



**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMILIHAN SEKOLAH
(Studi Kasus SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal)**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Nia Marlina

021117071

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

November 2022



**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMILIHAN SEKOLAH
(Studi Kasus SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf T. Irawan S.E., M.E., Ph.D)



Ketua Program Studi Manajemen
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., CA.)

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMILIHAN SEKOLAH
(Studi Kasus SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari senin, 21 November 2022

Nia Marlina
021117071

Menyetujui

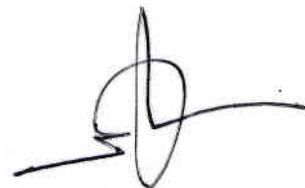
Ketua Penguji Sidang
(Dra. Hj. Sri Hartini, SE., M.M.)



Ketua Komisi Pembimbing
(Oktoris Kiswati Zaini, SE, MM.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Aditya Prima Yudha, S.Pi., MM.)



Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nia Marlina

NPM : 021117071

Judul Skripsi : Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Sekolah (Studi Kasus SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal)

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bozer, November 2023



Nia Marlina

021117071

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang – undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

NIA MARLINA. 021117071. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Sekolah (Studi Kasus SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal). Di bawah bimbingan : OKTORI KISWATI ZAINI dan ADITYA PRIMA YUDHA. 2022.

Kebutuhan industri akan tenaga terampil di Indonesia saat ini masih jauh dari cukup. Sebagian besar tenaga kerja masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan rendah. Pada saat ini banyak sekolah swasta ditingkat menengah yang menawarkan berbagai fasilitas yang dimilikinya untuk dapat menarik minat para konsumen (siswa, orang tua/masyarakat), upaya sekolah swasta dalam membuat strategi pemasaran merupakan sebuah keharusan. Salah satu bahan untuk promosi adalah dengan mengetahui faktor pengambilan keputusan pelanggan atau konsumen (siswa, orang tua/masyarakat). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). faktor – faktor pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan SMK 1 Amal Mulia, 2). faktor – faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan responden siswa/i SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal Kabupaten Bogor tahun pelajaran 2020-2021. Pemilihan responden dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan total 81 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara dan metode analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, Faktor – faktor pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia secara berurutan yaitu faktor *place* (tempat), faktor *physical evidence* (fasilitas fisik), faktor *product* (produk), faktor *process* (proses), faktor *people* (orang), faktor *price* (harga) dan faktor *promotion* (promosi). Faktor – faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia yaitu faktor *place* (tempat) dengan nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 88,33%, faktor *physical evidence* (fasilitas fisik) dengan nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 86,79% dan faktor *product* (produk) dengan nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 85,88%.

Kata kunci : analisis faktor, keputusan pemilihan sekolah

PRAKATA

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam tercurah limpahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Manajemen di Universitas Pakuan yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMILIHAN SEKOLAH (Studi Kasus SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal)”**.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, doa, dukungan serta semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua saya, Bapak Suhendar dan Ibu Aat Solihat yang senantiasa selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya baik moral maupun materiil yang tiada henti-hentinya.
2. Kepada suami, Feri Kristanto yang senantiasa memberikan doa, motivasi dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Ibu Dr. Retno Endah Martanti Lestari, SE., M.Si., CMA., CAPM., CAP. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Ibu Enok Rusmanah, SE., M.Acc. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Keuangan dan Sumber Daya Manusia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., CA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Bapak Doni Wihartika, S.Pi., M.M. selaku Asisten Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan .
8. Ibu Oktorikiswati Zaini, S.E., M.M. selaku Ketua Komisi Pembimbing Penelitian yang telah memberikan nasihat, petunjuk dan arahan pada penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Aditya Prima Yudha, S.Pi., M.M. selaku Anggota Komisi Pembimbing Penelitian yang telah memberikan nasihat, petunjuk dan arahan pada penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh Dosen, Staf Tata Usaha beserta Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
11. Kepada adik-adik saya, Selvina Rahmayanti dan Hendra Mulyana yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.

12. Sahabatku, Yusi Lisnadiyah, Meisella Devy Safitri, Syachnaya, Widiya Lubis yang telah berjuang bersama-sama membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini dan selalu saling memberikan semangat.
13. Kelas B Manajemen 2017 yang telah menemani dan memberikan warna-warni kehidupan perkuliahan.
14. Kelas A Manajemen 2017 yang telah menjadi tetangga di dalam kelas saat perkuliahan dan juga memberikan warna di kehidupan perkuliahan.
15. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Tentunya penulis sangat mengharapkan kritik, saran serta masukan yang membangun demi karya yang lebih baik dimasa mendatang. Segala macam kelebihan hanya dari Allah SWT yang Maha Esa, segala kekurangan datangnya dari diri pribadi penulis.

Penulis



Nia Marlina

DAFTAR ISI

	halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR HAK CIPTA	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Praktis	7
1.4.2 Kegunaan Akademis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Fungsi Pemasaran	8
2.1.3 Peran Pemasaran	9
2.2 Pemasaran Jasa	10
2.2.1 Definisi Pemasaran Jasa.....	10
2.2.2 Karakteristik Jasa	11
2.3 Bauran Pemasaran	13
2.4 Perilaku Konsumen.....	17
2.4.1 Definisi Perilaku Konsumen	17
2.4.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	18
2.5 Keputusan Pembelian	20
2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	20
2.5.2 Tipe – tipe Keputusan Pembelian	20
2.5.3 Tahap – tahap Keputusan Pembelian	21
2.6 Penelitian Terdahulu.....	24
2.7 Kerangka Penelitian.....	30

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	33
3.4 Operasionalisasi Variabel	34
3.5 Metode Penarikan Sampel	34
3.6 Metode Pengumpulan Data	35
3.6.1 Primer.....	35
3.6.2 Sekunder.....	36
3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data.....	36
3.7.1 Uji Validitas	36
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.7.3 Analisis Deskriptif	37
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan	39
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan.....	41
4.1.3 Struktur Organisasi	42
4.2 Analisis Data.....	44
4.2.1 Uji Validitas	44
4.2.2 Uji Reliabilitas	45
4.3 Profil Responden	45
4.4 Pembahasan	49
4.4.1 Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan Sekolah SMK 1 Amal Mulia.....	49
4.4.2 Faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Simpulan.....	95
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Sekolah Menengah Kejuruan di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Jumlah Sekolah Menengah Kejuruan di Jawa Barat.....	3
Tabel 1.3	Jumlah Peserta Didik Jenjang SMK di Kabupaten Bogor, Tahun Pelajaran 2018 s/d 2020	5
Tabel 1.4	Jumlah Peserta Didik Baru Tahun Pelajaran 2018 s/d 2020.....	5
Tabel 2.1	Tipe-tipe Keputusan Pembelian	21
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	34
Tabel 3.2	Keterangan Skala Likert.....	37
Tabel 3.3	Skala Penilaian Kuesioner.....	38
Tabel 4.1	Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan (PTK).....	41
Tabel 4.2	Data asal sekolah.....	46
Tabel 4.3	SMK 1 Amal Mulia terkenal di kalangan masyarakat sekitar	49
Tabel 4.4	Saya dapat mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan	50
Tabel 4.5	SMK 1 Amal Mulia memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil	51
Tabel 4.6	Lulusan SMK 1 Amal Mulia mudah diterima di dunia kerja.....	51
Tabel 4.7	SMK 1 Amal Mulia sudah terakreditasi dengan nilai yang baik	52
Tabel 4.8	SMK 1 Amal Mulia memiliki program studi unggulan	53
Tabel 4.9	Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor produk	54
Tabel 4.10	Biaya Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB) dan uang gedung terjangkau.....	55
Tabel 4.11	SMK 1 Amal Mulia menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel	55
Tabel 4.12	SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya SPP yang terjangkau.....	56
Tabel 4.13	SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya buku pegangan (LKS) yang terjangkau.....	57
Tabel 4.14	Biaya registrasi awal lebih murah dari SMK disekitarnya.....	58
Tabel 4.15	Biaya operasional pendidikan lebih murah dari SMK disekitarnya.....	59
Tabel 4.16	Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor harga.....	60
Tabel 4.17	Lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi.....	61
Tabel 4.18	Lokasi sekolah strategis	61
Tabel 4.19	SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman	62
Tabel 4.20	SMK 1 Amal Mulia memiliki lingkungan yang bersih.....	63
Tabel 4.21	Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor tempat.....	64
Tabel 4.22	Mendapatkan informasi mengenai SMK 1 Amal Mulia melalui berbagai platform media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, dll)	65

Tabel 4.23	Konten promosi yang dilakukan SMK 1 Amal Mulia menarik dan sesuai dengan kenyataan	66
Tabel 4.24	SMK 1 Amal Mulia mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi	66
Tabel 4.25	Promosi yang dilakukan menarik dan pada rentang waktu yang tepat ...	67
Tabel 4.26	Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor promosi	68
Tabel 4.27	SMK 1 Amal Mulia memiliki tenaga pengajar profesional dengan pendidikan minimal S1	69
Tabel 4.28	Tenaga pengajar SMK 1 Amal Mulia mengajar sesuai dengan bidangnya	70
Tabel 4.29	Sikap dan penampilan karyawan SMK 1 Amal Mulia ramah dan baik ..	71
Tabel 4.30	Karyawan SMK 1 Amal Mulia memberikan pelayanan secara optimal.....	72
Tabel 4.31	Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor orang	72
Tabel 4.32	Setiap ruang kelas memiliki peralatan penunjang pembelajaran yang memadai (papan tulis, spidol, penghapus, dll)	73
Tabel 4.33	Sekolah menyediakan peralatan praktik kompetensi yang memadai.....	74
Tabel 4.34	SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll).....	75
Tabel 4.35	SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer memadai	76
Tabel 4.36	SMK 1 Amal Mulia memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik	76
Tabel 4.37	SMK 1 Amal Mulia memiliki ruang kelas yang bersih dan nyaman	77
Tabel 4.38	Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor fasilitas fisik	78
Tabel 4.39	SMK 1 Amal Mulia menyediakan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa	79
Tabel 4.40	Pelaksanaan ekstrakurikuler fleksibel dan tidak mengganggu proses pembelajaran	80
Tabel 4.41	Peraturan sekolah disosialisasikan dengan jelas kepada siswa	81
Tabel 4.42	Sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar	82
Tabel 4.43	Hasil seluruh tanggapan responden faktor proses	82
Tabel 4.44	Hasil tanggapan responden terhadap keseluruhan faktor	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian.....	22
Gambar 2.2 Konstelasi Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	43
Gambar 4.2 Data Kelas	45
Gambar 4.3 Data asal sekolah	46
Gambar 4.4 Data jenis kelamin responden	47
Gambar 4.5 Data pekerjaan ayah	47
Gambar 4.6 Data pekerjaan ibu.....	48
Gambar 4.7 Data pendapatan orang tua	48
Gambar 4.8 Akses jalan menuju sekolah	87
Gambar 4.9 Tempat parkir siswa	87
Gambar 4.10 Lingkungan sekolah	87
Gambar 4.11 Lab komputer Akuntansi Keuangan Lembaga.....	88
Gambar 4.12 Ruang praktik kompetensi keahlian Akuntansi Keuangan Lembaga...	89
Gambar 4.13 Lab komputer Bisnis Daring Pemasaran	89
Gambar 4. 14 Ruang praktik kompetensi keahlian Bisnis Daring Pemasaran.....	89
Gambar 4.15 Lab komputer Otomatisasi Tatakelola Perkantoran	90
Gambar 4.16 Ruang praktik kompetensi Otomatisasi Tatakelola Perkantoran	90
Gambar 4.17 Lapangan basket.....	90
Gambar 4.18 Lapangan futsal	91
Gambar 4.19 Lapangan voli.....	91
Gambar 4.20 Lapangan badminton	91
Gambar 4.21 Mushola.....	92
Gambar 4.22 Toilet peserta didik.....	92
Gambar 4.23 Panggung seni	92
Gambar 4.24 Gedung sekolah	93
Gambar 4.25 Seragam SMK 1 Amal Mulia.....	94
Gambar 4.26 Logo SMK Amal Mulia	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kata Pengantar Kuesioner & Identitas Responden

Lampiran 2 Daftar Pernyataan Kuesioner

Lampiran 3 Jawaban Responden terhadap seluruh faktor

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan industri akan tenaga terampil di Indonesia saat ini masih jauh dari cukup. Sebagian besar tenaga kerja masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan rendah. Temuan itu tercatat pada data Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2020. Dari 131,03 juta total pekerja di Indonesia, 38,9% di antaranya adalah lulusan sekolah dasar (SD). Selanjutnya, lulusan sekolah menengah pertama (SMP) 17,93%, lalu disusul sekolah menengah atas (SMA) 18,34% dan sekolah menengah kejuruan (SMK) 11,82%. Pekerja dengan pendidikan tinggi hanya 13,02%. Rinciannya, pendidikan universitas sebesar 10,23% dan vokasi (D1-D3) hanya 2,79%.

Data tersebut memperlihatkan ketimpangan komposisi sumber daya manusia (SDM) pekerja yang terserap di lapangan kerja Indonesia. Semakin banyak pekerja berpendidikan rendah, artinya semakin banyak pula pekerja dengan kemampuan terbatas, sedangkan industri terus berkembang dan kebutuhan tenaga terampil di Indonesia kian meningkat tiap tahun. Jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) di Indonesia akan mencapai 200 juta pada tahun 2030, menurut data perkiraan dari *United Nations World Population*.

Indonesia memiliki potensi untuk menjadi negara dengan ekonomi terbesar ketujuh dunia pada 2030. Karenanya, negara ini membutuhkan suplai tenaga kerja terampil sebanyak 113 juta orang, sementara pekerja terampil yang tersedia saat itu hanya berjumlah sekitar 57 juta orang, artinya Indonesia masih membutuhkan banyak tenaga terampil dalam 10 tahun ke depan menurut *McKinsey Global Institute* (MGI).

