

**PENGARUH STRATEGI BRANDING TERHADAP
KEPERCAYAAN PUBLIK MELALUI KUALITAS FASILITAS
SEKOLAH PADA MTS NEGERI DI JAKARTA BARAT**



Intelligentia - Dignitas

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026**

ABSTRAK

Nabilah Khonsa. Pengaruh Strategi Branding terhadap Kepercayaan Publik melalui Kualitas Fasilitas Sekolah pada Madrasah Tsanawiyah Negeri di Jakarta Barat. Tesis. Program Studi Magister Manajemen Pendidikan, Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi branding terhadap kepercayaan publik melalui kualitas fasilitas sekolah pada Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) di Jakarta Barat. Penelitian dilatarbelakangi oleh pentingnya membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan melalui strategi branding yang efektif dan didukung oleh kualitas fasilitas sekolah yang memadai. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan analisis jalur (*path analysis*). Populasi penelitian adalah orang tua/wali siswa MTs Negeri di Jakarta Barat dengan jumlah sampel sebanyak 319 responden yang ditentukan menggunakan teknik *proportional random sampling*. Data dikumpulkan menggunakan angket skala Likert yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan melalui statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear, analisis jalur, uji *t*, uji *F*, koefisien determinasi (R^2), dan uji mediasi menggunakan Sobel Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas fasilitas sekolah dengan koefisien jalur sebesar $\beta = 0,817$, nilai $t = 25,223$, dan $p = 0,000$; (2) strategi branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan publik dengan koefisien jalur sebesar $\beta = 0,379$, nilai $t = 7,492$, dan $p = 0,000$; (3) kualitas fasilitas sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan publik dengan koefisien jalur sebesar $\beta = 0,518$, nilai $t = 10,238$, dan $p = 0,000$; serta (4) kualitas fasilitas sekolah terbukti memediasi secara signifikan pengaruh strategi branding terhadap kepercayaan publik dengan nilai Sobel Test = 9,50 ($> 1,96$). Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa strategi branding mampu menjelaskan 66,7% variasi kualitas fasilitas sekolah ($R^2 = 0,667$), sedangkan strategi branding dan kualitas fasilitas sekolah secara bersama-sama mampu menjelaskan 73,1% variasi kepercayaan publik ($R^2 = 0,731$). Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi branding yang didukung oleh kualitas fasilitas sekolah mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap MTs Negeri di Jakarta Barat. Oleh karena itu, penguatan strategi branding perlu diintegrasikan dengan peningkatan kualitas fasilitas sekolah sebagai bukti nyata kualitas layanan pendidikan sehingga mampu memperkuat citra madrasah, meningkatkan kepercayaan publik, serta meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

Kata kunci: Strategi Branding, Kualitas Fasilitas Sekolah, Kepercayaan Publik, Madrasah Tsanawiyah, Analisis Jalur.

ABSTRACT

Nabilah Khonsa. *The Effect of Branding Strategy on Public Trust through the Quality of School Facilities at State Islamic Junior High Schools in West Jakarta*. Thesis. Master of Educational Management Program, Postgraduate Program, Jakarta State University, 2026.

This study aims to analyze the effect of branding strategy on public trust through the quality of school facilities at State Islamic Junior High Schools (MTsN) in West Jakarta. The research is motivated by the importance of building public trust in educational institutions through effective branding strategies supported by adequate quality school facilities. The study used a quantitative approach with survey methods and path analysis. The study population was parents/guardians of students at State Islamic Junior High Schools in West Jakarta, with a sample of 319 respondents determined using proportional random sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire that met validity and reliability tests. Data analysis was conducted using descriptive statistics, classical assumption tests, linear regression analysis, path analysis, t-tests, F-tests, coefficients of determination (R^2), and mediation tests using the Sobel Test. The results of the study indicate that (1) branding strategy has a positive and significant effect on the quality of school facilities with a path coefficient of $\beta = 0.817$, t value = 25.223, and $p = 0.000$; (2) branding strategy has a positive and significant effect on public trust with a path coefficient of $\beta = 0.379$, t value = 7.492, and $p = 0.000$; (3) the quality of school facilities has a positive and significant effect on public trust with a path coefficient of $\beta = 0.518$, t value = 10.238, and $p = 0.000$; and (4) the quality of school facilities is proven to significantly mediate the effect of branding strategy on public trust with a Sobel Test value = 9.50 (> 1.96). The coefficient of determination indicates that branding strategy explains 66.7% of the variation in school facility quality ($R^2 = 0.667$), while branding strategy and school facility quality together explain 73.1% of the variation in public trust ($R^2 = 0.731$). This study concludes that branding strategy, supported by quality school facilities, can increase public trust in State Islamic Junior High Schools (MTs) in West Jakarta. Therefore, strengthening branding strategy needs to be integrated with improving the quality of school facilities as tangible evidence of the quality of educational services, thereby strengthening the image of the madrasah, increasing public trust, and enhancing the competitiveness of the educational institution.

