

**PERSEPSI MURID TERHADAP *BRAND IMAGE* DALAM
MEMILIH SEKOLAH DI MTSN 8 AGAM**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S,Pd) Pada Program Studi Manajemen
Pendidikan Islam*



Disusun Oleh:

Cahyani Mariska
NIM. 2214030132

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM (S1)

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

IMAM BONJOL PADANG

1448 H / 2026 M

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cahyani Mariska
NIM : 2214030132
Tempat/Tanggal Lahir : Perawang/30 September 2004
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “*Persepsi Murid Terhadap Brand Image Dalam Memilih Sekolah Di MTsN 8 Agam*” adalah hasil karya saya, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau karya yang sudah pernah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang ataupun perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah plagiasi atau tidak orisinal, maka saya bersedia bahwa keabsahan skripsi dan kesarjanaan saya dibatalkan.

Padang, 27 Agustus 2026

Penulis,


Cahyani Mariska
NIM. 2214030132

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Persepsi Murid Terhadap *Brand Image* Dalam Memilih Sekolah Di MTsN 8 Agam” oleh Cahyani Mariska, NIM 2214030132, telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat di setujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Pembimbing I

Prof. Dr. Remiswal, S.Ag., M.Pd
NIP. 197107171998031007

Padang, 27 Agustus 2026

Pembimbing II

Dr. Hasnawati, S.Ag., M.Pd
NIP. 197201042000032002

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi Dengan Judul "*Persepsi Murid Terhadap Brand Image Dalam Memilih Sekolah Di MTsN 8 Agam*" Disusun Oleh Cahyani Marliska, NIM 2214030132 Telah Diuji Dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Pada Hari Rabu, Tanggal 09 September 2026 Dan Dinyatakan Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

Padang, 21 September 2026

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Prof. Dr. Remiswal, S.Ag., M.Pd
NIP. 197107171998031007
Penguji I

Dr. Hasnawati, S.Ag., M.Pd
NIP. 197201042000032002
Penguji II

Dr. Hidayat, S.Ag., M.Pd
NIP. 197201282000032001
Penguji III

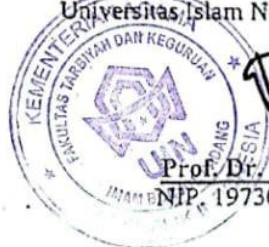
Syukra Vadhillah, M.Pd
NIP. 199202162019032019
Penguji IV

Prof. Dr. Remiswal, S.Ag., M.Pd
NIP. 197107171998031007

Dr. Hasnawati, S.Ag., M.Pd
NIP. 197201042000032002

Mengesahkan

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang



Prof. Dr. Yasmadi, M.Ag
NIP. 197305172000031001

ABSTRAK

Cahyani Mariska, NIM 2214030132. Persepsi Murid terhadap Brand Image dalam Memilih Sekolah di MTsN 8 Agam. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, 2026.

Brand image merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan murid dan orang tua dalam memilih sekolah, terlebih dengan berlakunya Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) yang memberikan keleluasaan lebih besar bagi calon murid untuk memilih sekolah melalui berbagai jalur yang tersedia. MTsN 8 Agam sebagai lembaga pendidikan Islam dituntut memiliki brand image yang kuat, unik, dan menguntungkan agar tetap menjadi pilihan utama masyarakat. Namun, sejauh ini belum tersedia data empiris mengenai tingkat persepsi murid terhadap brand image sekolah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat persepsi murid kelas VII terhadap brand image MTsN 8 Agam dalam memilih sekolah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kuantitatif dan metode deskriptif. Populasi penelitian adalah seluruh murid kelas VII MTsN 8 Agam tahun ajaran 2025/2026 yang berjumlah 143 orang, dengan sampel sebanyak 121 murid yang diambil menggunakan teknik sampling jenuh. Pengumpulan data dilakukan melalui angket berskala Likert yang terdiri atas 44 item pernyataan valid dan reliabel (Cronbach's Alpha = 0,954), mencakup tiga dimensi brand image, yaitu kekuatan asosiasi merek, keunikan asosiasi merek, dan keunggulan asosiasi merek. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa mean dan frekuensi dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kekuatan asosiasi merek memperoleh rata-rata 4,39 dengan kategori Sangat Tinggi; dimensi keunikan asosiasi merek memperoleh rata-rata 4,34 dengan kategori Sangat Tinggi; dan dimensi keunggulan asosiasi merek memperoleh rata-rata 4,32 dengan kategori Sangat Tinggi. Secara keseluruhan, tingkat persepsi murid kelas VII terhadap brand image MTsN 8 Agam dalam memilih sekolah berada pada kategori Sangat Tinggi, dengan rata-rata keseluruhan sebesar 4,35. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa MTsN 8 Agam telah berhasil membangun dan mempertahankan brand image yang kuat, unik, dan menguntungkan di benak peserta didiknya, sehingga berpotensi menjadi salah satu pertimbangan penting bagi murid maupun orang tua dalam memilih sekolah.