Pada saat ini banyak sekolah swasta ditingkat menengah yang berdiri dan menawarkan berbagai fasilitas yang dimilikinya untuk dapat menarik minat para konsumen (siswa, orang tua/masyarakat), upaya sekolah swasta dalam membuat strategi pemasaran merupakan sebuah keharusan. Jika sekolah swasta tidak melakukan pemasaran selain program pendidikan, maka dalam persaingan dengan sekolah swasta lainnya tentu akan kesulitan bahkan mengalami penurunan jumlah peserta didik baru di sekolah tersebut. Melihat persaingan

yang semakin ketat dan tinggi ini menunjukkan keseriusan sebuah lembaga pendidikan yaitu sekolah dalam menggarap sektor pendidikan.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah salah satu bentuk satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan kejuruan pada jenjang pendidikan menengah sebagai lanjutan dari SMP/MTs atau bentuk lain yang sederajat atau lanjutan dari hasil belajar yang diakui sama/setara SMP/MTs. (UU Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003). Pendidikan menengah kejuruan adalah pendidikan pada jenjang pendidikan menengah yang mengutamakan pengembangan kemampuan peserta didik untuk melakukan jenis pekerjaan tertentu. Pendidikan menengah kejuruan mengutamakan masuknya siswa ke dunia kerja dan pengembangan sikap profesional. Menurut bentuknya, sekolah menengah kejuruan menyelenggarakan program pendidikan yang sesuai dengan jenis pekerjaan (PP No. 29 Tahun 1990).

Tabel 1.1 Jumlah Sekolah Menengah Kejuruan di Indonesia

No	Provinsi	Jumlah SMK		Jumlah Total
		Swasta	Negeri	
1	Aceh	72	152	224
2	Bali	119	54	173
3	Banten	658	91	749
4	Bengkulu	42	64	106
5	D.I. Yogyakarta	168	50	218
6	DKI Jakarta	505	73	578
7	Gorontalo	18	40	58
8	Jambi	75	104	179
9	Jawa Barat	2.666	288	2.954
10	Jawa Tengah	1.354	238	1.592
11	Jawa Timur	1.839	298	2.137
12	Kalimantan Barat	116	107	223
13	Kalimantan Selatan	64	63	127
14	Kalimantan Tengah	44	95	139
15	Kalimantan Timur	134	87	221
16	Kalimantan Utara	11	21	32
17	Kepulauan Bangka Belitung	23	36	59
18	Kepulauan Riau	81	36	117
19	Lampung	377	111	488
20	Luar Negeri	-	1	1
21	Maluku	33	82	115
22	Maluku Utara	84	63	147
23	Nusa Tenggara Barat	236	101	337

No	Provinsi	Jumlah SMK		Jumlah Total
		Swasta	Negeri	
24	Nusa Tenggara Timur	154	158	312
25	Papua	63	81	144
26	Papua Barat	24	33	57
27	Riau	179	128	307
28	Sulawesi Barat	72	59	131
29	Sulawesi Selatan	281	169	450
30	Sulawesi Tengah	79	106	185
31	Sulawesi Tenggara	69	103	172
32	Sulawesi Utara	100	91	191
33	Sumatera Barat	99	114	213
34	Sumatera Selatan	196	118	314
35	Sumatera Utara	744	270	1.014
Total		10.779	3.685	14.464

Sumber: Data referensi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Menurut tabel 1.1, di Indonesia terdapat sekitar 14.464 Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), terdiri dari 3.685 Sekolah Negeri dan 10.779 Sekolah Swasta yang tersebar di berbagai Provinsi. Menurut data statistik tahun 2020, wilayah dengan jumlah terbanyak adalah di Provinsi Jawa Barat yaitu sebanyak 2.954 Sekolah.

Tabel 1.2 Jumlah Sekolah Menengah Kejuruan di Jawa Barat

No	Provinsi	Jumlah SMK		Jumlah Total
		Swasta	Negeri	
1	Kab. Bogor	352	11	363
2	Kab. Sukabumi	154	11	165
3	Kab. Cianjur	158	28	186
4	Kab. Bandung	130	11	141
5	Kab. Sumedang	85	7	92
6	Kab. Garut	164	15	179
7	Kab. Tasikmalaya	124	14	138
8	Kab. Ciamis	65	8	73
9	Kab. Kuningan	35	9	44
10	Kab. Majalengka	45	11	56
11	Kab. Cirebon	101	8	109
12	Kab. Indramayu	119	19	138
13	Kab. Subang	94	16	110
14	Kab. Purwakarta	44	15	59
15	Kab. Karawang	97	18	115
16	Kab. Bekasi	177	15	192
17	Kab. Bandung Barat	95	9	104

No	Provinsi	Jumlah SMK		Jumlah Total
		Swasta	Negeri	
18	Kab. Pangandaran	25	6	31
19	Kota Bandung	109	16	125
20	Kota Bogor	98	5	103
21	Kota Sukabumi	28	4	32
22	Kota Cirebon	27	2	29
23	Kota Bekasi	133	15	148
24	Kota Depok	126	4	130
25	Kota Cimahi	21	3	24
26	Kota Tasikmalaya	47	4	51
27	Kota Banjar	13	4	17
Total		2.666	288	2.954

Sumber: Data referensi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Menurut tabel 1.2 Khususnya di Provinsi Jawa Barat sendiri, Kabupaten/Kota dengan jumlah sekolah terbanyak terdapat di Kabupaten Bogor yaitu dengan jumlah 363 Sekolah, terdiri dari 11 Sekolah Negeri dan 352 Sekolah Swasta. Di samping itu menurut Data referensi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (*referensi.data.kemdikbud.go.id*) di Kabupaten Bogor sendiri juga masih terdapat Sekolah jenjang SMA sebanyak 307 Sekolah yang terdiri dari 50 Sekolah Negeri dan 257 Sekolah Swasta.

Salah satu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang berada di kabupaten Bogor tepatnya di kecamatan Klapanunggal adalah SMK 1 Amal Mulia yang berlokasi di Jl. Amal Mulia No. 12 Kp. Narogong RT. 04/03 Desa Kembang Kuning Kecamatan Klapanunggal. SMK 1 Amal Mulia merupakan sekolah swasta yang berada dibawah Yayasan Pendidikan Amal Mulia yang didirikan pada tahun 2002 dengan bidang keahlian Bisnis dan Manajemen. Sejak Tahun 2019 telah terakreditasi “A” oleh BANSM.

SMK 1 Amal Mulia bertujuan untuk menyiapkan tenaga muda profesional, berdisiplin tinggi dan berakhlak mulia yang siap mengisi berbagai lapangan kerja di dunia industri maupun wirausaha. Sejalan dengan itu, penyusunan kurikulum maupun pelaksanaan pembelajaran senantiasa dikorelasikan dengan dunia industri.

Tabel 1.3 Jumlah Peserta Didik Jenjang SMK di Kabupaten Bogor, Tahun Pelajaran 2018 s/d 2020

Tahun Pelajaran	Jumlah Siswa	Persentase (%)
2018/2019	125.679	-
2019/2020	128.621	2,34
2020/2021	132.248	2,82

Sumber: dapu.kemdikbud.go.id, 2021

Menurut tabel 1.3 dapat dilihat bahwa perkembangan peserta didik jenjang SMK di Kabupaten Bogor pada tahun 2019 sampai dengan 2020 mengalami peningkatan sebesar 2,34% dan pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 2,82%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah peserta didik jenjang SMK di Kabupaten Bogor mengalami peningkatan, namun hal itu berbanding terbalik dengan jumlah peserta didik di SMK 1 Amal Mulia yang justru mengalami penurunan atau pengurangan jumlah siswa. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.4 Jumlah Peserta Didik Baru Tahun Pelajaran 2018 s/d 2020

PPDB SMK 1 Amal Mulia	Tahun Pelajaran		
	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Jumlah Pendaftar	176	129	116
Jumlah Siswa baru	135	105	95

Sumber: Pra Survey wawancara kepala Tata Usaha SMK 1 Amal Mulia

SMK swasta membutuhkan promosi untuk bisa bersaing dengan sekolah yang lain. Salah satu bahan untuk promosi adalah dengan mengetahui faktor pengambilan keputusan pelanggan atau konsumen (siswa, orang tua/masyarakat), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018) mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian dapat dibagi menjadi lima tahapan yaitu: mengenal kebutuhan (*Need Recognition*), Pencarian Informasi (*Information Search*), Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*), Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*) dan Perilaku Pasca Pembelian (*Postpurchase Behavior*).

Kotler dan Amstrong (2018) mendefinisikan tujuh unsur yang terdapat pada bauran pemasaran jasa yang dikenal dengan 7P, yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses).

Dari Jurnal Analisis Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Memilih Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) (Batara Ari Sona, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, 2018) menghasilkan kesimpulan bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan memilih jasa pendidikan SMA dan sederajat pada SMAN 3 Malang yaitu meliputi empat faktor yaitu produk, proses, bukti fisik, dan Orang. Faktor yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan memilih jasa pendidikan SMA dan sederajat pada SMAN 3 Malang adalah faktor produk, yang dibentuk oleh variabel orang memiliki image bagus terhadap SMAN 3 Malang, lengkapnya fasilitas penunjang yang disediakan sekolah, mempunyai banyak prestasi akademik, menyediakan berbagai macam kegiatan ekstrakurikuler yang dimiliki sekolah, informasi tentang sekolah yang mudah diperoleh, memberikan jaminan lulusan berkualitas.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui atribut-atribut penting yang digunakan siswa/siswi dalam memilih sekolah sehingga perlu dilakukan penelitian dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Sekolah (Studi Kasus SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal)**".

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah Jumlah siswa di Kabupaten Bogor meningkat, tetapi jumlah siswa SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal justru mengalami penurunan.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis faktor – faktor pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia?
2. Faktor – faktor apakah yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan sekolah. Sehingga dengan adanya penelitian ini dapat memberikan hal yang bermanfaat serta memberikan saran kepada pihak sekolah yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya permasalahan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis faktor – faktor pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.
2. Untuk mengetahui faktor – faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan manajemen penerimaan peserta didik baru di SMK 1 Amal Mulia yang terus berkembang sesuai dengan tuntutan masyarakat.
2. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian – penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan faktor – faktor pemilihan sekolah serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis
Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara menganalisis faktor – faktor pemilihan keputusan.
2. Bagi sekolah
Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program kerja serta menentukan metode yang tepat dalam melakukan penerimaan peserta didik baru.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan usaha untuk memindahkan barang/jasa dari tangan produsen ke konsumen sebagai pembeli, sehingga konsumen akan memperoleh layanan dan kepuasan karena kebutuhan dan keinginannya terpenuhi, yang hal ini dilakukan melalui proses pertukaran. Berikut pengertian pemasaran menurut beberapa ahli.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) menjabarkan pemasaran sebagai “*marketing as the process by which companies engage customers, build strong customer relationships in order to capture value from customers in return*”. Pengertian ini menjelaskan jika pemasaran merupakan suatu tahapan bagi perusahaan dalam menghasilkan nilai untuk konsumen serta menciptakan relasi yang erat dengan konsumen yang berguna untuk mengetahui nilai dari konsumen sebagai balasannya.

Menurut Sairo (2018) pemasaran (dalam Bahasa Inggris: *marketing*) adalah aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

Berdasarkan beberapa teori yang dikemukakan di atas, peneliti sampai pada pemahaman bahwa pemasaran merupakan suatu tahapan bagi perusahaan dalam menghasilkan nilai untuk konsumen serta menciptakan relasi yang erat dengan konsumen, dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

2.1.2 Fungsi Pemasaran

Adapun fungsi pemasaran yang dikemukakan menurut Sudaryono (2016) sebagai berikut:

1. Fungsi Pertukaran Dengan adanya pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen. Baik dengan menukar uang dengan produk maupun menukar produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali. Pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan suatu produk.
2. Fungsi Distribusi Fisik Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati konsumen yang membutuhkan dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.
3. Fungsi Perantara Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan risiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klarifikasi) produk.

2.1.3 Peran Pemasaran

Adapun peran pemasaran bagi masyarakat menurut Rasam dan Sari (2019) adalah sebagai berikut :

1. Peran pemasaran dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia
 - a. Setiap manusia selalu berusaha memenuhi semua kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk yang ada.
 - b. Pemenuhan kebutuhan tersebut dengan melihat manfaat dan kegunaannya.
 - c. Manfaat atau kegunaan dapat dilihat dari bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan.
 - d. Fungsi pemasaran juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan daya guna suatu barang, yang tadinya kurang berarti di suatu tempat dan akan menjadi tinggi nilainya di tempat lain.

- e. Dengan meningkatnya daya guna suatu barang, maka secara otomatis akan memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia terhadap produk/ barang tersebut.
 - f. Di era modern ini dengan semakin tingginya taraf hidup sosial suatu masyarakat maka semakin banyak tingkat pilihan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.
 - g. Pemasaran sangat dibutuhkan agar masyarakat dapat mengetahui dan mengenali berbagai macam produk sejenis dan tentunya dengan manfaatnya masing-masing.
2. Peranan pemasaran dalam mengalirkannya produk dari produsen ke konsumen
- a. Pada dasarnya kegiatan pemasaran menyangkut 2 hal, yaitu aliran fisik barang dan aliran kegiatan transaksi barang tersebut.
 - b. Aliran transaksi dimulai dari penjualan barang dari pabrik kepada pedagang besar, kemudian dari pedagang besar dijual kepada agen, dari agen dijual kembali kepada toko-toko di pasar dan akhirnya kepada konsumen.
 - c. Dari kegiatan tersebut banyak pihak yang berperan, yaitu sektor transportasi, jasa sewa gudang dan pihak perbankan maupun asuransi.

2.2 Pemasaran Jasa

2.2.1 Definisi Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa atau dalam bahasa Inggris disebut *service marketing* muncul dan berkembang sebagai sub-disiplin tersendiri dalam ilmu pemasaran. Pemasaran jasa memiliki sejumlah perbedaan dengan pemasaran barang, maka dari itu pengertian pemasaran jasa perlu didukung dengan pengertian mengenai jasa itu sendiri.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019) Pemasaran Jasa dibedakan menjadi dua bagian baik secara sosial maupun manajerial, pemasaran jasa adalah proses sosial individu dan kelompok yang mereka butuhkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dari pihak lain. Secara manajerial adalah proses

perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, dan penyaluran gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi.

