

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. *Service Quality*

##### a. Pengertian Kualitas Layanan

TQS (*Total quality service*) merupakan bagian dari TQM (*Total quality management*). Mutu (*quality*) dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>1</sup> Menurut Philip B. Crosby seperti yang dikutip oleh M.N Nasution, menyatakan bahwa kualitas adalah *conformance to requirements*, yaitu sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandarkan atau kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan.<sup>2</sup> Dalam konteks pendidikan, menurut Kementerian Pendidikan Nasional Sebagaimana dikutip Mulyasa, pengertian mutu mencakup input, proses, dan output pendidikan. Input pendidikan merupakan sesuatu yang harus tersedia karena dibutuhkan demi berlangsungnya suatu proses. Sementara proses pendidikan merupakan berubahnya sesuatu menjadi sesuatu yang lain. Selanjutnya output pendidikan merupakan kinerja sekolah, yaitu prestasi yang dihasilkan dari proses dan perilaku sekolah.<sup>3</sup>

TQM (*Total Quality Management*) merupakan perluasan dan pengembangan dari jaminan mutu. TQM (*Total Quality Management*) adalah tentang usaha penciptaan sebuah kultur mutu, yang

---

<sup>1</sup>Rudi Prihantoro, *Konsep Pengendalian Mutu*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012), 71.

<sup>2</sup>Sri Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan secara Mandiri*, (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2016), 327.

<sup>3</sup>Aminatul Zahroh, *Total Quality Management (Teori dan praktik untuk mendongkrak mutu pendidikan*, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2016), 28.

mendorong semua anggota stafnya untuk memuaskan para pelanggan.<sup>4</sup> TQM adalah sebuah pendekatan praktis, namun strategi, dalam menjalankan roda organisasi yang memfokuskan diri pada kebutuhan pelanggan dan kliennya. Tujuannya adalah untuk mencari hasil yang lebih baik.<sup>5</sup> *Total Quality Management* digunakan pada semua bidang ilmu baik ilmu bisnis, perdagangan maupun bidang pendidikan. Dalam konsep *Total Quality Management* harus memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan. Secara operasional, mutu ditentukan oleh dua faktor, yaitu terpenuhinya spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya atau disebut *quality in fact* (mutu sesungguhnya) dan terpenuhinya spesifikasi yang diharapkan menurut tuntutan dan kebutuhan pengguna jasa atau disebut *quality in perception* (mutu persepsi).<sup>6</sup>

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak terkait. Menurut Philip Kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.<sup>7</sup> Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam

---

<sup>4</sup>Edward Sallis, *Total quality management In Education Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*, (Jogjakarta : IRCiSod, 2006), 59.

<sup>5</sup>Edward Sallis, *Total quality management In Education Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*, 76.

<sup>6</sup>Nur Zazin, *Gerakan Menata Mutu Pendidikan: Teori dan Aplikasi*, (Jogjakarta: Ar Ruzz Media, 2011), 63.

<sup>7</sup>Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, (Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia, 2003), 3.

rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kemudian Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut juga terjadi pada saat, sebelum, dan sesudah transaksi.<sup>8</sup>

Pada umumnya pelayanan bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta transaksi ulang yang lebih sering. Menurut Hasibuan, pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan terbaik itulah yang disebut pelayanan prima (*excellent service*). Pelayanan prima adalah pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan sehingga dapat menimbulkan rasa puas pada pelanggan. Pelayanan prima berorientasi pada pemenuhan tuntutan pelanggan mengenai kualitas produk (barang atau jasa) sebaik-baiknya.

Menurut Leonard L. Berry mengemukakan ada tiga karakteristik jasa yaitu ;<sup>9</sup>

- 1) Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (*more intangible than tangible*)
- 2) Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*)
- 3) Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standardized and uniform*)

Riset dan literatur manajemen jasa menungkapkan bahwa jasa atau layanan memiliki empat karakteristik unik yang membedakan dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Keempat karakteristik utama tersebut dikenal dengan istilah paradigma IHIP yaitu, *Intangibility*, *heterogeneity*, *Inseparability*, dan *Perishability*.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Rambad Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2016), 5.

<sup>9</sup>Buchori alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 243-244.

<sup>10</sup>Fandi Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2008), 15.

### 1) *Intangible*

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum ia mengalami atau mengonsumsinya sendiri.

### 2) *Heterogeneity/variability/Inconsistenci*

Layanan bersifat sangat variabel atau heterogen karena merupakan non-standardized output. Artinya bentuk, kualitas, dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana layanan tersebut dihasilkan. Misalnya, guru yang mengampu kelas paralel tidak bisa menjamin bahwa pembelajaran yang diberikan sama persis di beberapa kelas paralel yang bersangkutan.

### 3) *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama

### 4) *Perishability*

*Perishability* berarti bahwa jasa adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan.

Definisi kualitas layanan (jasa) menurut Wyckop, sebagaimana dikutip oleh Tjiptono adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Artinya terdapat dua faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas jasa yaitu, *expected*

*service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang dirasakan).<sup>11</sup>

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi produk atau jasa, pelanggan (konsumen) yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Tantangannya, penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diterimanya bersifat subjektif, karena bergantung pada persepsi masing-masing individu.<sup>12</sup>

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah kegiatan membantu dan melayani pelanggan dalam sebuah organisasi dengan sebaik mungkin, bermula dari memenuhi kebutuhan pelanggan agar sesuai dengan harapan sehingga menjadikan pelanggan puas akan layanan yang diberikan oleh lembaga dan berakhir pada kepercayaan pelanggan.

