pemasaran Di Seluruh Dunia Pada Tahun 2019 (Department, 2023)**

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa *Facebook* dan *Instagram* paling banyak digunakan sekolah-sekolah sebagai platform marketing dibanding media sosial lainnya. Di kedua platform media sosial inilah, orang tua dapat melakukan evaluasi terhadap sekolah dengan menganalisa postingan di media sosial, berinteraksi baik secara langsung ke sekolah dengan meninggalkan komentar atau pertanyaan di platform tersebut. Hal ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang kualitas,

lingkungan, jajaran guru maupun visi dan misi sekolah.

SMP Bukit Sion dipilih sebagai objek penelitian karena perkembangan signifikan yang dialami sekolah ini, terutama dalam hal peningkatan jumlah siswa yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Dimulai dengan 16 orang siswa kelas 7 di tahun ajaran 2004/2005, sekolah ini terus berkembang dengan jumlah siswa yang terus meningkat setiap tahunnya; dengan total 320 siswa di tahun ajaran 2024/2025. Peningkatan jumlah siswa ini

menarik untuk diteliti karena menandakan adanya pergeseran dalam pendekatan pendidikan yang diterapkan sekolah, serta respon positif dari masyarakat, terbukti dari meningkatnya minat orang tua untuk mendaftarkan anak-anak mereka di sekolah tersebut. Penelitian ini akan mencari faktor utama yang menyebabkan peningkatan jumlah siswa ini. Salah satu faktor yang diteliti adalah kurikulum SMP Bukit Sion. Febri Rakhmawati (2024) dalam penelitiannya menemukan hasil temuan yang berbeda. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa e-WOM tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua. Orang tua lebih dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan rekomendasi dari keluarga atau teman yang telah bersekolah di tempat yang sama. Meskipun e-WOM dianggap sebagai strategi pemasaran yang efektif, dalam konteks ini, orang tua cenderung mengandalkan reputasi sekolah dan informasi langsung dari orang-orang terdekat. Penelitian ini merekomendasikan agar sekolah internasional lebih mengoptimalkan strategi e-WOM untuk lebih meyakinkan calon orang tua dalam memilih sekolah yang tepat.

Berdasarkan fenomena latar belakang dan masih adanya hasil temuan yang belum konsisten khususnya pada variable e-WOM, maka penelitian ini masih dirasa perlu mengkaji lebih dalam tentang “Pengaruh Kurikulum, *Word of mouth*, dan Media Sosial terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih SMP Bukit Sion”. Penelitian ini akan mengeksplorasi dan menganalisis secara mendalam seberapa besar pengaruh dari ketiga variabel tersebut terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah untuk anak-anak mereka. Kurikulum, sebagai salah satu aspek utama dalam pendidikan, diyakini dapat mempengaruhi preferensi orang tua, terutama jika kurikulum tersebut dianggap mampu mendukung perkembangan akademik dan non-akademik anak secara optimal *Word of mouth* (WOM), baik dalam bentuk tradisional maupun digital

(e-WOM), juga dianggap memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan karena orang tua cenderung lebih mempercayai rekomendasi dari teman atau keluarga yang telah memiliki pengalaman langsung dengan sekolah yang bersangkutan. Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan media sosial sebagai salah satu alat pemasaran yang sangat efektif. Dengan penggunaan media sosial, sekolah dapat menjangkau calon orang tua secara lebih luas melalui platform yang mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat interaktif untuk membangun komunikasi dua arah dengan calon orang tua. Dengan mengkaji pengaruh ketiga faktor ini secara simultan, dan parsial, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai preferensi orang tua, serta memberikan rekomendasi strategis bagi sekolah-sekolah dalam meningkatkan daya tarik mereka di mata Masyarakat.

## METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel-variabel independen, yaitu kurikulum, *Word of mouth* (WOM), dan media sosial, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di SMP Bukit Sion yang beralamat Komplek Taman Kebun Jeruk Blok GA no. 1 di Jakarta Barat. Populasi sampel dalam penelitian ini adalah 124 orang tua siswa dari kelas 7 dan 124 siswa jenjang menengah di SMP Bukit Sion.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling karena metode ini memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang paling relevan dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam

konteks ini, orang tua siswa kelas 7 dipilih secara sengaja karena mereka dianggap memiliki pengalaman dan pandangan yang spesifik terkait dengan isu atau topik yang sedang diteliti. Teknik ini dipilih karena dianggap bahwa seluruh anggota populasi dapat mewakili penelitian yang dilakukan, sehingga tidak diperlukan lagi pengambilan sampel secara acak atau bertujuan.

