

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam persepsi perusahaan yaitu fasilitas, harga, kualitas dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan SDIT Bina Insani Semarang dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan SDIT Bina Insani Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua murid yang menyekolahkan anaknya di SDIT Bina Insani Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 86 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan target tertentu, adapun kriteria pengambilan sampel adalah responden yang sudah merasakan kinerja SDIT Bina Insani Semarang.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = 0,243 X_1 + 0,276 X_2 + 0,300 X_3 + 0,225 X_4$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas dengan koefisien regresi sebesar 0,300, lalu variabel harga dengan koefisien regresi sebesar 0,276, kemudian diikuti variabel fasilitas dengan koefisien regresi sebesar 0,243. Sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah lokasi dengan koefisien regresi sebesar 0,225. SDIT Bina Insani perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: persepsi, *facility* (fasilitas), *price* (harga), *quality* (kualitas), *location* (lokasi), keputusan pembelian.