#### **b. Dimensi Kualitas Layanan**

Sebagai lembaga pendidikan yang memberikan produk dalam bentuk jasa, yaitu pendidikan dan tempat terlaksananya proses pendidikan, maka suatu lembaga pendidikan sekolah dasar harus mampu memberikan kualitas pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Dalam hal ini kualitas pendidikan memiliki lima dimensi jasa pendidikan, yaitu ;

---

<sup>11</sup>Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 1998), 280-281.

<sup>12</sup>Fandi Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, 85.

1) Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik atau *tangible* yaitu kemampuan suatu lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana lembaga yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.<sup>13</sup> Berdasarkan peraturan pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Standart Nasional Pendidikan Pasal 42 Bab VII Standar Sarana dan Prasarana yang berisi sebagai berikut ;

- a) Setiap satuan pendidikan wajib memiliki sarana yang meliputi perabot, peralatan pendidikan, media pendidikan, buku dan sumber belajar lainnya, bahan habis pakai, serta peralatan lain yang diperlukan untuk menunjang proses belajar yang teratur dan berkelanjutan.
- b) Setiap satuan pendidikan wajib memiliki prasarana yang meliputi lahan, ruang kelas, ruang pimpinan satuan pendidikan, ruang pendidik, ruang tata usaha, ruang perpustakaan, ruang laboratorium, ruang bengkel kerja, ruang unit produksi, ruang kantin, instalasi daya dan jasa, tempat berolahraga, tempat beribadah, tempat bermain, tempat berkreasi, dan ruang/tempat lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran yang teratur dan berkelanjutan.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2005), 2.

<sup>14</sup>Umiarso dan Gojali Imam, *Manajemen Mutu Sekolah di Era Otonomi Pendidikan "Menjual" Mutu Pendidikan dengan Pendekatan Quality Control Bagi Pelaku Lembaga Pendidikan*, (Jogjakarta : IRCiSod, 2006), 129.



2) Keandalan (*reliability*)

Keandalan atau *reliability* yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera atau cepat, akurat, dan memuaskan. Menurut Parasuraman adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai prosedur kerja, dan mampu menunjukkan, mengarahkan, dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberikan dampak positif atas pelayanan tersebut.

3) Daya tangkap (*responsiveness*)

Daya tangkap (*responsiveness*) yaitu keamanan atau kesediaan para staf untuk membantu para peserta didik dan memberikan pelayanan cepat tanggap. Dimensi ini lebih berfokus pada sikap, sifat, dan tanggungjawab pendidik, karyawan, atau semua staf yang berhubungan dengan lembaga tersebut. Dimensi ini berhubungan erat dengan ketepatan, kecepatan, dan kecermatan para tenaga pendidik dalam memberikan pelayanan, informasi, serta solusi terhadap semua masalah yang dihadapi oleh peserta didik maupun orang tua peserta didik. Dimensi daya tangkap ini sangat berhubungan dengan kompetensi profesional yang harus dimiliki seorang tenaga pendidik.

4) Jaminan (*assurance*)

Jaminan (*assurance*) yaitu, mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, respek terhadap peserta didik, memiliki sifat dapat dipercaya, serta bebas dari bahaya dan keraguan, sebagaimana yang tercantum dalam pasal 28 peraturan pemerintah No. 19 Tahun 2005 yang berisi: “pendidik harus memiliki

kualifikasi akademis dan kompetensi sebagai agen pembelajaran, sehat jasmani dan rohani, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional.<sup>15</sup> Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain, komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5) Empati (*empathy*)

Empati yaitu, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi dengan baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan peserta didiknya.<sup>16</sup> Dimana suatu lembaga memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian bagi pelanggan.<sup>17</sup> Bentuk perhatian terhadap pelanggan bermacam-macam sesuai dengan kondisi pelanggan dan situasi keadaan yang ada, adakalanya seorang yang datang dengan perasaan kalut, marah-marah, atau stress. Seorang pemasar perlu memahami perasaan yang seperti itu agar dapat melakukan tindakan yang sesuai dengan kondisi psikologis pelanggan.

**c. Kualitas Layanan di Bidang Pendidikan**

Sekolah merupakan organisasi yang menyediakan jasa pendidikan. Bentuk layanan dalam bidang pendidikan yaitu berupa jasa. Dalam konteks pendidikan, dimensi kualitas

---

<sup>15</sup>Umiarso dan Gojali Imam, *Manajemen Mutu Sekolah di Era Otonomi Pendidikan "Menjual" Mutu Pendidikan dengan Pendekatan Quality Control Bagi Pelaku Lembaga Pendidikan*, 130.

<sup>16</sup>Umiarso dan Gojali Imam, *Manajemen Mutu Sekolah di Era Otonomi Pendidikan "Menjual" Mutu Pendidikan dengan Pendekatan Quality Control Bagi Pelaku Lembaga Pendidikan*, 129-130.

<sup>17</sup>Rambat Lupiodi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 183.



pelayanan di atas dapat dipahami dari; (1) Standar Nasional Pendidikan (SNP) yang disebutkan dalam Permendiknas No. 19 Tahun 2005 tentang SNP, dan (2) Standar Pelayanan Minimal (SPM) Pendidikan Sekolah Dasar yang sesuai dengan Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI No. 129a/U/2004 pasal 3 tentang Standar Pelayanan Minimal.