Survei lapangan dilakukan peneliti dalam pengumpulan data yang melibatkan 124 orang tua siswa kelas 7 di SMP Bukit Sion. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner tertutup melalui Google Forms yang disebarluaskan melalui email untuk memudahkan pengumpulan data secara online. Kuesioner ini mencakup data identitas responden seperti jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia, jumlah anak kandung yang sekolah di Bukit Sion, serta kelas dan level masing-masing anak. Selain itu, ada pernyataan-pernyataan

yang mengukur bagaimana responden melihat variabel-variabel penelitian. Kuesioner disusun sendiri oleh penulis berdasarkan indikator-indikator dalam definisi operasional variabel dan disesuaikan dengan kondisi SMP Bukit Sion.

## HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah diperoleh data penelitian kemudian dilakukan pengolahan data menggunakan Uji t atau uji signifikansi parsial untuk membuktikan seberapa jauh akibat satu variabel penjelas atau independen dengan cara perseorangan dalam menerangkan alterasi variabel dependen. Berikut hasil uji t yang ditampilkan pada Tabel 1. Dibawah ini :

**Tabel 1. Hasil Uji t**

Model		T	Sig.	Cut Off
1	(Constant)	5,316	,000	Sig < 0.05
	Kurikulum	2,146	,035	
	<i>Word of mouth</i>	8,080	,000	
	Sosial Media	7,562	,000	

a. Dependent Variable: Keputusan Orang Tua  
**Sumber: Data primer diolah (2024)**

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa ketiga variabel *independent* (Kurikulum, WOM, Sosial Media) signifikan dengan taraf nyata 5% atau 0,05, hal tersebut dapat dilihat pada kolom tingkat signifikansi. Berikut pemaparannya:

1. Berdasarkan tabel 5. hasil penelitian nilai koefisien bertanda positif yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif pada hubungan antara variabel kurikulum terhadap keputusan orang tua. Selain itu, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kurikulum terhadap variabel keputusan orang tua, yang ditunjukkan pada nilai signifikan

yang ditunjukkan pada nilai sign  $0,035 < 0,05$  dan variabel kurikulum dinyatakan berpengaruh terhadap keputusan orang tua yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $2,146 > 1,986$ , sehingga diperoleh bahwa terdapat adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kurikulum terhadap keputusan orang tua.

2. Berdasarkan tabel 5. di atas nilai koefisien bertanda positif yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif pada hubungan antar variabel *word of mouth* terhadap keputusan orang tua. Selain itu, terdapat pengaruh yang

signifikan antara variabel *word of mouth* terhadap variabel keputusan orang tua, yang ditunjukkan pada nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 dan t hitung 8,080 > 1,986, Berdasarkan tabel 5. di atas nilai koefisien bertanda positif yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif pada hubungan antar variabel sosial media terhadap keputusan orang tua. Selain itu, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel sosial media terhadap variabel keputusan orang tua yang ditunjukkan pada nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 dan t hitung 7,562 > 1,986, sehingga diperoleh bahwa terdapat adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *word of mounth* terhadap keputusan orang tua.

3. Berdasarkan tabel 5. di atas nilai koefisien bertanda positif yang menunjukkan bahwa adanya

pengaruh yang positif pada hubungan antar variabel sosial media terhadap keputusan orang tua. Selain itu, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel sosial media terhadap variabel keputusan orang tua yang ditunjukkan pada nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 dan t hitung 7,562 > 1,986, sehingga diperoleh bahwa terdapat adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel social media terhadap keputusan orang tua.

Kemudian dilanjutkan dengan pengujian menggunakan uji signifikansi simultan (Uji Statistik F) untuk melihat ada atau tidak pengaruh antara variabel independent (Kurikulum, *Word of mounth*, dan sosial media) terhadap variabel *dependent* (keputusan orang tua) yang dapat dilihat pada tabel 6. dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	728,904	3	242,968	97,832	,000 <sup>b</sup>
	Residual	226,001	91	2,484		
	Total	954,905	94			

a. Dependent variable : Keputusan Orang Tua

b. Predictors: (Constant), Sosial Media, Word of mounth, Kurikulum

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 6. Diatas dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 97,832 dengan  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa kurikulum, word of mounth dan sosial media secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan orang tua dalam memilih SMP Bukit Sion.