Kata Kunci: persepsi murid, brand image, pemilihan sekolah

ABSTRACT

Cahyani Mariska, Student ID 2214030132. Students' Perception of Brand Image in Choosing a School at MTsN 8 Agam. Department of Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Imam Bonjol State Islamic University of Padang, 2026.

Brand image is one of the important factors influencing students' and parents' decisions in choosing a school, especially with the implementation of the New Student Admission System (SPMB), which provides greater flexibility for prospective students to choose a school through various available pathways. As an Islamic educational institution, MTsN 8 Agam is required to have a strong, unique, and favorable brand image in order to remain the community's top choice. However, no empirical data has been available regarding the level of students' perception of the school's brand image. This study aims to determine the level of seventh-grade students' perception of the brand image of MTsN 8 Agam in choosing a school.

This study is a field research using a quantitative approach with a descriptive method. The population consisted of all seventh-grade students of MTsN 8 Agam in the 2025/2026 academic year, totaling 143 students, with a sample of 121 students selected using the saturated sampling technique. Data were collected through a Likert-scale questionnaire consisting of 44 valid and reliable statement items (Cronbach's Alpha = 0.954), covering three dimensions of brand image, namely strength of brand association, uniqueness of brand association, and favorability of brand association. The data were analyzed using descriptive statistics in the form of mean and frequency with the assistance of the SPSS program.

The results showed that the strength of brand association dimension obtained a mean score of 4.39 (Very High); the uniqueness of brand association dimension obtained a mean score of 4.34 (Very High); and the favorability of brand association dimension obtained a mean score of 4.32 (Very High). Overall, the level of seventh-grade students' perception of the brand image of MTsN 8 Agam in choosing a school falls into the Very High category, with an overall mean score of 4.35. It can therefore be concluded that MTsN 8 Agam has successfully built and maintained a strong, unique, and favorable brand image in the minds of its students, which may serve as an important consideration for both students and parents in choosing a school.

Keywords: student perception, brand image, school choice

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat kesehatan, kekuatan, serta kemudahan dalam setiap proses yang penulis lalui, sehingga skripsi yang berjudul **“Persepsi Murid Terhadap *Brand Image* Dalam Memilih Sekolah Di MTsN 8 Agam”** dapat diselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sosok teladan yang mengajarkan pentingnya ilmu pengetahuan, kesabaran, dan perjuangan dalam menjalani kehidupan.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Terutama dan istimewa dengan penuh cinta kedua orang tua saya, ayahanda Ilyasak dan ibunda Tsuwaiba, dua orang yang selalu mengusahakan sekuat tenaga untuk anak perempuannya ini menempuh pendidikan setinggi - tingginya. Kepada cinta pertamaku yaitu ayahanda, terimakasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan sebuah nafkah demi anakmu bisa sampai di tahap ini, dan terimakasih telah menjadi contoh untuk selalu menjadi seorang anak perempuan yang kuat. Untuk

pintu surga saya yaitu ibunda, terimakasih atas segala sumber kekuatan, motivasi, pesan, do'a yang senantiasa dilangitkan untuk anaknya, serta kasih sayang selalu mengiringi perjalanan hidup anakmu. Teristimewa juga untuk kakak dan adek tercinta yaitu apt. Putri Ilmi Sakinah, S. Farm dan Alisa Tri Zahrani terimakasih telah memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala hal yang ayah, ibu, kakak dan adek berikan yang tak terhitung jumlahnya.

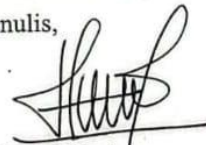
Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis juga mengucapkan terimakasih juga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Remiswal, S.Ag., M.Pd selaku Pembimbing I dan Ibu Dr Hasnawati, S.Ag., M.Pd selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, serta kesabaran dalam membimbing penulis. Setiap saran, koreksi, dan masukan yang diberikan menjadi bekal berharga dalam menyempurnakan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Yasmadi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Imam Bonol Padang beserta seluruh jajaran pemimpin fakultas yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan dan mengembangkan diri selama masa perkuliahan.
3. Bapak Dr. Misra, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan Ibu Eci Sriwahyuni, M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan arahan dan pelayanan akademik kepada penulis.