Kualitas pendidikan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia pasal 2 ayat 1 PP No. 19 tahun 2005 menjelaskan bahwa standar nasional pendidikan (SNP) meliputi :

1) Standar isi

Standar isi adalah ruan lingkup materi dan tingkat kompetensi yang dituangkan dalam criteria tentang kompetensi tamatan, kompetensi bahan kajian, kompetensi mata pelajaran, dan silabus pembelajaran yang harus dipenuhi oleh peserta didik pada jenjang pendidikan tertentu

2) Standar proses

Standar proses merupakan standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan pelaksanaan pembelajaran pada satu satuan pendidikan untuk mencapai standar kompetensi lulusan

3) Standar kompetensi lulusan

Standar kompetensi lulusan digunakan sebagai pedomn penilaian dalam penentuan kelulusan peserta didik dari satuan pendidikan.

4) Standar kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan

Standar kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan adalah criteria pendidikan prajabatan dan kelayakan fisik maupun mental, serta pendidikan dalam jabatan.

5) Standar sarana dan prasarana

Standar sarana dan prasarana adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan

dengan kriteria minimal tentang ruang belajar, tempat berolahraga, tempat beribadah, perpustakaan, laboratorium, bengkel kerja, tempat bermain, tempat berekskresi dan berkreasi, serta sumber belajar lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran, termasuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.

6) Standar pengelolaan

Standar pengelolaan adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan, kabupaten/kota, provinsi, atau nasional agar tercapai efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pendidikan.

7) Standar pembiayaan

Standar pembiayaan adalah standar yang mengatur dan komponen besarnya biaya operasi satuan pendidikan yang berlaku selama satu bulan

8) Standar penilaian pendidikan

Standar penilaian pendidikan adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan mekanisme, prosedur, dan instrument penilaian hasil belajar peserta didik.

Kualitas pendidikan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2005 menjelaskan bahwa penerapan standar pelayanan minimal pendidikan Sekolah Dasar (SD)/ Madrasah Ibtidaiyah (MI) terdiri atas: 1) 95 persen anak dalam kelompok usia 7-12 tahun bersekolah di SD/MI, 2) Angka Putus Sekolah (APS) tidak melebihi 1 persen dari jumlah siswa yang bersekolah, 3) 90 persen sekolah memiliki sarana dan prasarana minimal sesuai dengan standar teknis yang ditetapkan secara nasional, 4) 90 persen dari jumlah guru SD yang diperlukan terpenuhi, 5) 90 persen guru SD/MI memiliki

kualifikasi sesuai dengan kompetensi yang ditetapkan secara nasional, 6) 95 persen siswa memiliki buku pelajaran yang lengkap setiap mata pelajaran, 7) Jumlah siswa SD/MI per-kelas antara 30-40 siswa, 8) persen dari siswa yang mengikuti uji sampel mutu pendidikan standar nasional mencapai nilai “memuaskan” dalam mata pelajaran membaca, menulis dan berhitung untuk kelas III dan mata pelajaran bahasa, matematika, IPA dan IPS untuk kelas V, dan 9) 95 persen dari lulusan SD melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP)/ Madrasah Tsanawiyah (MTs).<sup>18</sup>

#### **d. Kualitas Pelayanan dalam Pandangan Islam**

Kualitas pelayanan adalah kegiatan membantu dan melayani pelanggan dalam sebuah organisasi dengan sebaik mungkin, bermula dari memenuhi kebutuhan pelanggan agar sesuai dengan harapan sehingga menjadikan pelanggan puas akan layanan yang diberikan oleh lembaga dan berakhir pada kepercayaan pelanggan. Salah satu standar berkualitas atau tidaknya transaksi dalam islam adalah adanya asas saling ridha. Setiap jual beli layak menganut asas saling ridha dan berorientasi saling restu antara penjual dan pembeli.

Menurut Al-futhy al-hanbal, dalam buku Muhammad Sholihin menuliskan tiga syarat transaksi berkualitas pertama menganut asas saling ridha, kedua transaksi itu melahirkan hak menguasai bagi pembeli, ketiga produk itu riil dan nyata bukan fiktif. Ketiga kriteria ini adalah pra syarat untuk merebut kepercayaan pembeli. Jika ketiga kriteria ini diperhatikan oleh pemasar atau

---

<sup>18</sup>Keputusan Menteri Pendidikan Republik Indonesia No. 129a/U/2004 tentang Standar Pelayanan Minimal, diakses melalui <https://luk.staff.ugm.ac.id/atur/bsnp/Kepmendiknas129a-U-2004StandarPelayananMinimal.pdf>, pada tanggal 10 Mei 2019 pada pukul 10.10 WIB.

juga penjual maka tidak bakal ada keluhan konsumen.<sup>19</sup>

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S Al- Baqarah ayat 267:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا  
 اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوْا الْخَبِيْثَ مِنْهُ  
 تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ  
 اَللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman nafkahkanlah (dijalan Allah), sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji ( QS Al-Baqarah : 267).*<sup>20</sup>

Menurut Thorik G. dan Utus H memberikan pelayanan yang berkualitas itu penting. Karena pelayanan (*service*), tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Akan tetapi, sikap

<sup>19</sup>Muhammad Sholihin, *Marketing Muhammad SAW*, (Yogyakarta : Cemerlang Publisng, 2010), 29.

<sup>20</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsir Al-Qur'an, 2010), 45.

melayani dan rendah hati yang melekat dalam diri seorang pegawai. Jika dihubungkan dengan sebuah perusahaan dibidang jasa (lembaga pendidikan) bisa menjadi landasan bagi penyedia jasa untuk menghormati pelanggannya. Salah satu bentuk memberikan penghormatan yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik pada pelanggannya. Jadi segala sesuatu dalam menjalankan usaha haruslah memberikan pelayanan yang baik, dengan pelayanan yang baik maka akan dapat memberikan efek bagi lembaga pendidikan yaitu kepuasan yang dirasakan pelanggan termasuk orang tua.