Menurut Tjiptono (2019), pemasaran jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walaupun demikian, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Maksudnya ada produk jasa murni (seperti *child care*, konsultasi psikologi, dan konsultasi manajemen) ada pula jasa yang membutuhkan produk fisik sebagai persyaratan utama (misalnya kapal untuk angkutan laut, pesawat dalam jasa penerbangan, dan makanan di restoran).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan pemasaran jasa merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Jasa pendidikan sangat diperlukan sebagai upaya sekolah dalam menentukan strategi yang digunakan untuk pemasaran pendidikan sekolah. Namun terlebih dahulu perlu diketahui mengenai karakteristik jasa pendidikan. Seperti yang dikatakan Fatihudin dan Firmansyah (2019) bahwa jasa mempunyai karakteristik utama. yang membedakannya dengan barang, jika dibandingkan pada jasa pendidikan, maka penjabarannya yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa bersifat *intangibile*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Untuk mengurangi ketidakpastian pelanggan jasa akan mengambil kesimpulan mengenai mutu jasa tersebut melalui tampilan fisik, seperti tempat, orang, peralatan, alat, komunikasi, simbol-simbol dan harga.

Dalam dunia pendidikan, jasa yang dimaksud adalah pelayanan yang diberikan oleh sekolah kepada setiap pelanggan, seperti pelayanan

guru di kelas, pelayanan perpustakaan, pelayanan kepala sekolah dan lainnya. Jika pengguna jasa pendidikan yaitu masyarakat belum merasakan pelayanan sekolah maka masyarakat tidak bisa menilai baik atau buruknya jasa pelayanan yang di berikan oleh sekolah.

2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Jasa bersifat *inseparability* artinya jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Dalam hubungan penyedia layanan jasa dan pelanggan ini, efektifitas individu yang menyampaikan jasa (*contact-personnel*) merupakan unsur penting.

Jasa atau pelayanan sekolah sangat berkaitan erat dengan *outcome* yang dihasilkan. Antara pemberi pelayanan yaitu sekolah dan pengguna pelayanan (pelanggan) tidak dapat dipisahkan karena keduanya saling berkaitan agar dapat menghasilkan *outcome* yang berkualitas. Untuk itu diperlukan adanya kerjasama saling mendukung dari keduanya

3. Keanekaragaman (*variability/Inconsistency*)

Jasa bersifat *variability* karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi atau dihasilkan. Para pembeli dan pemakai jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih. Kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita keinginan dari mereka, tetapi apa yang sesungguhnya mereka inginkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan.

Dalam hal ini sekolah memberikan pelayanan yang berbeda bedaseperti pelayanan tenaga pendidik dan kependidikan, pelayanan perpustakaan, pelayanan sarana prasarana, dan lainnya.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Untuk karakteristik ini menjelaskan bahwa jasa tidak dapat disimpan dan juga tidak tahan lama. Ini tidak akan menjadi masalah

apabila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan permintaan tersebut sebelumnya. Apabila terjadi permintaan yang berfluktuasi, ini akan menyebabkan masalah yang akan berkaitan dengan kapasitas menganggur dan pelanggan tidak akan terlayani dengan baik. Ini akan menimbulkan risiko pelanggan akan merasa kecewa dan kemungkinan terburuknya adalah mereka akan beralih kepada penyedia jasa lainnya.

Jasa pendidikan berbeda dengan jasa pada umumnya, jasa pendidikan merupakan pelayanan yang diberikan sekolah kepada setiap pelanggan. Pelanggan dapat menilai pelayanan sekolah ketika sudah merasakan pelayanan yang di berikan oleh lembaga tersebut. Pelayanan sekolah memiliki berbagai macam seperti, pelayanan tenaga pendidik dan kependidikan dan pelayanan perpustakaan. Pelayanan sekolah merupakan salah satu kekuatan sekolah yang dapat dipasarkan atau ditawarkan kepada masyarakat. Maka dari itu, jika sekolah ingin menarik perhatian masyarakat maka terlebih dahulu harus dapat menawarkan pelayanan sekolah yang bermutu.

2.3 Bauran Pemasaran

Dalam pemasaran jasa pendidikan, Bauran pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan pasar, oleh karena itu bauran pemasaran bisa dikatakan sebagai suatu perangkat yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan.

Menurut Kotler & Amstrong (2018) bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktif terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tingkat permintaan terhadap produknya.

Kotler dan Amstrong (2018) mendefinisikan empat unsur yang terdapat pada bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P, yaitu :

1. *Product* (produk)

Menurut Kotler dan Amstrong (2018), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, perolehan, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Karakteristik produk atau layanan bergantung pada kemampuan produk atau layanan untuk mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan memuaskan pelanggan atau tidak.

Dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya.

2. *Price* (harga)

Menurut Kotler dan Amstrong (2018) harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk alat pertukaran dengan sebuah produk atau layanan. Keseluruhan harga adalah sejumlah nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk mendapatkan sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan barang atau layanan itu. Harga seringkali diperhatikan oleh pelanggan saat melakukan pembelian, karena sebagian pelanggan mengidentifikasi harga dengan sebuah nilai.

Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga SPP, investasi bangunan, laboratorium dan lain-lain. Kebanyakan masyarakat cenderung menentukan pilihan pada sekolah dengan harga standar namun kualitas dapat bersaing dengan sekolah lainnya dengan harga mahal. Namun tidak menutup kemungkinan, bagi masyarakat high class, lebih memilih sekolah dengan harga mahal karena biasanya sekolah harga mahal menawarkan pelayanan yang berkualitas.

3. *Place* (lokasi)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) *place* adalah kegiatan perusahaan untuk memilih, mengelola dan membuat produk untuk menyalurkan produk atau layanan dan melayani pasar sasaran.

Dalam konteks jasa pendidikan lokasi adalah tempat dimana sekolah berada. Lokasi sekolah sedikit banyak menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri. Lokasi sekolah yang berada di tengah keramaian akan mengganggu sistem belajar mengajar karena terganggu kebisingan terkecuali tata ruang setiap kelas difasilitasi ruang kedap suara sehingga siswa maupun guru merasa nyaman melakukan kegiatan belajar mengajar tanpa kebisingan.

4. *Promotion* (promosi)

Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan suatu produk atau layanan dan membujuk pelanggan sasaran untuk mau membelinya. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan cara *advertising* melalui media TV, radio, surat kabar, buletin, dan lain-lain.

Promosi dalam konteks jasa pendidikan dapat dilakukan melalui pameran pendidikan, bazar pendidikan dan investasi, melakukan kontak langsung dengan siswa dan juga melakukan kegiatan hubungan dengan masyarakat. Kegiatan promosi merupakan inti dari pemasaran. Berbicara promosi berarti berbicara mengenai pemasaran. Tidak semua sekolah melakukan kegiatan promosi ini karena biasanya kegiatan promosi hanya dilakukan oleh sekolah swasta. Sekolah negeri tidak menggunakan promosi untuk memasarkan sekolah mereka.

Dalam pemasaran jasa ada elemen-elemen lain yang bisa dikontrol dan dikoordinasikan untuk keperluan komunikasi dan memuaskan konsumen jasa, elemen tersebut adalah 3P, sehingga bauran pemasarannya menjadi 7P, yaitu:

1. *People* (orang)

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019) orang sangat berperan dalam perusahaan jasa karena terlibat langsung dalam menyampaikan produk ke pelanggan. Bagaimanapun kemajuan teknologi, fungsi orang sebagai bagian dari pelayanan tidak dapat digantikan.

Dalam konteks jasa pendidikan Elemen dari orang adalah karyawan (staff dan guru) di sekolah, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa. Perilaku orang-orang yang terlibat langsung ini sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa ditawarkan dan image perusahaan yang bersangkutan. Melalui pelayanan yang baik, cepat, ramah, teliti dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nama baik perusahaan. Faktor lain yang mempengaruhi adalah hubungan yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada nasabah lain, tentang kualitas jasa yang pernah didapatnya dari perusahaan

2. *Physical evidence* (Fasilitas Fisik)

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019) penampilan fisik suatu perusahaan sangat berpengaruh sekali terhadap nasabah untuk membeli atau menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Fasilitas Fisik merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam jasa pendidikan unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan *service* yang di berikan.

3. *Process* (Proses)

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019) proses menyangkut kegiatan menggerakkan aktivitas perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk itu, semua aktivitas kerja adalah proses yang melibatkan prosedur, jadwal, tugas mekanisme, aktivitas, dan rutinitas. Unsur proses yang dipahami pelanggan dan sesuai dengan yang dijanjikan akan turut menentukan kepuasan pelanggan.

Proses dalam jasa pendidikan merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri. Seluruh aktivitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas, mekanisme-mekanisme, aktivitas-aktivitas dan rutinitas-rutinitas dengan apa produk (barang atau jasa) disalurkan ke pelanggan. Pentingnya elemen proses ini khususnya dalam bisnis jasa disebabkan oleh persediaan jasa yang tidak dapat disimpan.

Dari ketujuh alat-alat pemasaran di atas mencerminkan penjual terhadap alat pemasar yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Dari sudut pandang pemasar, setiap alat pemasaran dirancang untuk memberikan manfaat kepada pelanggan. Jadi, perusahaan pemenang adalah perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen/pelanggan secara ekonomis, mudah dan dengan komunikasi yang efektif.

2.4 Perilaku Konsumen

2.4.1 Definisi Perilaku Konsumen

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Dengan adanya perilaku konsumen yaitu keinginan dan kebutuhan untuk membeli produk atau jasa tertentu, maka akan terciptanya keputusan konsumen untuk membeli. Mengenai perilaku seorang konsumen sangatlah tidak mudah, sehingga sangat penting bagi pemasar untuk mempelajari persepsi, preferensi dan perilakunya dalam berbelanja. Perilaku konsumen merupakan aktivitas langsung atau terlibat dalam memperoleh dan menggunakan barang-barang ataupun jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Pandangan dari perilaku konsumen ini lebih luas dari pada pandangan tradisional, yang lebih berfokus secara sempit pada pembeli. Mempelajari perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui dan memahami berbagai aspek yang ada pada konsumen.

Definisi perilaku konsumen menurut pendapat Harman Malau (2017) yang mengatakan bahwa “Perilaku konsumen merupakan tingkah

laku tentang individu, kelompok atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, megamankan, dan menggunakan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk kepuasan”.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018) menyatakan bahwa “*consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumer individuals and houseoulds who buy good and service for personal consumption*”. Yang berarti perilaku pembelian konsumen berpedoman pada perilaku pembelian akhir konsumen, baik perseorangan ataupun rumah tangga yang berbelanja produk untuk kepentingan pribadi.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa peneliti sampai pada pemahaman yakni perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam pengambilan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian barang atau jasa yang diharapkan.

2.4.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Terdapat 4 (empat) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk/jasa. Faktor-faktor ini memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap konsumen dalam memilih produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler dan Amstrong (2018) adalah sebagai berikut:

1. *Cultural Factor* (Faktor Budaya)

a. *Culture* (Budaya)

Kelas budaya, sub budaya, dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Budaya adalah penyebab mendasar keinginan dan perilaku seseorang. Setiap budaya terdiri dari beberapa sub budaya (*subculture*) yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka.

b. *Subculture* (Sub-budaya)

Sekelompok orang dengan sistem nilai bersama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan umum. Setiap budaya

mengandung subkultur yang lebih kecil, atau sekelompok orang dengan sistem nilai bersama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan umum. Subkultur termasuk kebangsaan, agama kelompok rasial, dan wilayah geografis. Banyak subkultur membentuk segmen pasar yang penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

c. *Social Classes* (Kelas Sosial)

Pembagian yang relatif permanen dan teratur dalam masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya. Dalam beberapa sistem sosial, anggota kelas yang berbeda dibesarkan untuk peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka.

2. *Social Factor* (Faktor Sosial) Faktor sosial yang memengaruhi perilaku pembelian, seperti:

b. *Reference Group* (Kelompok Referensi)

Kelompok referensi (*reference group*) seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.

c. *Family* (Keluarga)

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu: keluarga orientasi (*family of orientation*) terdiri dari orang tua dan saudara kandung, keluarga prokreasi (*family of procreation*) yaitu pasangan dan anak-anak.

d. *Roles and Status* (Peran Sosial dan Status)

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok, keluarga, klub, dan organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dalam membantu mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat

mendefinisikan posisi seseorang dalam tiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status.

3. *Personal Factor* (Faktor Pribadi)

Ketika keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.

4. *Psychological Factor* (Faktor Psikologis)

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan perilaku.

2.5 Keputusan Pembelian

2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian

Menurut Nugroho J Setiadi (2019) keputusan pembelian merupakan proses yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Pada intinya, pemasar sering mengacu pada pilihan antara objek (produk, merek, atau toko), walaupun sebenarnya pemasar memilih diantara perilaku alternatif yang berkaitan dengan objek tersebut.

Menurut Sudaryono (2016) keputusan pembelian akan dilakukan dengan menggunakan kaidah menyeimbangkan sisi positif dan negatif suatu merek ataupun mencari solusi terbaik dari perspektif konsumen yang setelah dikonsumsi akan dievaluasi kembali.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu pandangan konsumen terhadap merek yang mereka pilih atau sukai melalui berbagai evaluasi terhadap beberapa alternatif yang diberikan untuk memutuskan dalam proses pembelian suatu produk/jasa.