Berdasarkan hasil uji statistic pada hasil penelitian diperoleh bahwa:

### Pengaruh Kurikulum Secara Parsial terhadap Keputusan Orang Tua

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurikulum memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sebagaimana dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar 2,146, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,986. Temuan ini mengindikasikan bahwa kurikulum yang ditawarkan sekolah

memainkan peran penting dalam membangun persepsi positif dan memengaruhi keputusan orang tua. Artinya, semakin baik dan berkualitas kurikulum yang diterapkan, semakin besar kemungkinan orang tua memilih sekolah tersebut untuk anak mereka. Dalam konteks ini, kurikulum yang inovatif seperti pengintegrasian teknologi, metode pembelajaran interaktif, dan fokus pada keterampilan abad ke-21 seperti pemikiran kritis dan kolaborasi menjadi faktor kunci yang meningkatkan daya tarik sekolah di mata orang tua. Secara keseluruhan, kurikulum sekolah dipandang mampu memenuhi kebutuhan pendidikan siswa sekaligus ekspektasi orang tua.

Kurikulum ini berhasil melatih siswa untuk berpikir analitis, bekerja sama secara efektif, dan menghasilkan ide-ide kreatif. Penggunaan perangkat teknologi yang memadai dan pelibatan alat digital dalam proses pembelajaran juga menjadi aspek penting yang memperkuat citra positif kurikulum. Dengan demikian, kurikulum yang berkualitas tidak hanya meningkatkan persepsi positif orang tua tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap keputusan mereka dalam memilih sekolah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Susanti, et.al (2024) dan Hidayat & Margono (2023) menyebutkan kurikulum berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan orang tua.

### **Pengaruh Word of Mouth Secara Parsial Terhadap Keputusan Orang Tua**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* (WOM) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah, dengan nilai *t* hitung sebesar 8,080 yang jauh melampaui *t* tabel sebesar 1,986, serta tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Temuan ini menggarisbawahi bahwa WOM, baik dalam bentuk langsung maupun melalui *electronic*

WOM (e-WOM), menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi pengambilan keputusan. Orang tua cenderung mempercayai informasi dari pengalaman nyata individu yang mereka kenal, seperti teman, keluarga, atau rekan kerja, karena dianggap lebih jujur, relevan, dan tulus. Faktor ini memberikan keunggulan dibandingkan sumber informasi lain, seperti media promosi sekolah yang lebih bersifat institusional.

Persepsi positif terhadap WOM terlihat dari kecenderungan orang tua untuk membandingkan sekolah berdasarkan rekomendasi dan ulasan yang diterima dari berbagai sumber. Sebagian besar ulasan tersebut bernada positif, memperkuat reputasi sekolah di masyarakat sebagai institusi pendidikan yang terpercaya dan berkualitas. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak orang tua yang mempertahankan kepercayaan mereka terhadap sekolah ini melalui pengalaman anak-anak mereka sebelumnya, sekaligus merekomendasikannya kepada keluarga atau kerabat dekat. Hubungan keluarga ini turut memperkuat persepsi positif dan meningkatkan keyakinan mereka dalam memilih sekolah untuk anak-anak mereka.

Meskipun terdapat beberapa keluhan atau ulasan negatif yang juga diterima oleh orang tua, temuan ini menunjukkan bahwa keluhan tersebut tidak memiliki dampak signifikan terhadap keputusan mereka. Hal ini disebabkan oleh dominasi ulasan positif yang lebih meyakinkan, terutama ketika rekomendasi datang dari individu-individu yang dipercaya, seperti kerabat yang sudah memiliki pengalaman positif di sekolah. Dengan demikian, WOM berperan sebagai salah satu alat pemasaran yang paling efektif bagi sekolah dalam membangun citra positif dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Untuk terus meningkatkan pengaruh WOM, sekolah dapat memperkuat hubungan dengan komunitasnya melalui penyampaian pengalaman belajar yang konsisten,