## 2. Distingsi *Tahfidzul Qur'an*

### a. Program *Tahfidzul Qur'an*

Program merupakan kegiatan yang dilakukan bukan hanya satu kali tetapi berkesinambungan. Pelaksanaan program selalu terjadi di dalam organisasi yang artinya harus melibatkan sekelompok orang.<sup>21</sup> Program juga dapat diartikan sebagai sebuah sistem. Sedangkan sistem adalah suatu kesatuan dari beberapa bagian atau komponen program lainnya untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan. Dengan demikian program terdiri dari komponen-komponen yang saling berkaitan dan saling menunjang dalam rangka mencapai tujuan.

Tahfidz berasal dari kata *حفظ يحفظ حفظا* yang berarti menghafal. Secara etimologi, hafal merupakan lawan dari pada lupa, yaitu selalu ingat dan sedikit lupa. Sedangkan secara terminology, penghafal adalah orang yang menghafal dengan cermat dan termasuk sederetan kaum yang

---

<sup>21</sup>Suharsimi Arikunto dan Cepi Safruddin Abdul Jabar, *Evaluasi Program Pendidikan*, (Jakarta : Erlangga, 2004), 2.

menghafal.<sup>22</sup> Penghafal Al-Qur'an adalah orang yang menghafal setiap ayat-ayat dalam Al-Qur'an mulai ayat pertama sampai ayat terakhir.

Penghafal Al-Qur'an dituntut untuk menghafal secara keseluruhan baik hafalan maupun ketelitian. Sebab itu tidaklah disebut penghafal yang sempurna orang yang menghafal Al-Qur'an setengahnya saja atau sepertiganya dan tidak menyempurnakannya. Hendaknya hafalan itu berlangsung dalam keadaan cermat, sebab jika tidak dalam keadaan demikian maka implikasinya seluruh umat islam dapat disebut penghafal Al-Qur'an, karena setiap muslim dapat dipastikan bisa membaca al-Fatihah karena merupakan salah satu rukun shalat menurut mayoritas mazhab. Hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT dalam Q.S Fathir ayat 32:

ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمِنْهُمْ  
ظَالِمٌ لِنَفْسِهِ وَمِنْهُمْ مُقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ  
بِإِذْنِ اللَّهِ ذَٰلِكَ هُوَ الْفَضْلُ الْكَبِيرُ

Artinya : Kemudian kitab itu Kami wariskan kepada orang-orang yang Kami pilih diantara hamba-hamba Kami, lalu diantara mereka ada yang menganiaya diri mereka sendiri dan diantara mereka ada yang pertengahan dan diantara mereka ada (pula) yang lebih dahulu berbuat kebaikan dengan izin Allah. Yang demikian itu adalah karunia yang amat besar.<sup>23</sup>

<sup>22</sup>Abdurrah Nawabuddin dan Bambang Syaiful Ma'arif, *Teknik Menghafal Al-Qur'an (Kafa Tahfidz Al-Qur'an)*, (Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2005), 23.

<sup>23</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsir Al-Qur'an, 2010), 124.



Ayat diatas menekankan bahwa menghafal Al-Qur'an adalah fardu kifayah artinya suatu hokum dari sebuah aktivitas dalam islam yang wajib dilakukan, tetapi bila sudah dilakukan oleh muslim yang lain maka kewajiban ini gugur. Begitu pula mengenai hokum mengajarkan Al-Qur'an. Jika didalam suatu masyarakat tiak ada seorangpun yang mau mengajarkan Al-Qur'an maka brdosalah suatu masyarakat tersebut. Perlu diketahui mengajarkan Al-Qur'an merupakan ibadah seorang hamba yang paling utama.

Dengan demikian jelas bahwa menghafal Al-Qur'an hukumnya adalah fardu kifayah, sebagaimana yang dimaksud yaitu apabila suatu pekerjaan disuatu wilayah tersebut tidak ada yang mengerjakan maka semua orang yang berada ada suatu wilayah tersebut berdosa. Sedangkan menghafal sebagian surat Al-Qur'an adalah fardu ain. Hal ini mengingat bahwa tidaklah sah sholat seseorang tanpa membaca sebagian surat Al-Qur'an.

#### **b. Manfaat Program Tahfidzul Qur'an**

Program tahfidz Qur'an merupakan kegiatan menghafal Al-Qur'an yang dilakukan bukan hanya satu kali tetapi berkesinambungan. Pelaksanaan program tahfidz Qur'an selalu terjadi di dalam organisasi yang artinya harus melibatkan sekelompok orang. Adapun manfaat dari program tahfidz Qur'an antara lain sebagai berikut :

- 1) Memberikan kesempatan peserta didik bagi pemantapan ketertarikan dan keterkaitan terhadap nilai-nilai agama yang dianutnya
- 2) Memberikan kesempatan peserta didik dalam melatih dan mengamalkan agama yang diterima dbangku kelas
- 3) Memberikan kesempatan peserta didik berlatih secara praktis dalam hal kepemimpinan, persahabatan, kerjasama, dan kemandirian

- 4) Memberikan ruang pengembangan diri bagi peserta didik yang berorientasi pada pembentukan manusia cerdas spiritual, emosional, sosial, intelektual, kinestetis, dan estetis
- 5) Memberikan kesempatan peserta didik berinteraksi dalam kehidupan bermasyarakat
- 6) Menumbuhkan sikap kreatif dan inovatif peserta didik dalam pengembangan diri