2.5.2 Tipe – tipe Keputusan Pembelian

Tipe perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tentu berbeda-beda. Menurut Kotler dan Amstrong (2018) menyatakan bahwa terdapat 4 (empat) tipe perilaku pembelian. Dalam keputusan pembelian untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.1 terdapat

gambar tipe-tipe keputusan pembelian:

Tabel 2.1 Tipe-tipe Keputusan Pembelian

	<i>High Involvement</i>	<i>Low Involvement</i>
<i>Significant Differences Between Brands</i>	<i>Complex Buying Behavior</i>	<i>Variety-Seeking Buying Behavior</i>
<i>Few Differences Between</i>	<i>Dissonance-Reducing Buying Behavior</i>	<i>Habitual Buying Behavior</i>

Sumber: Kotler & Amstrong (2018)

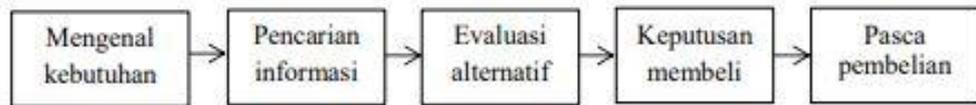
Penjelasan dari keempat tipe pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2018) yaitu sebagai berikut :

1. Perilaku pembelian yang kompleks (*Complex Buying Behavior*). Dimana konsumen terlibat dalam perilaku pembelian yang rumit disaat dimana mereka sangat terlibat dalam sebuah pembelian dan menyadari adanya yang signifikan diantara berbagai objek.
2. Perilaku konsumen yang mengurangi ketidakefisienan (*Dissonance-Reducing Buying Behavior*). Konsumen mengalami keterlibatan tinggi akan tetapi melihat sedikit perbedaan diantara merek-merek. Keterlibatan yang tinggi didasari oleh fakta bahwa pembelian tersebut mahal, jarang dibeli dan berisiko.
3. Perilaku pembelian yang mencari keragaman (*Variety-Seeking Buying Behavior*). Beberapa situasi pembelian ditandai oleh keterlibatan konsumen yang rendah namun perbedaan merek yang signifikan. Dalam situasi ini, konsumen sering melakukan perpindahan merek.
4. Perilaku pembelian yang karena kebiasaan (*Habitual Buying Behavior*). Keterlibatan konsumen rendah sekali dalam proses pembelian karena tidak ada perbedaan nyata diantara berbagai merek. Harga barang relatif rendah.

2.5.3 Tahap – tahap Keputusan Pembelian

Proses pembelian sudah dimulai jauh sebelum tindakan pembelian dan akan berlanjut. Para pemasar harus fokus pada seluruh proses pembelian secara keseluruhan, bukan hanya berfokus pada keputusan membeli saja. Pembeli akan melewati lima tahap ini untuk setiap pembelian, tetapi semakin sering pembeliannya, pembeli akan melewati

atau membalik beberapa tahap ini. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) ada lima tahap proses pembelian konsumen, yaitu sebagai berikut:



Sumber: Kotler dan Armstrong (2018)

Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa tahap-tahap yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan membeli melewati lima tahap, yaitu:

1. Butuh Pengenalan/Pengakuan (*Need Recognition*)

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan, maksudnya adalah pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang, misalnya lapar atau haus naik ke tingkat yang cukup tinggi untuk menjadi dorongan. Kebutuhan juga dapat dipicu oleh rangsangan eksternal. Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui jenis kebutuhan atau masalah apa yang muncul, apa yang menyebabkannya, dan bagaimana mereka mengarahkan konsumen ke produk tertentu ini.

2. Pencarian Informasi (*Information Search*)

Tahap pencarian informasi adalah tahap dimana konsumen termotivasi untuk cari informasi lebih lanjut. Jika dorongan konsumen kuat dan produk yang memuaskan sudah dekat, kemungkinan akan membelinya nanti. Jika tidak, konsumen dapat menyimpan kebutuhan dalam memori atau melakukan pencarian informasi terkait dengan kebutuhannya. Konsumen dapat memperoleh informasi dari beberapa sumber. Adapun beberapa jenis sumber yang dapat diperoleh, yaitu:

- a. Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, kenalan).
- b. Sumber komersial (periklanan, tenaga penjualan, situs *webdealer* dan situs *mobile*, pengemasan, pajangan).
- c. Sumber publik (media massa, organisasi penilaian konsumen, media sosial, pencarian *online* dan ulasan sejawat).

d. Sumber pengalaman (memeriksa dan menggunakan produk).

Semakin banyak informasi diperoleh, kesadaran dan pengetahuan konsumen tentang merek dan fitur yang tersedia meningkat.

3. Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)

Setelah konsumen menggunakan informasi untuk sampai pada serangkaian pilihan merek akhir, selanjutnya adalah tahap evaluasi alternatif yaitu, bagaimana konsumen memproses informasi untuk memilih diantara merek – merek alternatif. Konsumen mengevaluasi pembelian alternatif tergantung pada diri konsumen tersebut dan situasi pembelian tertentu. Dalam beberapa kasus, konsumen menggunakan perhitungan yang cermat dan pemikiran logis. Di sisi lain, konsumen yang sama melakukan sedikit atau tidak sama sekali mengevaluasi. Sebaliknya, mereka membeli berdasarkan dorongan hati dan mengandalkan intuisi.

4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, maksudnya adalah konsumen membeli suatu produk berdasarkan merek yang paling mereka sukai. Ada dua faktor yang akan muncul dalam pembelian suatu produk yaitu antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap responden lain, faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak terduga. Konsumen dapat membentuk niat beli berdasarkan faktor – faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Namun, kejadian tak terduga dapat mengubah niat pembelian.

5. Perilaku Pasca Pembelian (*Postpurchase Behavior*)

Tahap perilaku pasca pembelian adalah tahap dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka yang terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan persepsi kinerja produk. Jika produk kurang dari harapan, konsumen kecewa; jika memenuhi harapan, konsumen puas; dan jika melebihi harapan, konsumen senang. Semakin

besar kesenjangan negatif antara harapan dan kinerja, semakin besar ketidakpuasan konsumen.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan beberapa referensi penelitian terdahulu sebagai referensi. Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan yang berhubungan dengan penelitian ini dan yang menjadi fokus penelitian ini diantaranya penelitian yang dilakukan oleh:

- a. Karina Rakhmadia dan Finisica Dwijayati Patrikha, S.Pd., M.Pd (2017) “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama di Surabaya”. Variabel yang diteliti yaitu Keputusan memilih lembaga bimbel, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Faktor Demografi dan Faktor Bauran Pemasaran. Analisis data yang digunakan yaitu analisis faktor. Dari hasil pengujian yang dilakukan bahwa dua kelompok faktor yang mempengaruhi orang tua dalam pengambilan keputusan memilih LBB Primagama Surabaya yaitu: faktor harga dan faktor citra lembaga. Faktor yang mempunyai hubungan paling kuat yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih LBB Primagama yaitu faktor harga.
- b. Zeshasina Rosha, dkk (2017) “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Islam Al-Azhar 32 Padang”. Variabel yang diteliti yaitu keputusan pemilihan sekolah. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi. Dari hasil pengujian yang dilakukan bahwa Faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi orang tua dalam pengambilan keputusan memilih SDIA 32 Padang adalah kualitas pengajaran, agama, citra sekolah, dan biaya sekolah. Faktor-faktor lain seperti kualitas guru, lokasi sekolah, fasilitas sekolah, lingkungan sekolah, dan keamanan sekolah tidak berpengaruh signifikan.
- c. Anggraini Puspitasari dan Finisica Dwijayati Patrikha (2018) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Universitas Pada Siswa Kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya”. Variabel yang diteliti yaitu keputusan pemilihan. Analisis data yang digunakan yaitu analisis faktor. Dari hasil pengujian yang dilakukan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan

pemilihan Universitas pada siswa kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya yaitu kelompok referensi, citra lembaga, motivasi, keluarga, lokasi, dan harga. Faktor yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah kelompok referensi, citra lembaga, motivasi, keluarga, lokasi, dan harga.

- d. Batara Ari Sona (2018) “Analisis Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Memilih Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA)”. Variabel yang diteliti yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses. Analisis data yang digunakan yaitu analisis faktor. Dari hasil pengujian yang dilakukan bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan memilih jasa pendidikan SMA dan sederajat pada SMAN 3 Malang yaitu meliputi empat faktor yaitu produk, proses, bukti fisik, dan Orang. Faktor yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan memilih jasa pendidikan SMA dan sederajat pada SMAN 3 Malang adalah faktor produk, yang dibentuk oleh variabel orang memiliki image bagus terhadap SMAN 3 Malang, lengkapnya fasilitas penunjang yang disediakan sekolah, mempunyai banyak prestasi akademik, menyediakan berbagai macam kegiatan ekstrakurikuler yang dimiliki sekolah, informasi tentang sekolah yang mudah diperoleh, memberikan jaminan lulusan berkualitas.
- e. Indah Dwi Prasetyaningrum dan Etni Marlina (2020), “Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada Universitas Muria Kudus)”. Variabel yang diteliti yaitu keputusan pemilihan PTS. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi. Dari hasil pengujian yang dilakukan bahwa, faktor kualitas dan fasilitas universitas serta faktor pemasaran/komunikasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Sedangkan faktor lainnya (karakteristik universitas dan faktor eksternal) berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Karina Rakhmadia dan	Keputusan memilih	Kelompok Acuan,	Analisis Faktor	Dua kelompok faktor yang

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Finisica Dwijayati Patrikha, S.Pd.,M.Pd (2017) “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama di Surabaya”	lembaga bimbel (Y), Faktor Sosial (X1), Faktor Psikologis (X2), Faktor Demografi (X3) dan Faktor Bauran Pemasaran (X4)	Keluarga, Motivasi, Persepsi, Pekerjaan, Pendapatan, Gaya Hidup, Harga, Promosi, Lokasi, Dan Citra Lembaga		mempengaruhi orang tua dalam pengambilan keputusan memilih LBB Primagama Surabaya yaitu: faktor harga dan faktor citra lembaga. Faktor yang mempunyai hubungan paling kuat yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih LBB Primagama yaitu faktor harga.
2	Zeshasina Rosha, dkk (2017) “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Islam Al-Azhar 32 Padang”	Keputusan pemilihan (Y)	Kualitas pengajaran, kualitas guru, lokasi sekolah, agama, fasilitas sekolah, citra sekolah, biaya sekolah, lingkungan sekolah, keamanan sekolah	Analisis Regresi	Faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi orang tua dalam pengambilan keputusan memilih SDIA 32 Padang adalah kualitas pengajaran, agama, citra sekolah, dan biaya sekolah. Faktor-faktor lain seperti kualitas guru, lokasi sekolah, fasilitas sekolah, lingkungan sekolah, dan keamanan sekolah tidak berpengaruh signifikan.
3	Anggraini Puspitasari dan Finisica Dwijayati Patrikha (2018) “Analisis Faktor-Faktor Yang	Keputusan pemilihan (Y)	Kelompok referensi, keluarga, motivasi, lokasi, harga, citra lembaga	Analisis Faktor	Faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan Universitas pada siswa kelas XII SMA Negeri 22

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Universitas Pada Siswa Kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya”				Surabaya yaitu kelompok referensi, citra lembaga, motivasi, keluarga, lokasi, dan harga. Faktor yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah kelompok referensi, citra lembaga, motivasi, keluarga, lokasi, dan harga.
4	Batara Ari Sona (2018) “Analisis Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Memilih Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Atas (Sma)”	Keputusan memilih jasa pendidikan, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Bukti Fisik, Dan Proses	Orang memiliki image bagus terhadap SMAN 3 Malang, Saran dari orang tua untuk memilih sekolah tersebut, Pengaruh teman untuk memilih sekolah tersebut, Saran saudara untuk memilih sekolah tersebut, Memiliki tenaga pengajar yang berkualitas, Memiliki karyawan yang berkualitas, Menyediakan	Analisis Faktor	Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan memilih jasa pendidikan SMA dan sederajat pada SMAN 3 Malang yaitu meliputi empat faktor yaitu produk, proses, bukti fisik, dan Orang. Faktor yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan memilih jasa pendidikan SMA dan sederajat pada SMAN 3 Malang adalah faktor produk, yang dibentuk oleh variabel orang memiliki image bagus terhadap SMAN 3 Malang, lengkapnya fasilitas penunjang yang disediakan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			<p>program layanan pendidikan unggulan, Memiliki metode pembelajaran yang menarik, Mempunyai lokasi yang strategis, Lingkungan sekolah dan sekitar sekolah yang kondusif, Memiliki desain gedung sekolah yang unik dan rapi, Lengkapnya peralatan penunjang yang disediakan sekolah, Lengkapnya fasilitas penunjang yang disediakan sekolah, Menyediakan berbagai macam kegiatan ekstrakurikuler yang dimiliki sekolah, Informasi tentang sekolah yang mudah diperoleh, Memberikan</p>		<p>sekolah, mempunyai banyak prestasi akademik, menyediakan berbagai macam kegiatan ekstrakurikuler yang dimiliki sekolah, informasi tentang sekolah yang mudah diperoleh, memberikan jaminan lulusan berkualitas.</p>

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			jaminan lulusan berkualitas, Mempunyai peraturan dan kebijakan sekolah yang tertata, Mempunyai banyak prestasi akademik, Mempunyai banyak prestasi non akademik, Mampu menjalin kerjasama dengan pihak luar sekolah.		
5	Indah Dwi Prasetyaningrum dan Etni Marlina (2020) "Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada Universitas Muria Kudus)"	Keputusan pemilihan PTS (Y)	Faktor karakteristik universitas (x1), kualitas dan fasilitas universitas (x2), faktor eksternal (x3), faktor pemasaran/komunikasi (x4).	Analisis regresi	Bahwa, faktor kualitas dan fasilitas universitas serta faktor pemasaran/komunikasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Sedangkan faktor lainnya (karakteristik universitas dan faktor eksternal) berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas.

2.7 Kerangka Penelitian

Pemasaran dalam pendidikan merupakan langkah pembaharuan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti ketatnya persaingan untuk memperoleh *customer* (pelanggan). Bagi lembaga pendidikan yang telah memiliki image yang bagus di masyarakat, implementasi pemasaran pendidikan hanya membutuhkan *planning* yang lebih menyempurnakan keberadaan sekolah tersebut dengan melakukan strategi pemasaran yang lebih baik dengan menggunakan bauran promosi.

Pemasaran jasa pendidikan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain yang sifatnya tidak berwujud. Penggunaan strategi yang tepat maka akan mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap jasa sekolah yang bersangkutan, sebaliknya jika penggunaan strategi yang tidak tepat maka tidak akan meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah tersebut

Dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan dibutuhkan faktor-faktor dalam bauran pemasaran yang terdiri atas empat alat pemasaran jasa pendidikan, yang juga dikenal dengan istilah 7P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses).

Produk yang terdiri atas mutu pendidikan, reputasi sekolah, termasuk di dalamnya prospek lulusan merupakan faktor penting dalam pertimbangan orang tua murid sebagai konsumen dalam memilih sekolah.

Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya pendidikan yang terdiri atas semua biaya yang harus dibayarkan orang tua murid sebagai konsumen untuk memasukkan putra/putrinya pada sekolah yang dipilih. Faktor biaya inilah yang menjadi pertimbangan utama orang tua sebagai dasar memilih sekolah untuk putra/putrinya.

Tempat atau lokasi dimana sekolah berada merupakan salah satu faktor penting dalam pertimbangan orang tua memilih sekolah untuk putra/putrinya. Setiap orang tua mempunyai pertimbangan masing-masing dalam memilih lokasi tempat putra/putrinya bersekolah. Hal ini biasanya disesuaikan dengan kebutuhan dan kepentingan masing-masing orang tua murid.

Promosi yang dilakukan pemasar bertujuan untuk menyampaikan informasi manfaat produk/jasa kepada konsumen dan diharapkan muncul ketertarikan konsumen untuk membeli produk/jasa tersebut. Kegiatan promosi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi dari tujuan, aktivitas, dan penawaran program pendidikan kepada pelanggan jasa pendidikan itu sendiri agar dapat tertarik kemudian memilih sekolah tersebut.

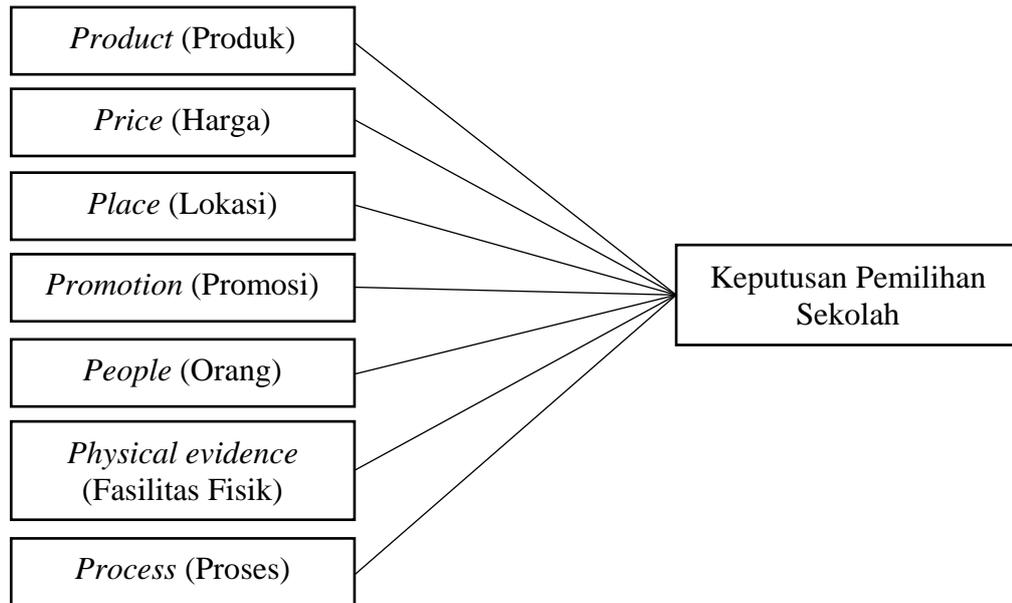
Orang adalah semua orang atau perilaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen, seperti para personel penyedia jasa, pelanggan dan para pelanggan lain yang terkait dengan jasa tersebut. Sumber daya manusia dalam jasa pendidikan, dikelompokkan menjadi 3 yaitu administrator, guru dan karyawan.

Fasilitas fisik atau sarana dan prasarana merupakan suatu lingkungan dimana siswa dapat berinteraksi dan terdapat komponen *tangible* (berwujud) yang mendukung kinerja atau komunikasi dari jasa pendidikan, seperti gaya bangunan, fasilitas penunjang (kelengkapan sarana pendidikan, peribadatan, olahraga dan keamanan).

Proses atau manajemen layanan merupakan suatu prosedur, mekanisme dan serangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen. Proses ini sangat berkaitan dengan sumber daya manusia yang akan menyampaikan jasa kepada konsumen. Proses atau manajemen layanan merupakan serangkaian kegiatan yang dialami siswa selama dalam pendidikan seperti proses belajar mengajar, ujian dan lainnya

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan sekolah didukung oleh penelitian Batara Ari Sona (2018), yang berjudul Analisis Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Memilih Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA), dimana indikator yang digunakan sama, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian penelitiannya.

Berdasarkan kerangka penelitian diatas peneliti menggambarkan konstelasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.2 Konstelasi Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif (*eksploratif*) dengan metode penelitian studi kasus. Menurut Sugiyono (2016), metode studi kasus adalah dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktivitas dan peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan. Teknik penelitian yang digunakan adalah statistik kualitatif, yaitu statistik yang digunakan untuk menggali dan mencari makna yang terkandung dalam antar variabel penelitian.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan sekolah, dengan dimensi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses).

Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan adalah siswa SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal Kabupaten Bogor.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah pada SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal Kabupaten Bogor yang berlokasi di Jl. Amal Mulia No. 12 Desa Kembang Kuning Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif yang merupakan data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui pengumpulan dokumen, wawancara dan kuesioner dari SMK 1 Amal Mulia.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Keputusan pemilihan sekolah	1. <i>Product</i> (Produk)	Reputasi sekolah	Ordinal
		Prospek lulusan	
		Mutu pendidikan	
	2. <i>Price</i> (Harga)	Biaya registrasi awal	Ordinal
		Biaya operasional pendidikan	
		Daya saing harga	
	3. <i>Place</i> (Lokasi)	Lokasi sekolah	Ordinal
		Kondisi lingkungan sekolah	
	4. <i>Promotion</i> (Promosi)	Promosi melalui media sosial	Ordinal
		Pemasaran langsung	
	5. <i>People</i> (Orang)	Kualitas tenaga pengajar	Ordinal
		Pelayanan karyawan	Ordinal
	6. <i>Physical Evidence</i> (Fasilitas Fisik)	Peralatan penunjang lengkap	Ordinal
		Fasilitas penunjang lengkap	Ordinal
Kondisi bangunan sekolah			
7. <i>Process</i> (Proses)	Kegiatan ekstrakurikuler lengkap	Ordinal	
	Peraturan dan kebijakan sekolah tertata	Ordinal	

Sumber : Kotler dan Amstrong (2018)

3.5 Metode Penarikan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, benda atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa/i SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal Kabupaten Bogor Tahun Pelajaran 2020-2021.

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi yang akan diteliti. Untuk menentukan jumlah sampel (n) dengan jumlah populasi (N) dapat diketahui secara pasti, dapat menghitung menggunakan Rumus Slovin dengan informasi yang diperlukan adalah jumlah populasi (N) dan tingkat kesalahan ($e = \text{error}$) 10% dalam penentuan sampel (n).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan (error = 10%)

Dari rumus Slovin diatas maka didapatkan hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{335}{1 + 335(0,1)^2} = \frac{335}{4,35} = 77,01$$

Dari rumus tersebut maka didapatkan jumlah sampel sebesar 77,01. Karena jumlah kelas untuk semua angkatan adalah 9 kelas, untuk memudahkan pengambilan sample maka dibulatkan menjadi 81 responden.

Metode Penarikan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, yaitu merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan menggunakan teknik *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah :

3.6.1 Primer

Metode pengumpulan data untuk data primer dilakukan dengan cara:

1. Wawancara, yaitu penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu para siswa yang terpilih sebagai responden.
2. Kuesioner, yaitu sekumpulan pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden tetapi yang hanya menyangkut masalah – masalah yang berkaitan dengan penelitian. Pertanyaan yang diajukan dan harus dijawab oleh responden yang terdiri dari:
 - a. Pertanyaan umum, yaitu berupa pertanyaan mengenai hal – hal yang bersifat umum, dalam hal ini identitas responden.

- b. Pertanyaan khusus, yaitu mengenai hal – hal yang bersifat khusus yang ingin diketahui dari responden tentang faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan siswa dalam pemilihan sekolah.
3. Observasi, yaitu peneliti melihat langsung keadaan di tempat penelitian (SMK 1 Amal Mulia)

3.6.2 Sekunder

Metode pengumpulan data untuk data sekunder dilakukan dengan cara:

1. Manual seperti memfotokopi buku, literatur, media massa cetak, laporan dari perusahaan/instansi/organisasi yang diteliti.
2. Dan atau mengumpulkan data dengan mengunduh (men-*download*) *ebook*, media massa *online* internet berupa data dari *website* instansi yang diteliti, datadari BEI, BPS, atau instansi lain penyedia data, data dalam *statistic software*, dan lain-lain yang diperoleh dengan membeli atau mendownload secara gratis.

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

Menganalisis data merupakan proses lanjut setelah dilakukannya pengumpulan data. Menganalisis data ditujukan agar data yang telah dikumpulkan dapat lebih berarti serta dapat memberikan informasi. Adanya analisis terhadap data ini memberikan berbagai jawaban atas perumusan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini.

Setelah melakukan observasi dan kuesioner maka di lakukan uji validitas dan reliabilitas :

3.7.1 Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah alat uji yaitu kuesioner. Validitas mengukur ketepatan pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Penelitian menggunakan program SPSS 22 taraf signifikan yang digunakan sebesar 5%. Pengambilan keputusannya adalah jika r hitung $>$ r tabel maka butir pertanyaan valid. Sedangkan, jika r hitung $<$ r tabel maka item dari pertanyaan pada kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan butir pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji ini menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Dalam hal ini uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS 22 dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*, jika nilai pada hasil reliabilitas $> 0,60$ maka reliabilitas pernyataan dapat diterima, sebaliknya apabila nilai pada hasil reliabilitas $< 0,60$ maka hasil tersebut tidak reliabilitas atau tidak diterima.

3.7.3 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai masalah situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Variabel penelitian ini yaitu faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan sekolah. Lalu selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan.

Adapun skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat atau persepsi seseorang atau kelompok dalam mengisi kuesioner maka peneliti menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* dimana responden menyatakan mengenai perilaku, objek, orang atau kejadian. Biasanya skala diajukan terdiri atas 5 atau 7 titik.

Tabel 3.2 Keterangan Skala Likert

Keterangan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Setelah itu Semua hasil data yang diperoleh akan dikelompokan berdasarkan jawaban yang sama kemudian hasil akan disajikan dan dicari total tanggapan responden dengan rumus :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{\text{skor total tanggapan responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100$$

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{rentang}}{\text{banyaknya kelas}}$$

Dimana :

Rentang = % tertinggi - % terendah

Kelas = 5, sesuai dengan jawaban pernyataan yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan rumus di atas maka panjang kelas interval adalah :

$$\text{Interval} = \frac{100 - 0}{5} = \frac{100}{5} = 20$$

Tabel 3.3 Skala Penilaian Kuesioner

Skor	Kriteria	Interpretasi Variabel Keputusan Pemilihan Sekolah
81-100	Sangat setuju	Sangat Tinggi
61-80	Setuju	Tinggi
41-60	Kurang Setuju	Kurang Tinggi
21-40	Tidak setuju	Rendah
0-20	Sangat tidak setuju	Sangat Rendah

BAB IV

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan

Yayasan Pendidikan Amal Mulia (YPAM) berdiri pada tahun 1998, dengan akta notaris no. 15 tanggal 28 November 1998. Dalam perjalanannya mengalami perubahan nama menjadi Lembaga Pendidikan Amal Mulia (LPAM) dan pada tahun 2015 ditetapkan dengan SK Kemenkumham no. AHU-0030805.AH.01.04. Tahun 2015, dengan nama Yayasan Pendidikan Amal Mulia (YAPAM). Bapak Drs. Basuki dan Ibu Dra. Wiwik Triwahyuni selaku pendiri, melihat keadaan sekitar wilayah Kecamatan Klapanunggal (saat itu masih bagian dari Kecamatan Cileungsi) kekurangan sarana pendidikan, terutama pendidikan di jenjang menengah pertama dan menengah atas. Atas alasan tersebut pada tahun 1999 pendiri memutuskan untuk pertama kali mendirikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang disambut antusias dan dukungan dari masyarakat sekitar. Terbukti dengan jumlah pendaftar di tahun pertama mencapai 120 orang murid lulusan SD & MI yang tersebar di wilayah Kecamatan Klapanunggal dan sekitarnya. Saat itu gedung yang tersedia baru 3 lokal ruang kelas, sehingga untuk menampung murid yang terbagi menjadi 4 rombel dan ruang kantor, dibangun 3 lokal di lantai 2.

Pada tahun 2000, SMP Amal Mulia resmi mengantongi izin pendirian sekolah sekaligus izin operasional berdasarkan Surat Keputusan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kab. Bogor No. 1992/I02.I/Kep/OT /2000, dan mulai menerima siswa baru pada tahun 1999. Tahun 2001 Kabupaten Bogor melakukan pemekaran wilayah di beberapa kecamatan. Klapanunggal sebagai daerah Kemantren bagian dari kecamatan Cileungsi termasuk salah satunya. Sebagai kecamatan baru maka pertumbuhan ekonomi pun mulai terlihat. Munculnya industri yang tentunya membutuhkan tenaga kerja yang memenuhi kualifikasi yang sesuai.

Melihat kondisi ini, maka Yayasan Pendidikan Amal Mulia Amal Mulia bergerak untuk membantu pemerintah menyediakan tenaga-tenaga

kerja yang sesuai kebutuhan industri tersebut dengan mendirikan Sekolah Menengah Kejuruan. Unit pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan yang dibuka pertama oleh Yayasan Pendidikan Amal Mulia adalah SMK 1 Amal Mulia dengan Program Keahlian Sekretaris (sekarang Manajemen Perkantoran). Dibuka pertama kali tahun 2001 dan mendapatkan izin Operasional dengan SK Dinas Pendidikan Kabupaten Bogor No. 421.312766/Kep/Disdik/2002 pada tanggal 11 November 2002, dengan Program Kompetensi keahlian yaitu Sekretaris dan Akuntansi. Sedangkan Program Keahlian Penjualan (sekarang Pemasaran) baru dibuka 3 tahun kemudian tepatnya tahun 2005 dan mendapatkan izin operasional dengan Keputusan Dinas Pendidikan Kab. Bogor no. 421.3/841/Dikmen/2006 tanggal 29 Agustus 2006.