4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah berbagi ilmu, pengalaman, dan nilai-nilai kehidupan selama penulis menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
5. Kepada Perpustakaan, para pegawai Pustaka baik institute maupun Fakultas Tarbiyah dan Keguruan yang telah menyediakan buku-buku yang penulis butuhkan selama menyelesaikan skripsi.
6. Kepala MTsN 8 Agam beserta seluruh guru dan tenaga kependidikan yang telah memberikan izin dan membantu penulis selama proses penelitian berlangsung.
7. Terakhir, saya sangat berterima kasih kepada wanita yang telah berjuang tanpa lelah, sosok perempuan yang memiliki mimpi sangat besar, yaitu diri saya sendiri, Cahyani Mariska. Terima kasih telah berusaha keras menyelesaikan skripsi ini meski banyak rintangan, kelelahan tanpa adanya kata menyerah hingga menyelesaikan studi ini.

Padang, 27 Agustus 2026

Penulis,



Cahyani Mariska
NIM. 2214030132

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
G. Definisi Operasional.....	
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Kajian Teori	9
1. <i>Brand Image</i>	9
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	9
b. Dimensi <i>Brand Image</i> Dalam Konteks Pendidikan	10
c. <i>Brand Image</i> Lembaga Pendidikan.....	23
d. Faktor-Faktor Pembentukan <i>Brand Image</i> Sekolah.....	25

2. Persepsi Murid	27
a. Pengertian Persepsi	27
b. Proses Terbentuknya Persepsi.....	29
c. Faktor-Faktor Mempengaruhi Persepsi.....	31
d. Persepsi Murid Dalam Konteks Pendidikan	34
3. Pemilihan Sekolah.....	35
a. Konsep Pemilihan Sekolah	35
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Memilih sekolah	36
c. Peran <i>Brand Image</i> Dalam Memilih Sekolah	37
B. Penelitian Relevan.....	38
C. Kerangka Teori.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Populasi dan Sampel	45
C. Teknik Pengumpulan Data	45
D. Instrumen Penelitian.....	47
E. Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Gambaran Umum Sekolah	62
B. Hasil Penelitian.....	67
1. Kekuatan Asosiasi Merek	68
2. Keunikan Asosiasi Merek	71
3. Keunggulan Asosiasi Merek	73
4. Rekapitulasi Tingkat Persepsi Murid Terhadap <i>Brand Image</i>	76
C. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	89
BIODATA	108

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Populasi Penelitian	46
Tabel 3.2 Jumlah Sampel Penelitian	47
Tabel 3.3 Skor Alternatif Jawaban Skala Likert	48
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	50
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	53
Tabel 3.6 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	54
Tabel 3.7 Kriteria Interpretasi Rata-Rata (Mean)	61
Tabel 4.1 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Hasil Analisis Dimensi Kekuatan Asosiasi Merek	69
Tabel 4.3 Hasil Analisis Dimensi Keunikan Asosiasi Merek	71
Tabel 4.4 Hasil Analisis Dimensi Keunggulan Asosiasi Merek	74
Tabel 4.5 Rekapitulasi Tingkat Persepsi Murid terhadap <i>Brand Image</i> MTsN 8 Agam.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Rata-Rata Skor Indikator Dimensi Kekuatan Asosiasi Merek.....	69
Gambar 4.2 Rata-Rata Skor Indikator Dimensi Keunikan Asosiasi Merek	72
Gambar 4.3 Rata-Rata Skor Indikator Dimensi Keunggulan Asosiasi Merek	74
Gambar 4.4 Perbandingan Rata-Rata Ketiga Dimensi <i>Brand Image</i> MTsN 8 Agam.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-Kisi Instrumen	90
Lampiran 2. Angket Penelitian	94
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	99
Lampiran 4. Dokumentasi Sebar Angket	100
Lampiran 5. Berita Acara Seminar Proposal.....	101
Lampiran 6. Validator Instrumen.....	103
Lampiran 7. Surat izin Penelitian Dari Kampus	104
Lampiran 8. Surat Izin Penelitian Oleh Kementerian Agama Kabupaten Agam .	105
Lampiran 9. Surat Balasan Penelitian Dari Sekolah	106
Lampiran 10. SK Pembimbing 1 & 2.....	107