### c. Faktor Pendukung dan Penghambat Program Tahfidzul Qur'an

- 1) Faktor Pendukung Program Tahfidzul Qur'an
  - a) Usia yang ideal

Usia yang relative muda belum banyak terbebani oleh problem hidup yang memberatkannya, sehingga ia akan lebih cepat menciptakan konsentrasi untuk mencapai sesuatu yang diinginkannya. Maka usia yang ideal untuk menghafal adalah 6 sampai 21 tahun. Namun demikian bagi anak-anak dini diproyeksikan untuk menghafal Al-Qur'an tidak boleh dipaksakan diluar batas kemampuan psikologisnya. Ditinjau dari psikologisnya. Ditinjau dari sudut lingkungan dan dari berbagai aspek kehidupan, maka usia ideal bagi anak-anak untuk memulai menghafal secara sungguh-sungguh dan teratur adalah ketika memasuki usia sebelas tahun atau sekitar antara kelas 5 kelas 6 sekolah dasar.<sup>24</sup>

- b) Manajemen waktu

Diantara menghafal Al-Qur'an ada memproses hafalan secara spesifik (khusus). Menghafal Al-Qur'an dapat mengoptimalkan seluruh kemampuan dan

---

<sup>24</sup>Ahsin W, Al-Hafidz, *Bimbingan Praktis Menghafal Al-Qur'an* (Jakarta : Bumi aksara, 2005), 56-57.

memaksimalkan seluruh kapasitas waktu yang dimilikinya sehingga ia akan dapat menyelesaikannya program menghafal Al-Qur'an lebih cepat karena tidak menghadapi kendala dari kegiatan lainnya. Sebaliknya, bagi mereka yang menghafal Al-Qur'an disamping kegiatan-kegiatan lain, seperti sekolah, bekerja, dan kesibukan lain, maka ia harus pandai memanfaatkan waktu yang ada. Justru disini diperlukan manajemen waktu yang baik, artinya penghafal harus mampu mengantisipasi dan memilih waktu yang dianggap sesuai dan tepat baginya untuk menghafal Al-Qur'an. Para psikolog mengatakan, bahwa manajemen waktu yang baik akan berpengaruh besar terhadap peletakan materi, utamanya dalam hal ini mereka yang mempunyai kesibukan lain disamping menghafal Al-Qur'an. Oleh karena itu, ia harus mampu mengatur waktu sedemikian rupa untuk kegiatan lainnya.

Alokasi waktu yang ideal untuk ukuran sedang dengan target harisan satu halaman adalah empat jam, dengan rincian dua jam untuk menghafal ayat baru, dan dua jam untuk muraja'ah (mengulang kembali) ayat-ayat yang telah dihafalkan terdahulu. Penggunaan waktu tersebut dapat disesuaikan dengan manajemen yang telah disesuaikan masing-masing penghafal.

c) Tempat menghafal

Situasi dan kondisi tempat dapat mendukung tercapainya program menghafal Al-Qur'an, suasana yang bising, kondisi yang tidak sedap dipandang mata, penerangan yang tidak sempurna dan polusi udara yang tidak

nyaman akan menjadi kendala berat terhadap terciptanya konsentrasi. Oleh karena itu, untuk menghafal diperlukan tempat yang ideal agar dapat konsentrasi secara maksimal. Itulah sebabnya diantara penghafal ada yang lebih cenderung memilih tempat dialam bebas atau terbuka seperti di masjid dan ditempat-tempat sunyi lainnya.<sup>25</sup>

## 2) Faktor Penghambat Program Tahfidz

Beberapa hambatan yang sering muncul dalam proses menghafal dan menjaga hafalan diantaranya ;<sup>26</sup>

- a) Keinginan untuk menambah hafalan tanpa memperhatikan hafalan sebelumnya
- b) Adanya rasa jenuh dan bosan karena rutinitas
- c) Sukar menghafal, hal ini bisa disebabkan oleh tingkat IQ yang rendah
- d) Gangguan asmara
- e) Merendahnya semangat menghafal
- f) Banyaknya dosa dan maksiat
- g) Perhatian yang lebih terhadap urusan dunia

## 3. Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah

### a. Pengertian Keputusan Memilih Sekolah

Pengambilan keputusan merupakan aktivitas yang disadari, dilakukan manusia setiap hari.<sup>27</sup> Manusia dalam hal ini yang dimaksud adalah orang tua sebagai perilaku konsumen. Lebih jelasnya perilaku konsumen merupakan interaksi

---

<sup>25</sup>Ahsin W, Al-Hafidz, *Bimbingan Praktis Menghafal Al-Qur'an* (Jakarta : Bumi aksara, 2005), 58-59.

<sup>26</sup>Lisya Chairani, *Psikologi Santri Penghafal Al-Qur'an (Peranan Regulasi Diri)*, (Yogjakarta : Pustaka Pelajar, 2010), 43.

<sup>27</sup>John Women dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Bandung : Erlangga, 2001), 2.

dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.<sup>28</sup> Perilaku konsumen berkaitan erat dengan proses pengambilan keputusan untuk menggunakan barang atau jasa guna memuaskan kebutuhan konsumen. Orang tua sebagai konsumen harus memilih satu diantara pilihan yang dianggap paling baik. Proses dalam menentukan pilihan yang dianggap paling baik dinamakan pengambilan keputusan.

Menurut Solomon Keputusan memilih merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen, yang berarti suatu proses yang melibatkan seseorang ataupun suatu kelompok untuk memilih, membeli, menggunakan, dan memanfaatkan barang-barang, pelayanan, ide, ataupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keamanan.<sup>29</sup> Kata keputusan (*decision*) diartikan sebagai pilihan (*choice*) yaitu pilihan dari dua atau lebih suatu kemungkinan. Pengambilan Keputusan bukan merupakan suatu pilihan antara yang benar dan salah tetapi justru antara yang hampir benar dan mungkin salah.