SMK 1 Amal Mulia didirikan sebagai bentuk kepedulian Yayasan terhadap kebutuhan masyarakat akan adanya sekolah menengah berbasis kejuruan sebagai jawaban atas tuntutan dunia industri di wilayah kecamatan Klapanunggal sebagai kecamatan baru. Bidang Keahlian Bisnis dan manajemen dengan Program Keahlian tersedia saat ini:

- a. Manajemen Perkantoran dengan Paket Kompetensi Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran, adalah yang pertama kali dibuka pada tahun 2001. Pada saat itu Program Keahlian ini dikenal dengan nama jurusan Sekretaris yang kemudian mengalami beberapa perubahan istilah sejalan dengan perubahan struktur kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan dunia industri.
- b. Akuntansi dan Keuangan dengan Paket kompetensi Akuntansi dan Keuangan Lembaga.
- c. Bisnis Pemasaran, pada awalnya Bernama Penjualan, berubah menjadi Pemasaran dan selanjutnya diperluas menjadi Bisnis Pemasaran adapun Paket Kompetensi yang dilayani adalah Bisnis Daring dan Pemasaran.

Tabel 4.1 Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan (PTK)

No	Nama	Jabatan	Mengajar	Ket
1	Ayu Utami, SH	Kepala Sekolah	-	-
2	Atinsih, S.Pd	-	B. Indoneisa	-
3	Amalia Nawangsih, S.Pd	Pembina OSIS	Produktif Akuntansi	-
4	E. Supriyatna, S.PdI	Kepala Tata Usaha	-	-
5	Endang Sukarna, S.PdI	-	Pendidikan Agama	-
6	Firdaus, S.PdI	-	Kesenian	-
7	Fuji Lestari, S.Pd	-	Produktif OTKP&BDP	-
8	Heri Kuncoro, S.Pd	Waka Hubin	Produktif BDP	-
9	Linda Sanusi, S.Pd	-	Guru BK	-
10	Mara Sakti, SP	-	IPA/PKK	-
11	Ning Hardiyanti, S.Pd	-	PKN/Sejarah	-
12	Novi Purnami, S.Pd	Kepala Program OTKP	Produktif OTKP	-
13	Nurjanah, SE	-	Penjasorkes	-
14	Rasum, SE	Kepala Program AKL	Produktif AKL	-
15	Siyami, S.Pd	Waka Kesiswaan	Matematika	-
16	Subarkah, SE	-	Produktif OTKP & BDP	-
17	Wahid Muhadi, S.Pd	Waka Kurikulum	Bahasa Inggris	-
18	Yulianti Varida, SE	-	Produktif AKL	-
19	Bayu Wahyu Aji	Tata Usaha	-	-

Sumber : Data sekolah 2022

4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan

Visi SMK 1 Amal Mulia

Menjadi SMK berstandar nasional yang responsif dan diterima oleh komunitas Dunia Usaha dan Dunia Industri.

Misi SMK 1 Amal Mulia

Mendidik dan melatih peserta didik dengan menitik beratkan pada pendidikan berkarakter mulia dan berpengetahuan luas yang dapat menjawab tuntutan kelulusan yang berkualitas sesuai tuntutan masyarakat maupun Dunia Usaha dan Dunia Industri. Mengintegrasikan kompetensi berbasis imtaq pada semua mata pelajaran.

Tujuan SMK 1 Amal Mulia

1. Membekali peserta didik dengan keimanan melalui pembinaan keagamaan sesuai dengan agama masing-masing untuk menciptakan manusia yang bertakwa, berbudi pekerti luhur dan berakhlak mulia.
2. Membentuk dan membudayakan kerjasama, sebagai pioneer dalam implementasi budaya profesional.
3. Membekali peserta didik untuk berkarir dan mandiri yang mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja sesuai dengan bidang keahliannya, serta mampu menghadapi perubahan yang terjadi di masyarakat.
4. Membekali peserta didik sikap profesional untuk mengembangkan diri dan mampu bersaing di tingkat nasional maupun global.

4.1.3 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi SMK 1 Amal Mulia adalah susunan sistem hubungan antar posisi kepemimpinan yang ada dalam suatu organisasi yang menggambarkan hubungan kerja antara atasan dan bawahan dalam ruang lingkup pekerjaan sesuai seksi-seksi yang ditentukan. Suatu susunan uraian tugas dalam organisasi diperlukan agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik dan teratur. Susunan tersebut harus mencerminkan adanya pembagian wewenang, tugas dan tanggung jawab yang jelas antara bagian-bagian yang ada dalam suatu struktur organisasi suatu perusahaan.

Adapun struktur SMK 1 Amal Mulia organisasi adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

4.2 Analisis Data

Setelah melakukan observasi dan menyebarkan kuesioner, maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut.

4.2.1 Uji Validitas

Tabel 4.2 Uji validitas

Indikator	Item	r hitung	r tabel	Signifikansi	Ket
<i>Product</i> (Produk)	1	0,734	0,361	0,05	Valid
	2	0,574	0,361	0,05	Valid
	3	0,756	0,361	0,05	Valid
	4	0,628	0,361	0,05	Valid
	5	0,832	0,361	0,05	Valid
	6	0,798	0,361	0,05	Valid
<i>Price</i> (Harga)	7	0,803	0,361	0,05	Valid
	8	0,810	0,361	0,05	Valid
	9	0,845	0,361	0,05	Valid
	10	0,650	0,361	0,05	Valid
	11	0,666	0,361	0,05	Valid
	12	0,702	0,361	0,05	Valid
<i>Place</i> (Tempat)	13	0,773	0,361	0,05	Valid
	14	0,804	0,361	0,05	Valid
	15	0,786	0,361	0,05	Valid
	16	0,709	0,361	0,05	Valid
<i>Promotion</i> (Promosi)	17	0,845	0,361	0,05	Valid
	18	0,682	0,361	0,05	Valid
	19	0,674	0,361	0,05	Valid
	20	0,838	0,361	0,05	Valid
<i>People</i> (Orang)	21	0,771	0,361	0,05	Valid
	22	0,823	0,361	0,05	Valid
	23	0,692	0,361	0,05	Valid
	24	0,804	0,361	0,05	Valid
<i>Physical Evidence</i> (Fasilitas fisik)	25	0,704	0,361	0,05	Valid
	26	0,880	0,361	0,05	Valid
	27	0,815	0,361	0,05	Valid
	28	0,915	0,361	0,05	Valid
	29	0,701	0,361	0,05	Valid
	30	0,506	0,361	0,05	Valid
<i>Process</i> (Proses)	31	0,379	0,361	0,05	Valid
	32	0,885	0,361	0,05	Valid
	33	0,921	0,361	0,05	Valid
	34	0,908	0,361	0,05	Valid

Sumber : Pengolahan data SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa semua item penelitian dari variabel yang digunakan karena semua variabel memiliki r hitung > r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut telah valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.3 Uji reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	34

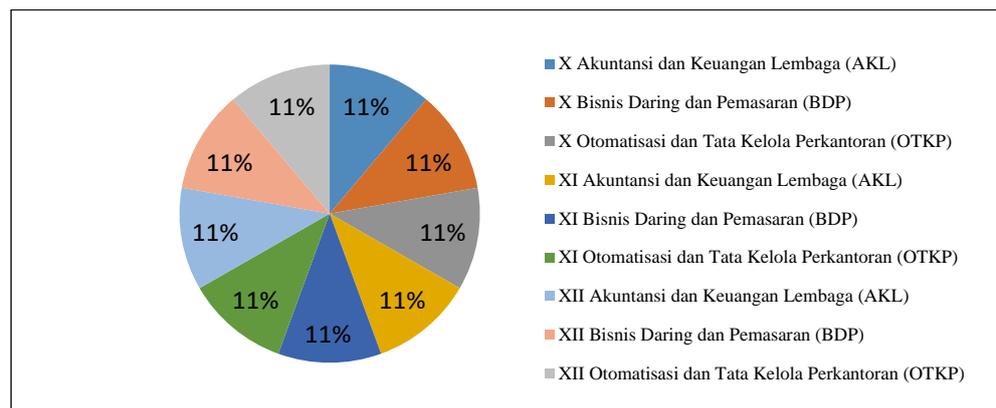
Sumber : Pengolahan data SPSS 22

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas menggunakan SPSS 22 menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian berada diatas 0,6 yaitu sebesar 0,935 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan telah reliabel.

4.3 Profil Responden

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah siswa/i SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal Kabupaten Bogor Tahun Pelajaran 2020-2021.

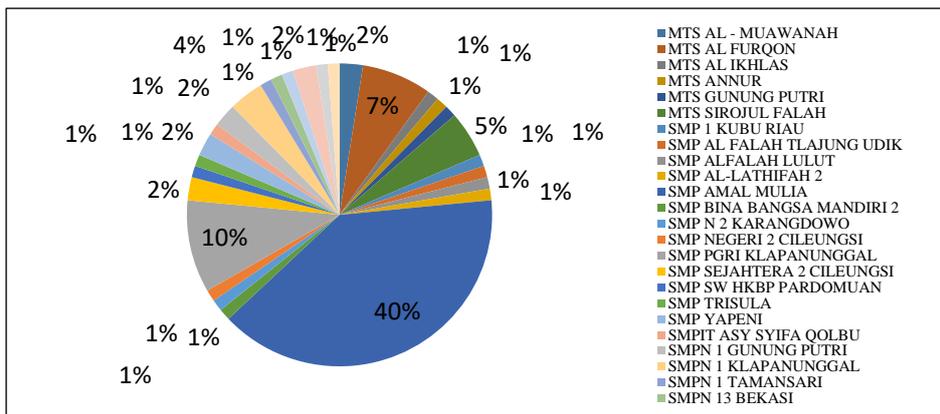
1. Data kelas



Gambar 4.2 Data Kelas

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa dari total 81 responden berasal dari 9 kelas yang berbeda, yaitu kelas X AKL, X BDP, X OTKP, XI AKL, XI BDP, XI OTKP, XII AKL, XII BDP, dan XII OTKP. Dengan jumlah yang sama dari setiap kelas, yaitu sebanyak 9 responden.

2. Data asal sekolah



Gambar 4.3 Data asal sekolah

Tabel 4.2 Data asal sekolah

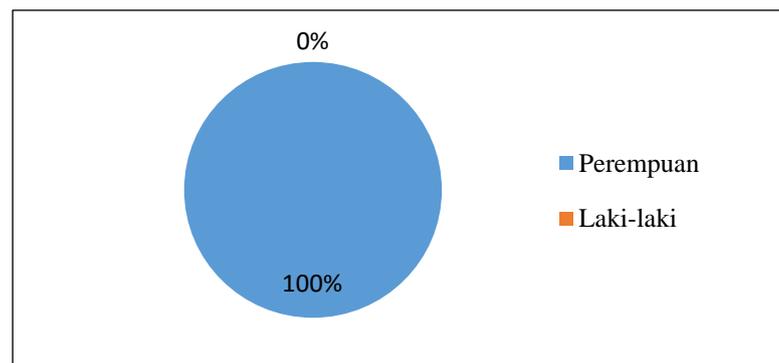
No	Nama Sekolah	Jumlah Siswa	Presentase
1	MTS AL - MUAWANAH	2	2%
2	MTS AL FURQON	7	9%
3	MTS AL IKHLAS	1	1%
4	MTS ANNUR	1	1%
5	MTS GUNUNG PUTRI	1	1%
6	MTS SIROJUL FALAH	4	5%
7	SMP 1 KUBU RIAU	1	1%
8	SMP AL FALAH TLAJUNG UDIK	1	1%
9	SMP ALFALAH LULUT	1	1%
10	SMP AL-LATHIFAH 2	1	1%
11	SMP AMAL MULIA	31	38%
12	SMP BINA BANGSA MANDIRI 2	1	1%
13	SMP N 2 KARANGDOWO	1	1%
14	SMP NEGERI 2 CILEUNGGI	1	1%
15	SMP PGRI KLAPANUNGGAL	8	10%
16	SMP SEJAHTERA 2 CILEUNGGI	2	2%
17	SMP SW HKBP PARDOMUAN	1	1%
18	SMP TRISULA	1	1%
19	SMP YAPENI	2	2%
20	SMPIT ASY SYIFA QOLBU	1	1%
21	SMPN 1 GUNUNG PUTRI	2	2%
22	SMPN 1 KLAPANUNGGAL	3	4%
23	SMPN 1 TAMANSARI	1	1%
24	SMPN 13 BEKASI	1	1%
25	SMPN 2 CIAMPEL	1	1%
26	SMPN 2 GUNUNG PUTRI	2	2%
27	SMPN 2 NAGRAK SUKABUMI	1	1%
28	SMPN 43 JAKARTA	1	1%

Sumber : Data kuesioner 2022

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa responden berasal beberapa sekolah yang berbeda, dengan jumlah siswa terbanyak berasal dari SMP Amal Mulia yaitu sebanyak 31 responden dengan persentase sebesar 38%, lalu dari SMP PGRI Klapanunggal sebanyak 8 responden dengan persentase

sebesar 10%, lalu dari MTs Al Furqon sebanyak 7 responden dengan persentase sebesar 9%, lalu dari MTs Sirojul Falah sebanyak 4 responden dengan persentase sebesar 5%, lalu dari SMPN 1 Klapanunggal sebanyak 3 responden dengan persentase sebesar 4%, lalu dari MTS Al-Muawanah, SMP Sejahtera 2 Cileungsi, SMP Yapeni, SMPN 1 Gunung Putri, SMPN 2 Gunung Putri sebanyak 2 responden dengan persentase sebesar 2%, dan MTS Al Ikhlas, MTS Annur, MTS Gunung Putri, SMP 1 Kubu Riau, SMP Al Falah Tlajung Udik, SMP Alfalah Lulut, SMP Al-Lathifah 2, SMP Bina Bangsa Mandiri 2, SMP N 2 Karangdowo, SMP Negeri 2 Cileungsi, SMP SW HKBP Pardomuan, SMP Trisula, SMPIT Asy Syifa Qolbu, SMPN 1 Tamansari, SMPN 13 Bekasi, SMPN 2 Ciampel, SMPN 2 Nagrak Sukabumi, SMPN 43 Jakarta masing masing sebanyak 1 responden dengan persentase sebesar 1%.