komunikasi terbuka, dan pelayanan yang responsif terhadap masukan orang tua.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ardiansa & Oetarjo (2022), Putri, et.al. (2024), Fransiska & Sigit (2023), Penelitian Rathnayake & Lakchan (2023), Hidayat, Rismawati, & Kawiana (2021), Muhamad Restu Wijaya (2021) I Gede Ngurah Wira Pratama (2024) menyebutkan *word of mouth* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan orang tua. Dengan WOM yang kuat, sekolah dapat membangun citra positif melalui pengalaman dan testimoni orang tua yang puas, yang pada akhirnya menarik calon siswa baru. Namun, penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Ridhani & Aini (2021), yang menyatakan bahwa WOM tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh konteks dan karakteristik populasi penelitian yang berbeda.

#### **Pengaruh Sosial Media Secara Parsial Terhadap**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) dan  $t$  hitung sebesar 7,562, yang jauh lebih besar dari  $t$  tabel 1,986. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik penggunaan media social oleh sekolah, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan orang tua. Media sosial menjadi saluran yang efektif dalam menyampaikan informasi yang relevan, transparan, dan mudah diakses oleh orang tua, sehingga membantu mereka dalam proses pengambilan Keputusan.

Selain itu, orang tua merasa keluhan dan saran mereka ditanggapi dengan baik melalui platform ini, menunjukkan responsivitas pihak sekolah dalam membangun komunikasi yang terbuka. Media sosial juga dipandang sebagai sarana efektif untuk memperkuat interaksi antara sekolah dan komunitasnya, termasuk siswa, orang tua,

dan guru. Hal ini mencerminkan pentingnya media sosial sebagai alat strategis dalam mendukung transparansi dan membangun kepercayaan.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Ardiansa & Oetarjo (2022), yang menyatakan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya tarik sekolah. Hal serupa juga dikemukakan oleh Putri, et. al. (2024), yang menyoroti bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran tetapi juga sebagai sarana membangun keterlibatan komunitas pendidikan. Sementara itu, penelitian oleh Wijaya (2021) menekankan bahwa ulasan positif yang dibagikan melalui media sosial dapat memperkuat persepsi orang tua terhadap kualitas sekolah.

#### **Kurikulum Word Of Mounth, dan Media Sosial Berpengaruh Secara Simultan Terhadap keputusan Orang Tua.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurikulum, *Word of mouth*, dan media sosial secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sebagaimana dibuktikan melalui uji statistik F. Nilai F hitung sebesar 97,832 lebih besar dari F tabel sebesar 2,70, dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Hasil ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel bebas secara kolektif memberikan kontribusi penting terhadap variabel terikat, yaitu keputusan orang tua.

Koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh dari analisis regresi adalah sebesar 0,763, yang berarti 76,3% variabilitas dalam keputusan orang tua dapat dijelaskan oleh variabel kurikulum, *Word of mouth*, dan media sosial secara bersamaan. Sisa 23,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi dari ketiga faktor ini sangat kuat dalam memengaruhi keputusan orang tua, memberikan wawasan bahwa pendekatan holistik yang mencakup

kurikulum berkualitas, WOM yang positif, dan strategi media sosial yang efektif sangat penting dalam menarik minat orang tua.

Keberhasilan sekolah dalam menarik minat orang tua tidak hanya bergantung pada satu faktor, melainkan merupakan hasil dari sinergi tiga elemen utama: kurikulum, *word of mouth* (WOM), dan media sosial. Kurikulum memainkan peran mendasar sebagai fondasi akademik yang memberikan keyakinan pada kualitas pendidikan yang ditawarkan. Kurikulum yang relevan dengan kebutuhan masa kini, disertai pengembangan keterampilan abad ke-21 seperti pemikiran kritis, kolaborasi, dan literasi digital, menjadi daya tarik utama bagi orang tua yang ingin memastikan anak-anak mereka mendapatkan pendidikan terbaik yang selaras dengan tuntutan zaman.