Menurut Sudrajat menyebutkan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu, informasi yang diketahui perihal permasalahan yang dihadapi, tingkat pendidikan, *personality*, *coping* (pengalaman hidup terkait dengan permasalahan atau proses adaptasi), dan *culture*. Sedangkan menurut Hasan menyatakan bahwa pengambilan

---

<sup>28</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Pustaka Media Group, 2003), 3.

<sup>29</sup>Raditya Gusdiandika dan Kukuh Sinduwiatmo, "Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo," *Kanal 1, no.1, (2012)*, <https://www.e-jurnal.com/2012/02/pengaruh-promosi-sekolah-terhadap-keputusan-siswa.html?m>

keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternative terbaik dari beberapa alternative secara sistematis untuk ditindak lanjuti (digunakan) sebagai suatu cara untuk menyelesaikan masalah.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengambilan keputusan dalam memilih sekolah merupakan suatu tindakan untuk menentukan sebuah pilihan sekolah yang dianggap paling baik oleh individu (orang tua) dengan mengacu pada tiga tahap yaitu, proses memilih, menentukan pilihan dan mengambil keputusan.

#### **b. Proses Keputusan Memilih Sekolah**

Proses pengambilan keputusan merupakan proses yang sifatnya memberikan tekanan yang sangat besar pada pengambilan keputusan itu sendiri. Tidak heran banyak orang yang akan menghindari pengambilan keputusan jika itu memungkinkan. Meskipun penghindaran tersebut dapat dikatakan sebagai satu cara dalam menangani tekanan yang sangat besar dalam suatu pengambilan keputusan, tetap saja hal itu jarang dianggap sebagai suatu cara yang baik.<sup>30</sup>

Ada beberapa tahap dalam pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan tersebut merupakan salah satu pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas lima tahap yaitu, identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut ;

---

<sup>30</sup>Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta Kencana, 2003),  
2.



**Gambar 2.1**  
**Tahap-tahap dalam proses**  
**pengambilan keputusan**



Berikut ini akan diuraikan lima tahapan pengambilan keputusan :

1) Identifikasi masalah

Pengenalan masalah merupakan tahap pertama dari proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan. Pada tahap ini pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan atau masalah apa yang akan muncul, apa yang memunculkan mereka, dan bagaimana, dengan adanya masalah tersebut, konsumen termotivasi untuk memilih produk tertentu.

2) Pencarian informasi

Pencarian informasi merupakan tahap dari proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi. dalam hal ini, konsumen mungkin hanya akan meningkatkan perhatian atau aktif mencari informasi konsumen dapat memperoleh informasi dari sumber manapun misalnya, Sumber pribadi atau keluarga, teman, tetangga, kenalan, Sumber komersial atau iklan, Sumber public atau media massa.

### 3) Evaluasi alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan konsumen, dan model-model yang terbaru memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif, yaitu model tersebut menganggap konsumen membentuk penilaian atas jasa secara sadar dan rasional

### 4) Keputusan pembelian

Keputusan untuk membeli yang dimaksud disini merupakan proses pembelian yang nyata. Oleh karena itu, setelah tahap-tahap dimuka dilakukan maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Apabila konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis jasa, merek, penjual, kuantitas, waktu pembelian, dan cara pembayarannya.

### 5) Perilaku pasca pembelian

Setelah membeli jasa, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan. Tugas pemasar tidak berakhir saat jasa dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian, tindakan pasca pembelian dan pemakaian produk pasca pembelian.<sup>31</sup>

## c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Memilih Sekolah

Perilaku orang tua sebagai konsumen lembaga pendidikan adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi

---

<sup>31</sup>John Women dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta Erlangga, 2002), 3-14.

memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Selain itu berdasarkan teori *push and pull*. Menurut Zhong menyatakan faktor psikologis, fisik, interaksi sosial dan faktor pencarian menjadi faktor penekan. Faktor-faktor berwujud dan tidak berwujud yang menjadi faktor penarik terhadap Perilaku orang tua sebagai Konsumen untuk menetapkan keputusannya. Faktor-faktor tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

1) Faktor Psikologis

Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi pada konsumen antara kedatangan kesadaran rangsangan pemasaran luar dan keputusan pembelian akhir. Empat kunci proses psikologis adalah motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan serta sikap paling mempengaruhi tanggapan konsumen.

2) Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan/referensi, keluarga, serta peran dan status.

3) Faktor Budaya

Sub-budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis. Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

4) Faktor Pribadi

Karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan pembeli meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi,

kepribadian dan konsep diri, dan gaya hidup dan nilai-nilai. Karena banyak dari ini memiliki dampak langsung terhadap Perilaku orang tua sebagai Konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara erat. Karakteristik pribadi misalnya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

#### **d. Keputusan Memilih dalam Perspektif Islam**

Pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>32</sup> Perilaku konsumen menjadi hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Adapun hal-hal tersebut adalah proses dan aktivitas ketika seorang konsumen berhubungan dengan pencairan, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengavaluasi produk dan jasa memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Pengambilan keputusan dalam islam dipandang sebagai perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah menifestasi zikir darinya atas nama allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak, supaya hidupnya selamat akhirat.<sup>33</sup> Hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT dalam Q.S Al-Maidah ayat 100:

---

<sup>32</sup>Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: preballindo,1997), 253.

<sup>33</sup>Muhammad Muflih, *Prilaku Konsumen Dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 12.