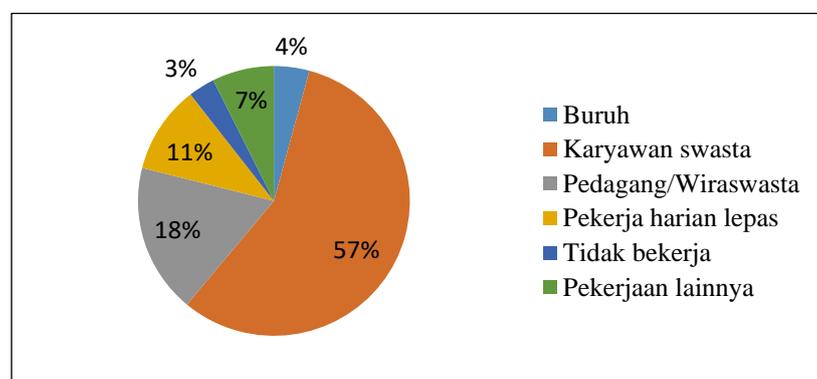
3. Data mengenai jenis kelamin responden



Gambar 4.4 Data jenis kelamin responden

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa seluruh responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

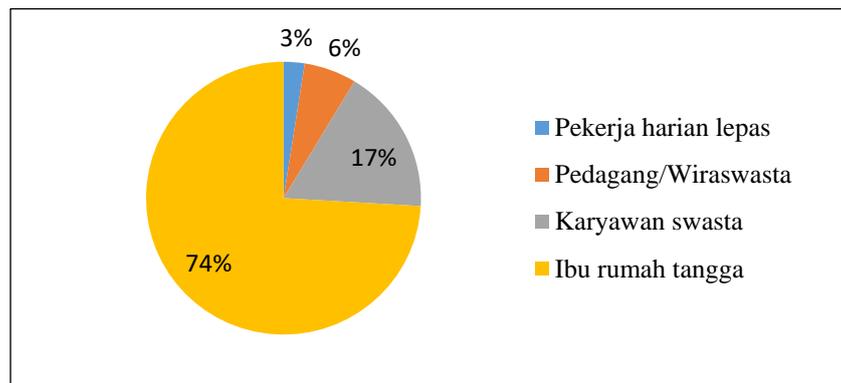
4. Data mengenai pekerjaan ayah



Gambar 4.5 Data pekerjaan ayah

Berdasarkan data diatas, sebanyak 54 responden menjawab karyawan swasta dengan persentase sebesar 57%, 17 responden menjawab pedagang/wiraswasta dengan persentase 18%, 10 responden menjawab pekerja harian lepas dengan persentase 11%, 4 responden menjawab buruh dengan persentase 4%, 3 responden menjawab tidak bekerja dengan persentase 3%, 7 responden menjawab pekerjaan lainnya dengan persentase 7%.

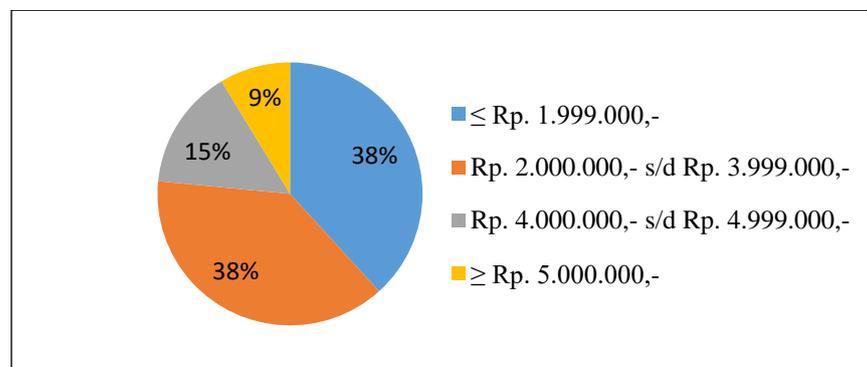
5. Data mengenai pekerjaan ibu



Gambar 4.6 Data pekerjaan ibu

Berdasarkan data diatas, sebanyak 67 responden menjawab ibu rumah tangga dengan persentase sebesar 71%, 15 responden menjawab karyawan swasta dengan persentase 16%, 7 responden menjawab pedagang/wiraswasta dengan persentase 7%, 3 responden menjawab pedagang harian lepas dengan persentase 3%, 2 responden menjawab pekerjaan lainnya dengan persentase 2%, 1 responden menjawab buruh dengan persentase 1%.

6. Data mengenai pendapatan orang tua



Gambar 4.7 Data pendapatan orang tua

Berdasarkan data diatas, sebanyak 47 responden menjawab Rp. 2.000.000,- s/d Rp. 3.999.000,- dengan persentase sebesar 49%, sebanyak 28

responden menjawab \leq Rp. 1.999.000,- dengan persentase sebesar 30%, sebanyak 12 responden menjawab \geq Rp. 5.000.000,- dengan persentase 13%, dan sebanyak 8 responden menjawab Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 4.999.000,- dengan persentase 8%.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Analisis Faktor – faktor pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia

Berikut ini tanggapan responden mengenai faktor – faktor pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal.

A. *Product* (Produk)

1. Reputasi Sekolah

a. SMK 1 Amal Mulia terkenal di kalangan masyarakat sekitar

Tabel 4.3 SMK 1 Amal Mulia terkenal di kalangan masyarakat sekitar

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	39	195	48,1%
Setuju	4	40	160	49,4%
Kurang Setuju	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2,5%
Total		81	357	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia terkenal di kalangan masyarakat sekitar mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 40 responden yaitu sebesar 49,4% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 39 yaitu sebesar 48,1%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 yaitu sebesar 2,5%, dengan nilai skor 357.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{357}{5 \times 81} \times 100\% = 88,15\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia terkenal di kalangan masyarakat sekitar menunjukkan 88,15% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa terkenalnya

SMK 1 Amal Mulia di kalangan masyarakat sekitar dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. Mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan

Tabel 4.4 Saya dapat mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	42	210	51,9%
Setuju	4	35	140	43,2%
Kurang Setuju	3	3	9	3,7%
Tidak Setuju	2	1	2	1,2%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	361	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan saya dapat mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 42 responden yaitu sebesar 51,9% responden yang menjawab sangat setuju, responden yang menjawab setuju berjumlah 35 yaitu sebesar 43,2%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 yaitu sebesar 3,7%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 361.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{361}{5 \times 81} \times 100\% = 89,14\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa saya dapat mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan menunjukkan 89,14% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa dikenalnya logo dan seragam yang digunakan dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

2. Prospek Lulusan

- a. SMK 1 Amal Mulia memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil

Tabel 4.5 SMK 1 Amal Mulia memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	25	125	30,9%
Setuju	4	54	216	66,7%
Kurang Setuju	3	1	3	1,2%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	345	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 54 responden yaitu sebesar 66,7% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 yaitu sebesar 30,9%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 345.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{345}{5 \times 81} \times 100\% = 85,19\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil menunjukkan 85,19% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil dapat menentukan pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

b. Lulusan SMK 1 Amal Mulia mudah diterima di dunia kerja

Tabel 4.6 Lulusan SMK 1 Amal Mulia mudah diterima di dunia kerja

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	18	90	22,3%
Setuju	4	53	212	65,4%
Kurang Setuju	3	9	27	11,1%
Tidak Setuju	2	1	2	1,2%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		95	331	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan lulusan SMK 1 Amal Mulia mudah diterima di dunia kerja mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 53 responden yaitu sebesar 65,4% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 yaitu sebesar 22,3%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 9 yaitu sebesar 11,1%, dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 331.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{331}{5 \times 81} \times 100\% = 81,73\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa lulusan SMK 1 Amal Mulia mudah diterima di dunia kerja menunjukkan 81,73% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa lulusan mudah diterima di dunia kerja dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

3. Mutu Pendidikan

a. SMK 1 Amal Mulia sudah terakreditasi dengan nilai yang baik

Tabel 4.7 SMK 1 Amal Mulia sudah terakreditasi dengan nilai yang baik

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	35	175	43,2%
Setuju	4	42	168	51,9%
Kurang Setuju	3	3	9	3,7%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	353	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia sudah terakreditasi dengan nilai yang baik mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 42 responden yaitu sebesar 51,9% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 35 yaitu sebesar 43,2%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 9 yaitu sebesar 3,7%, dan responden yang menjawab

sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 353.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{353}{5 \times 81} \times 100\% = 87,16\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia sudah terakreditasi dengan nilai yang baik mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 87,16% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa akreditasi dengan nilai yang baik dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

b. SMK 1 Amal Mulia memiliki program studi unggulan

Tabel 4.8 SMK 1 Amal Mulia memiliki program studi unggulan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	25	125	30,9%
Setuju	4	49	196	60,5%
Kurang Setuju	3	6	18	7,4%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	340	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memiliki program studi unggulan mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 49 responden yaitu sebesar 60,5% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 yaitu sebesar 30,9%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 6 yaitu sebesar 7,4%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 340.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{340}{5 \times 81} \times 100\% = 83,95\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memiliki program studi unggulan mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 83,95% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya

responden sangat setuju bahwa memiliki program studi unggulan dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Tabel 4.9 Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor produk

Sub Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)
<i>Product</i> (Produk)	Reputasi Sekolah	
	SMK 1 Amal Mulia terkenal di kalangan masyarakat sekitar	88,15
	Mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan	89,14
	Prospek Lulusan	
	SMK 1 Amal Mulia memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil	85,19
	Lulusan SMK 1 Amal Mulia mudah diterima di dunia kerja	81,73
	Mutu Pendidikan	
	SMK 1 Amal Mulia sudah terakreditasi dengan nilai yang baik	87,16
	SMK 1 Amal Mulia memiliki program studi unggulan	83,95
	Total	515,31
N	6	
Rata-rata	85,88	

Berdasarkan rata-rata tanggapan responden pada faktor *product* (produk) dengan persentase sebesar 85,88% berada pada daerah penilaian sangat setuju, artinya disini responden sangat setuju bahwa faktor *product* (produk) sangat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Pernyataan dengan persentase tertinggi yaitu pada indikator reputasi sekolah dengan pernyataan mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan dengan persentase sebesar 89,14%. Berdasarkan jawaban dari responden reputasi dari sekolah yang terkenal di kalangan masyarakat sekitar penting dalam menentukan pengambilan keputusan pemilihan sekolah. Karena jika sekolah terkenal dan memiliki reputasi yang baik, maka akan meningkatkan daya tarik terhadap sekolah sehingga mereka tidak ragu untuk memilih sekolah tersebut.

B. Price (Harga)

1. Biaya Registrasi Awal

- a. Biaya Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB) dan uang gedung terjangkau

Tabel 4.10 Biaya Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB) dan uang gedung terjangkau

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	22	110	27,2%
Setuju	4	52	208	64,2%
Kurang Setuju	3	6	18	7,4%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	337	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan biaya Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB) dan uang gedung terjangkau mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 52 responden yaitu sebesar 64,2% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 22 yaitu sebesar 27,2%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 6 yaitu sebesar 7,4%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 337.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{337}{5 \times 81} \times 100\% = 83,21\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa biaya Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB) dan uang gedung terjangkau mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 83,21% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa biaya PPDB dan uang gedung terjangkau dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. SMK 1 Amal Mulia menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel

Tabel 4.11 SMK 1 Amal Mulia menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	26	130	32,1%
Setuju	4	51	204	63%
Kurang Setuju	3	3	9	3,7%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	344	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 51 responden yaitu sebesar 63% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 26 yaitu sebesar 32,1%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 yaitu sebesar 3,7%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 344.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{344}{5 \times 81} \times 100\% = 84,94\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 84,94% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa prosedur pembayaran dan angsuran yang fleksibel dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

2. Biaya Operasional Pendidikan

a. SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya SPP yang terjangkau

Tabel 4.12 SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya SPP yang terjangkau

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	27	135	33,3%
Setuju	4	49	196	60,5%
Kurang Setuju	3	4	12	5%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	344	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya SPP yang terjangkau mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 49 responden yaitu sebesar 60,5% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 yaitu sebesar 33,3%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 4 yaitu sebesar 5%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 344.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{344}{5 \times 81} \times 100\% = 84,94\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya SPP yang terjangkau mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 84,94% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa biaya SPP yang terjangkau dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya buku pegangan (LKS) yang terjangkau

Tabel 4.13 SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya buku pegangan (LKS) yang terjangkau

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	23	115	28,4%
Setuju	4	54	216	66,7%
Kurang Setuju	3	3	9	3,7%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	341	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya buku pegangan (LKS) yang terjangkau mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 54 responden yaitu sebesar 66,7% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 23 yaitu sebesar 28,4%, responden yang menjawab

kurang setuju berjumlah 3 yaitu sebesar 3,7%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 341.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{341}{5 \times 81} \times 100\% = 84,2\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya buku pegangan (LKS) yang terjangkau mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 84,2% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa biaya buku pegangan (LKS) yang terjangkau dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

3. Daya Saing Harga

a. Biaya registrasi awal lebih murah dari SMK disekitarnya

Tabel 4.14 Biaya registrasi awal lebih murah dari SMK disekitarnya

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	21	105	25,9%
Setuju	4	54	216	66,7%
Kurang Setuju	3	5	15	6,2%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	337	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan biaya registrasi awal lebih murah dari SMK disekitarnya mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 54 responden yaitu sebesar 66,7% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 yaitu sebesar 25,9%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 5 yaitu sebesar 6,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 337.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{337}{5 \times 81} \times 100\% = 83,21\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa biaya registrasi awal lebih murah dari SMK disekitarnya

mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 83,21% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa biaya registrasi awal yang lebih murah dibanding SMK disekitarnya dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. Biaya operasional pendidikan lebih murah dari SMK disekitarnya

Tabel 4.15 Biaya operasional pendidikan lebih murah dari SMK disekitarnya

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	21	105	25,9%
Setuju	4	54	216	66,7%
Kurang Setuju	3	5	15	6,2%
Tidak Setuju	2	1	2	1,2%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	338	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan biaya operasional pendidikan lebih murah dari SMK disekitarnya mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 54 responden yaitu sebesar 66,7% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 yaitu sebesar 25,9%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 5 yaitu sebesar 6,2%, dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 338.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{338}{5 \times 81} \times 100\% = 83,46\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa biaya operasional pendidikan lebih murah dari SMK disekitarnya mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 83,46% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa biaya operasional yang lebih murah dibanding SMK disekitarnya dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Tabel 4.16 Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor harga

Sub Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)
<i>Price</i> (Harga)	Biaya Registrasi Awal	
	Biaya Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB) dan uang gedung terjangkau	83,21
	SMK 1 Amal Mulia menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel	84,94
	Biaya Operasional Pendidikan	
	SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya SPP yang terjangkau	84,94
	SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya buku pegangan (LKS) yang terjangkau	84,20
	Daya Saing harga	
	Biaya registrasi awal lebih murah dari SMK disekitarnya	83,21
	Biaya operasional pendidikan lebih murah dari SMK disekitarnya	83,46
	Total	503,95
N	6	
Rata-rata	83,99	

Berdasarkan rata-rata tanggapan responden pada faktor *price* (harga) dengan persentase sebesar 83,99% berada pada daerah penilaian sangat setuju, artinya disini responden sangat setuju bahwa faktor *price* (harga) sangat menentukan pada pengambilan keputusan mereka untuk memilih SMK 1 Amal Mulia.