Dalam penelitian empiris ini, tidak ditemukan kajian lain yang menggunakan ketiga variabel ini secara bersamaan. Namun, ada beberapa penelitian yang menganalisis kombinasi dua variabel, seperti media sosial dan *Word of mouth* atau kurikulum dan *Word of mouth*. Penelitian oleh Pratama (2024), Wijaya (2021), serta Ardiansa & Oetarjo (2022) menyebutkan bahwa media sosial dan *Word of mouth*, secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, termasuk dalam konteks pendidikan. Sedangkan penelitian Indra Susanti, et.al. (2024) dan Hidayat & Margono (2023) menemukan bahwa kurikulum dan sosial media secara bersama mempengaruhi Keputusan orang tua. Hal ini memperkuat temuan bahwa

ketiga variabel tersebut memberikan dampak yang signifikan, baik secara individu maupun kolektif, terhadap pengambilan keputusan orang tua.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami pengaruh simultan dari kurikulum, WOM dan media sosial terhadap keputusan orang tua. Pendekatan yang mengintegrasikan ketiga faktor ini dapat menjadi strategi yang efektif bagi sekolah dalam meningkatkan daya tarik dan membangun kepercayaan orang tua, sehingga mampu bersaing secara kompetitif di dunia pendidikan modern. Hasil ini juga menjadi acuan untuk pengembangan model penelitian yang lebih komprehensif di masa depan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut: (1) Kurikulum berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke SMP Bukit Sion; (2) *Word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke SMP Bukit Sion; (3) Media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke SMP Bukit Sion; (4) Kurikulum, *Word of mouth* dan media sosial secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke SMP Bukit Sion.

## DAFTAR PUSTAKA

Ardiansa, F.S. & Oetarjo, M. (2022). The Influence of Social Media, Brand Trust, and Word of Mouth on Parents' Decisions to Choose Muhammadiyah Elementary Schools. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*. Vol. 2.

<https://doi.org/10.21070/jims.v2i0.1540>

Fransiska, & Sigit, R. R. (2023). Influence E-Word of Mouth Marketing, Internet Marketing and Social Media Marketing Regarding Student Decisions Choosing Stikom

- Prosia. *International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT)*, 185-198.
- Hidayat, G., & Margono, H. (2023). Analisis Kurikulum, Fasilitas, dan Biaya Dalam Keputusan Memilih Sekolah Pendidikan Formal dan Brand Activation Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Sekolah Dasar an Nahl Islamic School di Ciangsana, Kab. Bogor). *Journal of Economics and Business UBS*, 12(5), 3207–3223. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i5.593>
- Hidayat, N., Rismawati & Kawiana, I.G.P. (2021). The Role of Marketing Mix on Parents' Decisions to Choose a Junior High School Boarding School through Word of Mouth. *Special Issue on computing Teknologi and Informasi management. Volume 18*.
- Mavondo, F. T. (2019). The role of word of mouth in school choice. *Journal of Consumer Research*, 1002-1018.
- Mohammadpour, A., Arbatani, T. R., & Gholipour, T. H. (2014). A Survey of the Effect of Social Media Marketing on Online Shopping of Customers by Mediating Variables. *Journal of Service Science and Management*, 368-376.
- Pratama, I.G.N.W. (2024). Menilik Professional Judgment Management Menggunakan Teknologi Kecerdasan Buatan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*. 10(1):2024.
- Putri, S.S., Karnawati, T.A., & Handarini, D.M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SD Kids Republic Di Jakarta Timur. *JAPANDI : Jurnal Pendidikan Indonesia*. 5(8): 487 – 498. <https://doi.org/10.59141/japendi.v5i8.3219>
- Rathnayake, T., & Lakchan, U. (2023). The Influence of E-Word of Mouth Marketing on Students' Selection of Management Degrees. *South Asian Journal of Business Insights*, 90-106.
- Ridhani, M.A. & Aini, N. (2021). Potensi Penambahan Berbagai Jenis Gula Terhadap Sifat Sensori Dan Fisikokimia Roti Manis: Review. *Pasundan Food Technology Journal (PFT)*. 8(3): 61-68. <https://doi.org/10.23969/pftj.v8i3.4106>
- Susanti, I.W., 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 (JAPENDI)*. 5(9): 717 – 731. <https://doi.org/10.59141/japendi.v5i9.3551>
- Wijaya, M.R. (2021). The Influence Of Promotion Strategies Through Social Media And Word Of Mouth Marketing On School Selection Decisions (Case Study At Smk Muhammadiyah Parakan). *International Journal of Social and Management Studies*. 2(5): 66-75. <https://doi.org/10.5555/ijosmas.v2i5.232>