Keywords: Branding Strategy, Quality Of School Facilities, Public Trust, Islamic Junior High Schools, Path Analysis.

Intelligentia - Dignitas

BUKTI PENGESAHAN PERBAIKAN UJIAN TESIS

BUKTI PENGESAHAN PERBAIKAN UJIAN TESIS

Nama : Nabilah Khonsa
 Nomor Induk Mahasiswa : 1111824005
 Program Studi : Manajemen Pendidikan

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Winda Dewi Listyasari, S.Pd., M.Pd., Ph.D. (Koordinator Program Studi)		05/26 08
2	Prof. Dr. Rugaiyah, M.Pd (Pembimbing I)		05/26 08
3	Dr. Desi Rahmawati, M.Pd. (Pembimbing II)		07/26 08
4	Prof. Dr. Supadi, M.Pd. (Penguji)		05/26 08
5	Dr. Linda Ika Mayasari, M.Pd. (Penguji)		05/26 08

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nabilah Khosa
NIM : 1111824005
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 25 November 2001
Program : Magister/Doktor*
Program Studi : Manajemen Pendidikan

Dengan ini menyatakan bahwa tesis dengan judul **“PENGARUH STRATEGI BRANDING TERHADAP KEPERCAYAAN PUBLIK MELALUI KUALITAS FASILITAS SEKOLAH PADA MTS NEGERI DI JAKARTA BARAT ”** merupakan karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiat dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya mennyatakan dengan benar.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 6 Juli 2026

Yang menyatakan,


Nabilah

NIM : 1111824005





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nabilah Khonsa
NIM : 1111824005
Fakultas/Prodi : Ilmu Pendidikan/Manajemen Pendidikan
Alamat email : nabilahkhonsaa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☐ Skripsi ☒ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH STRATEGI BRANDING TERHADAP KEPERCAYAAN PUBLIK
MELALUI KUALITAS FASILITAS SEKOLAH PADA MTS NEGERI DI JAKARTA
BARAT

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 September 2026

Penulis

Nabilah Khonsa

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul "Pengaruh Strategi Branding terhadap Kepercayaan Publik melalui Kualitas Fasilitas Sekolah pada MTs Negeri di Jakarta Barat." Tesis ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Pendidikan pada Program Studi Manajemen Pendidikan, Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi branding terhadap kepercayaan publik melalui kualitas fasilitas sekolah pada Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) di Jakarta Barat, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola lembaga pendidikan dalam membangun citra sekolah, meningkatkan kualitas layanan pendidikan, dan memperkuat kepercayaan publik.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat, penghargaan, dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, bimbingan, serta motivasi selama proses penyusunan hingga penyelesaian tesis ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si., selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan pada Program Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Dr. Rugaiyah, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran, perhatian, dan dedikasi telah memberikan arahan, bimbingan, kritik, saran, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan tesis ini hingga selesai.
3. Dr. Desi Rahmawati, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan ilmiah, koreksi akademik, serta bimbingan metodologis sehingga tesis ini dapat disusun dengan lebih baik dan sistematis.
4. Dr. Winda Dewi Listyasari, M.Pd., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan arahan, pelayanan akademik, serta dukungan selama penulis menempuh pendidikan.
5. Seluruh dosen Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, pengalaman akademik, serta inspirasi selama proses perkuliahan sehingga menjadi bekal bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi DKI Jakarta, Kepala Madrasah Tsanawiyah Negeri di Jakarta Barat, para guru, tenaga kependidikan, serta seluruh responden penelitian yang telah memberikan izin, bantuan, dan kerja sama selama pelaksanaan penelitian sehingga proses pengumpulan data dapat berjalan dengan lancar.
7. Kedua orang tua tercinta, keluarga besar, serta seluruh sahabat yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, semangat, serta motivasi yang tiada henti sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan dan penyusunan tesis ini.

8. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Angkatan 2024, khususnya kelas Non Reguler A, atas kebersamaan, kerja sama, semangat, dan dukungan selama menjalani proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa sehingga penyusunan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi kajian teoritis, metodologi penelitian, maupun pembahasan hasil penelitian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Manajemen Pendidikan, khususnya dalam bidang strategi branding lembaga pendidikan, kualitas fasilitas sekolah, dan kepercayaan publik, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya maupun bagi para pengambil kebijakan dalam meningkatkan mutu dan daya saing lembaga pendidikan di Indonesia. Pedoman penulisan tesis UNJ juga menempatkan kata pengantar sebagai salah satu bagian awal yang bersifat formal dan memuat ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi dalam penyelesaian tesis.