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ  
 الْخَبِيثِ ۚ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ  
 تُفْلِحُونَ ﴿٣٤﴾

Artinya : Katakanlah tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan.<sup>34</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa sedikit perkara halal yang bermanfaat lebih baik dari pada banyak perkara haram yang menimbulkan madarat. Orang-orang yang berakal akan menjauhi hal-hal yang haram dan akan menerima hal-hal yang halal yang cukup baginya. Hal itu akan memberikan keuntungan di akhirat kelak. Jual beli dalam perspektif islam boleh mengambil keuntungan dari transaksi barang atau jasa yang diperjual belikan selama tidak merugikan kedua belah pihak dan keduanya sama-sama ikhlas. Disamping itu islam menganjurkan untuk tidak berbuat kecurangan atau kemadharatan dalam jual beli karena itu dapat merugikan.<sup>35</sup>

Preferensi pada apa yang disebut dengan thayyib (baik) dan yang halal dengan dihadapkan dengan sesuatu yang khabits (jelek) serta haram adalah salah satu cara yang bisa dianggap baik untuk pengambilan keputusan yang sehat, dan sesuatu yang jelek

<sup>34</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Madina : Al Karim Raja Fahd, 1990), 184.

<sup>35</sup>Ar Rifa'i dan M.Nasib, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katir*, ( Jakarta: Gema Insani,2005),523

tidak pernah sama. Bisnis yang menguntungkan selalu diberikan pada hal yang thayyib, meskipun dari kuantitasnya lebih banyak dari yang jelek (khabits).

## B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, terlebih dahulu peneliti menelaah dan mempelajari beberapa hasil tulisan atau skripsi yang sudah ada, dengan apa yang hendak dipaparkan dalam skripsi peneliti nantinya. Adapun penelitian ini terkait dengan telaah terdahulu yang berusaha mengupas pembahasan tentang ;

1. Hasil penelitian pertama dilakukan oleh Nuning Kristiani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) YKPN Yogyakarta tahun 2016 dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta menunjukkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih SD Kasatriyan Surakarta pondok yaitu, produk, biaya, promosi, lokasi, pelayanan dan status akreditasi. Adapun faktor yang memiliki nilai tertinggi adalah pelayanan sebesar 4,49 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas berada di atas 0,05, maka  $H_0$  diterima atau koefisien regresi signifikan. Oleh karena itu pelayanan berpengaruh terhadap keputusan orang tua. Sedangkan faktor yang mempunyai nilai terendah adalah produk sebesar 0,488 dengan nilai probabilitas sebesar 0,628. Hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas berada di atas 0,05, maka  $H_0$  diterima atau koefisien regresi signifikan. Oleh karena itu produk berpengaruh terhadap keputusan orang tua.<sup>36</sup>
2. Hasil penelitian kedua yang dilakukan oleh Arnoldi Zainal Universitas Brawijaya tahun 2013 dengan

---

<sup>36</sup>Nuning Kristiani, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta", *Jurnal Manajemen Marananta* 16, no.1, (2016), <https://www.neliti.com/id/publications/115673/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-orang-tua-siswa-memilih-sd-kasatriyan>



Analisis pengaruh kualitas dan kepercayaan orang tua/wali murid dalam memilih sekolah menengah pertama islam untuk putra putrinya menunjukkan bahwa variabel kualitas sekolah dan variabel kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh dalam keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Adapun variabel kepercayaan memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 4,49 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas berada di atas 0,05, maka  $H_0$  diterima atau koefisien regresi signifikan. Oleh karena itu kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan orang tua. Sedangkan faktor terendah yang menjadi pengaruh keputusan orang tua adalah faktor kualitas mempunyai nilai sebesar 0,488 dengan nilai probabilitas sebesar 0,628. Hal ini paling dominan bahwa nilai probabilitas berada di atas 0,05, maka  $H_0$  diterima atau koefisien regresi signifikan. Oleh karena itu kualitas berpengaruh terhadap keputusan orang tua.<sup>37</sup>

3. Hasil penelitian ketiga yang dilakukan oleh Agnes Juliet dan I Gusti Ayu Made Srinadi Universitas Udayana Bukit Jimbaran Bali tahun 2013 dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Orang Tua dalam Memilih Sekolah TK Bagi Anak menunjukkan bahwa terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi orang tua dalam memilih sekolah yaitu, latar belakang sosial ekonomi, lokasi, pelayanan, akreditasi, pengalaman orang tua, kegiatan pembelajaran, dan biaya awal sekolah. Dari beberapa faktor tersebut yang paling dominan mempengaruhi adalah pelayanan dan pengalaman orang tua dengan *factor loading* sebesar 0,860. Sedangkan faktor terendah yang mempengaruhi orang tua memilih Sekolah TK bagi anak adalah biaya

---

<sup>37</sup>Arnoldi Zaenal, "Analisis pengaruh kualitas dan kepercayaan orang tua/wali murid dalam memilih sekolah menengah pertama islam untuk putra-putrinya (studi pada SMP Islam Al-Azhar 12 Rawamangun", *Jurnal aplikasi Manajemen* 11, no.1, (2013), <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/507/536>

awal sekolah yaitu dengan *factor loading* sebesar 0,622.<sup>38</sup>

4. Hasil penelitian keempat yang dilakukan oleh Muhammad Ihwan Pogram Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Institut Agama Islam Uluwiyah Mojosari Mojokerto Tahun 2016 dengan judul Tafahus Faktor Penarik dan Pendorong yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Tempat Studi Anaknya Di MI Nurul Huda 2 Surodinawan Kota Mojokerto menunjukkan bahwa terdapat empat faktor pendorong yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih tempat studi untuk anaknya yaitu, 1) motivasi, 2) persepsi meliputi, fasilitas mumpuni, SDM handal, dan program sekolah yang baik, 3) pembelajaran meliputi, lembaga yang terbukti keunggulannya, kredibilitas, akuntabilitas dan transparasi lembaga pendidikan, pembelajaran yang rill, 4) keyakinan dan sikap. Sedangkan faktor penarik yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih tempat studi untuk anaknya meliputi, fasilitas representative, pendidikan yang lengkap, pendidikan agama mumpuni, dan menguasai teknologi.<sup>39</sup>

