

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan kausalitas dari pengaruh kualitas layanan, religiusitas, persepsi biaya terhadap keputusan memilih SMA Al-Irsyad Purwokerto dengan menggunakan nilai pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang tua siswa dari SMA Al-Irsyad Purwokerto yang masih aktif. Penelitian dilakukan di SMA AL-Irsyad di bulan Septembe-Oktober 2019.

Jumlah sampel digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling method*. Pengambilan Sample dibantu oleh pihak sekolah, dengan memberikan kuesioner kepada siswa dan nantinya akan dikembalikan kepada pihak sekolah. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner baik secara langsung maupun *online*.

Berdasarkan hasil data yang telah diolah menggunakan AMOS 26 dengan metode SEM (*Struqtural Equational Modelling*) menunjukkan hasil pernyataan bahwa variabel pertama kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan memilih, kedua religiusitas berpengaruh terhadap keputusan memilih, ketiga persepsi biaya tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih, keempat nilai pelanggan berpengaruh terhadap keputusan memilih. Berdasarkan perhitungan sobel test menunjukkan hasil bahwa nilai pelanggan memediasi keputusan memilih melalui kualitas layanan, religiusitas, dan persepsi biaya. * 1963 *

Keywords : Kualitas Layanan, Religiusitas, Persepsi Biaya, Nilai Pelanggan, Keputusan Memilih, SMA Al-Irsyad

SUMMARY

The purpose of this research is to analyze the causal relationship of the influence of service quality, religiosity, perceived cost of decision to choose Al-Irsyad Purwokerto High School by using customer value as a mediating variable. This research is a quantitative study using survey methods. The population used in this study were parents of students from Al-Irsyad Purwokerto high school who were still active. The study was conducted at AL-Irsyad High School in September-October 2019.

The number of samples used in this study was 150 respondents. Determination of the sample using a purposive sampling method. Sampling is assisted by the school, by giving questionnaires to students and later will be returned to the school. Data collection techniques are carried out by distributing questionnaires both directly and online.

Based on the results of data that has been processed using AMOS 26 with SEM (*Struqtural Equational Modeling*) method shows the results of the statement that the first variable service quality affects the decision to choose, the second religiosity affects the decision to choose, third the cost perception does not affect the decision to choose, the fourth customer value influences on the decision to choose. Based on the calculation of the sobel test, the results show that customer value mediates the decision of choosing through service quality, religiosity, and cost perception.

Keywords: Service Quality, Religiosity, Cost Perception, Customer Value, Decision to Choose, Al-Irsyad High School