Jakarta, Juli 2026

Penulis

Nabilah Khonsa

Intelligentia - Dignitas

ACKNOWLEDGMENT

Alhamdulillah rabbil ‘ālamīn, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, taufik, hidayah, serta kemudahan-Nya sehingga tesis yang berjudul "Pengaruh Strategi Branding terhadap Kepercayaan Publik melalui Kualitas Fasilitas Sekolah pada MTs Negeri di Jakarta Barat" dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen Pendidikan pada Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Rugaiyah, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. Desi Rahmawati, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II atas segala arahan, bimbingan, motivasi, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan tesis ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Winda Dewi Listyasari, M.Pd., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen Pendidikan beserta seluruh dosen dan tenaga kependidikan Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta atas ilmu, pengalaman, dan dukungan selama masa studi.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi DKI Jakarta, para Kepala MTs Negeri di Jakarta Barat, guru, tenaga kependidikan, orang tua/wali peserta didik, serta seluruh responden yang telah memberikan izin, bantuan, dan partisipasi selama pelaksanaan penelitian. Rasa hormat dan terima kasih yang mendalam penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, keluarga, serta rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Angkatan 2024 atas doa, dukungan, motivasi, dan kebersamaan yang senantiasa diberikan hingga tesis ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Manajemen Pendidikan, khususnya dalam bidang strategi branding, kualitas fasilitas sekolah, dan kepercayaan publik, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, Juli 2026

Penulis

Nabilah Khonsa

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK UJIAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR DIAGRAM	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Pembatasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan Penelitian	14
F. Kegunaan Hasil Penelitian	15
G. State of The Art	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Deskripsi Konseptual	21
1. Kepercayaan Publik	21
2. Strategi Branding	27
3. Kualitas Fasilitas Sekolah	42
B. Hasil Penelitian Relevan	53
C. Kerangka Teoritik	64
D. Hipotesis Penelitian	68
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	69
A. Tempat dan Waktu Penelitian	69
B. Metode Penelitian	69
D. Populasi dan Sampel	71

E. Teknik Pengumpulan Data	76
F. Instrumen Penelitian	77
G. Teknik Analisa Data	86
H. Hipotesis Statistik	89
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	136



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Rencana Sekolah Lanjutan Anak di MI Jakarta Barat	6
--	----------



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Madrasah Tsanawiyah di Jakarta Barat	71
Tabel 3.2 Jumlah Murid Kelas VII Madrasah Tsanawiyah di Jakarta Barat Tahun 2024/2025.....	74
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan Publik pada MTs Negeri di Jakarta Barat	78
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Strategi Branding	81
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Fasilitas Sekolah.....	84
Tabel 4.1 Rangkuman Statistik Deskriptif Penelitian	91
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Model Regresi Strategi Branding terhadap Kualitas Fasilitas.....	96
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Model Regresi Strategi Branding dan Kualitas Fasilitas terhadap Kepercayaan Publik	99
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas Model Regresi Strategi Branding terhadap Kualitas Fasilitas	102
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas Model Regresi Strategi Branding dan Kualitas Fasilitas terhadap Kepercayaan Publik.....	103
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi Strategi Branding terhadap Kualitas Fasilitas	106
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi Strategi Branding dan Kualitas Fasilitas terhadap Kepercayaan Publik	108
Tabel 4.8 Hasil Regresi Linear Substruktur I	110
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linear Substruktur II	112
Tabel 4.10 Koefisien Pengujian Hipotesis Pertama	113
Tabel 4.11 Koefisien Pengujian Hipotesis Kedua.....	114
Tabel 4.12 Koefisien Pengujian Hipotesis Ketiga.....	114
Tabel 4.13 Hasil Model Summary	115
Tabel 4.14 Hasil Uji ANOVA.....	116
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi Substruktur I	116
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Substruktur II.....	117
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Sobel Test	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pengaruh Hubungan antara Variabel X dan Z terhadap Y.....	70
Gambar 4.1 Histogram Residual Model Regresi Strategi Branding terhadap Kualitas Fasilitas.....	97
Gambar 4.2 Normal P-P Plot Residual Model Regresi Strategi Branding terhadap Kualitas Fasilitas	98
Gambar 4.3 Histogram Residual Model Regresi Strategi Branding dan Kualitas Fasilitas terhadap Kepercayaan Publik	100
Gambar 4.4 Normal P-P Plot Residual Model Regresi Strategi Branding dan Kualitas Fasilitas terhadap Kepercayaan Publik	100
Gambar 4.5 Scatterplot Residual Model Regresi Strategi Branding terhadap Kualitas Fasilitas.....	107
Gambar 4.6 Scatterplot Residual Model Regresi Strategi Branding dan Kualitas Fasilitas terhadap Kepercayaan Publik	109

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rancangan Instrumen Penelitian.....	136
Lampiran 2 Matriks Jurnal Penelitian	146
Lampiran 3	154
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian	173
Lampiran 5 Dokumentasi.....	185



Intelligentia - Dignitas