### C. Kerangka Pemikiran

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Dalam hal ini yang dimaksud keputusan pelanggan adalah keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan untuk anaknya. Dalam penelitian ini penulis memilih faktor *quality assurance* (*tangible* dan *reliability*) dan distingsi tahfidzul Qur'an

---

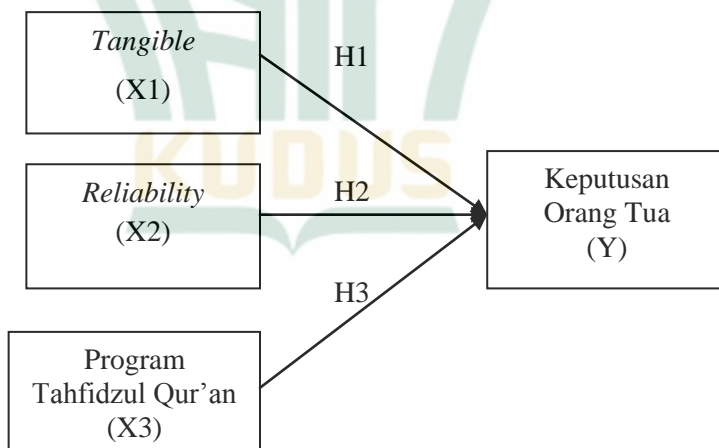
<sup>38</sup>Agnes Juliet dan I Gusti Ayu Made Srinadi, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Orang Tua dalam Memilih Sekolah TK Bagi Anak", *Jurnal Matematika* 3, no.2, (2013), <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/13170>

<sup>39</sup>Muhammad Ihwanan, "Tafahus Faktor penarik dan pendorong yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih tempat studi untuk anaknya di Madrasah Ibtidaiyah Nurul Huda 2 Surodinawan Kota Mojokerto", *TA'DIBLA Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam* 6, no.2, (2016), <http://jurnal.stitradenwijaya.ac.id/index.php/tdb/article/view/20>

Bukti fisik atau *tangible* yaitu kemampuan suatu lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Keandalan atau *Reliability* yaitu, Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera atau cepat, akurat, dan memuaskan. Distingsi tahfidzul Qur'an merupakan program unggulan yang terselenggarakan karena adanya keinginan kepala sekolah untuk menciptakan lulusan terbaik dengan memiliki hafalan Al-Qur'an

Kerangka pemikiran merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis. Sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Berdasarkan uraian tinjauan pustaka tersebut, dapat dijelaskan dalam kerangka teoritis sebagai berikut.

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berpikir**



#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* (sementara) dan *thesis* (pernyataan atau teori). Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, dan harus diuji kebenarannya.<sup>40</sup> Menurut Almost Neolaka Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya.<sup>41</sup> Jadi dapat disimpulkan, hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih lemah kebenarannya dan harus diuji kebenarannya.

##### 1. Pengaruh *Tangible* Terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan SD Unggulan Muslimat NU Kudus

Teori *user based approach* menunjukkan bahwa kualitas bergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Dimensi *tangible* (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung yang nyaman dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Hasil penelitian Nuning Kristiani (2016) dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta menunjukkan bahwa sarana prasarana (*tangible*) terbukti berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut ;

---

<sup>40</sup>Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), 18.

<sup>41</sup>Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statisti*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 169.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara *tangible* (bukti fisik) terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan di SD Unggulan Muslimat NU Kudus

H<sub>o</sub> : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *tangible* (bukti fisik) terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan di SD Unggulan Muslimat NU Kudus

## 2. Pengaruh *Reliability* Terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan SD Unggulan Muslimat NU Kudus

Teori *user based approach* menunjukkan bahwa kualitas bergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliable* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Hasil penelitian Nuning Kristiani (2016) dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta menunjukkan bahwa pelayanan yang baik/handal berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut ;

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara *reliability* (kehandalan) terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan di SD Unggulan Muslimat NU Kudus

H<sub>o</sub> : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *reliability* (kehandalan) terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan di SD Unggulan Muslimat NU Kudus

3. Pengaruh Ditinggi Tahfidzul Qur'an Terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan SD Unggulan Muslimat NU Kudus

Program Tahfidzul Qur'an merupakan program unggulan di SD Unggulan Muslimat NU Kudus. Program Tahfidzul Qur'an menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan. Program Tahfidzul Qur'an adalah program unggulan yang terselenggarakan karena adanya keinginan kepala sekolah untuk menciptakan lulusan terbaik dengan memiliki hafalan Al-Qur'an sebagai pedoman dan usaha praktik pembiasaan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dapat membedakan dengan lulusan sekolah dasar lain. Hasil Penelitian Muhammad Ihwan (2016) dengan judul Tafahus Faktor Penarik dan Pendorong yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Tempat Studi Anaknya Di MI Nurul Huda 2 Surodinawan Kota Mojokerto menunjukkan bahwa program sekolah yang baik (Tahfidzul Qur'an) berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut ;

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara distingsi tahfidzul qur'an terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan di SD Unggulan Muslimat NU Kudus

H<sub>o</sub> : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara distingsi tahfidzul qur'an terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan di SD Unggulan Muslimat NU Kudus