Pernyataan dengan persentase tertinggi yaitu pada indikator biaya registrasi awal dengan pernyataan SMK 1 Amal Mulia menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel dan SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya SPP yang terjangkau dengan persentase yang sama yaitu sebesar 84,94%. Berdasarkan jawaban dari responden biaya SPP yang terjangkau, prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel penting dalam menentukan pengambilan keputusan pemilihan sekolah. Karena jika biaya SPP masih terjangkau dengan kondisi keuangan orang tua mereka apalagi didukung dengan prosedur

angsuran pembayaran yang fleksibel, maka hal tersebut bisa lebih meringankan dan tidak terlalu membebani orang tua.

C. *Place* (Tempat)

1. Lokasi Sekolah

- a. Lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi

Tabel 4.17 Lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	40	200	49,4%
Setuju	4	40	160	49,4%
Kurang Setuju	3	1	3	1,2%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	363	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 40 responden yaitu sebesar 49,4% responden yang menjawab sangat setuju, responden yang menjawab setuju berjumlah 40 yaitu sebesar 49,4%, dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 363.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{363}{5 \times 81} \times 100\% = 89,63\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 89,63% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa lokasi sekolah yang mudah diakses dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. Lokasi sekolah strategis

Tabel 4.18 Lokasi sekolah strategis

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	33	165	40,8%

Setuju	4	47	188	58%
Kurang Setuju	3	1	3	1,2%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	356	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan lokasi sekolah strategis mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 47 responden yaitu sebesar 58% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 33 yaitu sebesar 40,8%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 356.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{356}{5 \times 81} \times 100\% = 87,90\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa lokasi sekolah strategis mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 87,90% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa lokasi sekolah yang strategis dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

2. Kondisi Lingkungan Sekolah

- a. SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman

Tabel 4.19 SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	37	185	45,7%
Setuju	4	42	168	51,9%
Kurang Setuju	3	1	3	1,2%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	357	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 42 responden yaitu sebesar 51,9% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 37

yaitu sebesar 45,7%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 357.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{357}{5 \times 81} \times 100\% = 88,15\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 88,15% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa lingkungan aman dan nyaman dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

b. SMK 1 Amal Mulia memiliki lingkungan yang bersih

Tabel 4.20 SMK 1 Amal Mulia memiliki lingkungan yang bersih

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	31	155	38,3%
Setuju	4	50	200	61,7%
Kurang Setuju	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	355	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memiliki lingkungan yang bersih mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 50 responden yaitu sebesar 61,7% responden yang menjawab setuju, dan responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 31 yaitu sebesar 38,3%, dengan nilai skor 355.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{355}{5 \times 81} \times 100\% = 87,65\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memiliki lingkungan yang bersih mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 87,65% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa lingkungan yang bersih dapat

menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Tabel 4.21 Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor tempat

Sub Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)
<i>Place</i> (Tempat)	Lokasi Sekolah	
	Lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi	89,63
	Lokasi sekolah strategis	87,90
	Kondisi Lingkungan Sekolah	
	SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman	88,15
	SMK 1 Amal Mulia memiliki lingkungan yang bersih	87,65
Total		353,33
N		4
Rata-rata		88,33

Berdasarkan rata-rata tanggapan responden pada faktor *place* (tempat) dengan persentase sebesar 88,33% berada pada daerah penilaian sangat setuju, artinya disini responden sangat setuju bahwa faktor *place* (tempat) sangat menentukan pada pengambilan keputusan mereka untuk memilih SMK 1 Amal Mulia.

Pernyataan dengan persentase tertinggi yaitu pada indikator lokasi sekolah dengan pernyataan lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi dengan persentase sebesar 89,63%. Berdasarkan jawaban dari responden lokasi sekolah yang mudah diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi penting dalam menentukan pengambilan keputusan pemilihan sekolah, karena jika lokasi sekolah mudah untuk diakses baik menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi, maka perjalanan mereka untuk ke sekolah akan menjadi lebih mudah dan tidak memakan banyak waktu sehingga mereka tidak akan terlambat masuk ke sekolah.

D. *Promotion* (Promosi)

1. Promosi Melalui Media Sosial

- a. Mendapatkan informasi mengenai SMK 1 Amal Mulia melalui berbagai *platform* media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, dll)

Tabel 4.22 Mendapatkan informasi mengenai SMK 1 Amal Mulia melalui berbagai *platform* media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, dll)

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	21	105	26%
Setuju	4	53	212	65,4%
Kurang Setuju	3	3	9	3,7%
Tidak Setuju	2	3	6	3,7%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	333	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan mendapatkan informasi mengenai SMK 1 Amal Mulia melalui berbagai platform media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, dll) mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 53 responden yaitu sebesar 65,4% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 yaitu sebesar 26%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 yaitu sebesar 3,7%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 3 yaitu sebesar 3,7%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 333.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{333}{5 \times 81} \times 100\% = 82,22\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa mendapatkan informasi mengenai SMK 1 Amal Mulia melalui berbagai platform media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, dll) mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 82,22% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa informasi yang diperoleh melalui berbagai platform media sosial dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. Konten promosi yang dilakukan SMK 1 Amal Mulia menarik dan sesuai dengan kenyataan

Tabel 4.23 Konten promosi yang dilakukan SMK 1 Amal Mulia menarik dan sesuai dengan kenyataan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	20	100	24,7%
Setuju	4	55	220	67,9%
Kurang Setuju	3	4	12	4,9%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2,5%
Total		81	334	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan konten promosi yang dilakukan SMK 1 Amal Mulia menarik dan sesuai dengan kenyataan mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 55 responden yaitu sebesar 67,9% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 yaitu sebesar 24,7%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 4 yaitu sebesar 4,9%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 yaitu sebesar 2,5%, dengan nilai skor 334.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{334}{5 \times 81} \times 100\% = 82,47\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa konten promosi yang dilakukan SMK 1 Amal Mulia menarik dan sesuai dengan kenyataan mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 82,47% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa konten promosi yang menarik dan sesuai kenyataan dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

2. Pemasaran Langsung

- a. SMK 1 Amal Mulia mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi

Tabel 4.24 SMK 1 Amal Mulia mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	22	110	27,2%
Setuju	4	53	212	65,4%
Kurang Setuju	3	5	15	6,2%

Tidak Setuju	2	1	2	1,2%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	339	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 53 responden yaitu sebesar 65,4% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 22 yaitu sebesar 27,2%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 5 yaitu sebesar 6,2%, dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 339.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{339}{5 \times 81} \times 100\% = 83,70\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan SMK 1 Amal Mulia mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 83,70% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya untuk promosi dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. Promosi yang dilakukan menarik dan pada rentang waktu yang tepat

Tabel 4.25 Promosi yang dilakukan menarik dan pada rentang waktu yang tepat

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	17	85	21%
Setuju	4	62	248	76,6%
Kurang Setuju	3	1	3	1,2%
Tidak Setuju	2	1	2	1,2%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	338	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan promosi yang dilakukan menarik dan pada rentang waktu yang tepat mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah

62 responden yaitu sebesar 76,6% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 17 yaitu sebesar 21%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 338.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{338}{5 \times 81} \times 100\% = 83,46\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa promosi yang dilakukan menarik dan pada rentang waktu yang tepat mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 83,46% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa promosi yang menarik dan pada rentang waktu yang tepat dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Tabel 4.26 Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor promosi

Sub Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)
<i>Promotion</i> (Promosi)	Promosi Melalui Media Sosial	
	Mendapatkan informasi mengenai SMK 1 Amal Mulia melalui berbagai platform media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, dll)	82,22
	Konten promosi yang dilakukan SMK 1 Amal Mulia menarik dan sesuai dengan kenyataan	82,47
	Pemasaran Langsung	
	SMK 1 Amal Mulia mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi	83,70
	Promosi yang dilakukan menarik dan pada rentang waktu yang tepat	83,46
Total		331,85
N		4
Rata-rata		82,96

Berdasarkan rata-rata tanggapan responden pada faktor *promotion* (promosi) dengan persentase sebesar 82,96% berada pada daerah penilaian sangat setuju, artinya disini responden sangat setuju

bahwa faktor *promotion* (promosi) sangat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Pernyataan dengan persentase tertinggi yaitu pada indikator pemasaran langsung dengan pernyataan SMK 1 Amal Mulia mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi dengan persentase sebesar 83,46%. Berdasarkan jawaban dari responden mengunjungi sekolah jenjang dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi penting dalam menentukan pengambilan keputusan pemilihan sekolah, karena dengan begitu para calon siswa dapat lebih mengenal sekolah.

E. *People* (Orang)

1. Kualitas Tenaga Pengajar

- a. SMK 1 Amal Mulia memiliki tenaga pengajar profesional dengan pendidikan minimal S1

Tabel 4.27 SMK 1 Amal Mulia memiliki tenaga pengajar profesional dengan pendidikan minimal S1

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	24	120	29,6%
Setuju	4	49	196	60,6%
Kurang Setuju	3	7	21	8,6%
Tidak Setuju	2	1	2	1,2%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	339	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memiliki tenaga pengajar profesional dengan pendidikan minimal S1 mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 49 responden yaitu sebesar 60,6% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 24 yaitu sebesar 29,6%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 7 yaitu sebesar 8,6%, dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 339.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{339}{5 \times 81} \times 100\% = 83,70\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memiliki tenaga pengajar profesional dengan pendidikan minimal S1 mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 83,70% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa tenaga pengajar yang profesional dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. Tenaga pengajar SMK 1 Amal Mulia mengajar sesuai dengan bidangnya

Tabel 4.28 Tenaga pengajar SMK 1 Amal Mulia mengajar sesuai dengan bidangnya

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	26	130	32,2%
Setuju	4	53	212	65,4%
Kurang Setuju	3	1	3	1,2%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	346	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan tenaga pengajar SMK 1 Amal Mulia mengajar sesuai dengan bidangnya mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 53 responden yaitu sebesar 65,4% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 26 yaitu sebesar 32,2%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 346.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{346}{5 \times 81} \times 100\% = 85,43\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa tenaga pengajar SMK 1 Amal Mulia mengajar sesuai dengan bidangnya mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 85,43% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa tenaga pengajar mengajar

sesuai bidangnya dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

2. Pelayanan Karyawan

- a. Sikap dan penampilan karyawan SMK 1 Amal Mulia ramah dan baik

Tabel 4.29 Sikap dan penampilan karyawan SMK 1 Amal Mulia ramah dan baik

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	25	125	30,9%
Setuju	4	51	204	63%
Kurang Setuju	3	4	12	4,9%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	342	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan sikap dan penampilan karyawan SMK 1 Amal Mulia ramah dan baik mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 51 responden yaitu sebesar 63% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 yaitu sebesar 30,9%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 4 yaitu sebesar 4,9%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 342.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{342}{5 \times 81} \times 100\% = 84,44\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa sikap dan penampilan karyawan SMK 1 Amal Mulia ramah dan baik mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 84,44% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa sikap dan penampilan dari karyawan dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. Karyawan SMK 1 Amal Mulia memberikan pelayanan secara optimal

Tabel 4.30 Karyawan SMK 1 Amal Mulia memberikan pelayanan secara optimal

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	22	110	27,2%
Setuju	4	55	220	67,9%
Kurang Setuju	3	3	9	3,7%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	340	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan karyawan SMK 1 Amal Mulia memberikan pelayanan secara optimal mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 55 responden yaitu sebesar 67,9% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 22 yaitu sebesar 27,2%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 yaitu sebesar 3,7%, responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 340.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{340}{5 \times 81} \times 100\% = 83,95\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa karyawan SMK 1 Amal Mulia memberikan pelayanan secara optimal mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 83,95% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa pelayanan yang diberikan karyawan secara optimal dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Tabel 4.31 Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor orang

Sub Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)
<i>People</i> (Orang)	Kualitas Tenaga Pengajar	
	SMK 1 Amal Mulia memiliki tenaga pengajar profesional dengan pendidikan minimal S1	83,70
	Tenaga pengajar SMK 1 Amal Mulia mengajar sesuai dengan bidangnya	85,43
	Pelayanan Karyawan	
	Sikap dan penampilan karyawan SMK 1 Amal Mulia ramah dan baik	84,44
	Karyawan SMK 1 Amal Mulia memberikan	83,95

	pelayanan secara optimal	
	Total	337,53
	N	4
	Rata-rata	84,38

Berdasarkan rata-rata tanggapan responden pada faktor *people* (orang) dengan persentase sebesar 84,38% berada pada daerah penilaian sangat setuju, artinya disini responden sangat setuju bahwa faktor *people* (orang) sangat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Pernyataan dengan persentase tertinggi yaitu pada indikator kualitas tenaga pengajar dengan pernyataan tenaga pengajar SMK 1 Amal Mulia mengajar sesuai dengan bidangnya dengan persentase sebesar 85,43%. Berdasarkan jawaban dari responden tenaga pengajar mengajar sesuai dengan bidangnya penting dalam menentukan pengambilan keputusan pemilihan sekolah, karena jika tenaga pengajar sudah mengajar sesuai dengan bidangnya, maka akan menciptakan proses belajar yang berkualitas sehingga bisa memberikan dampak yang baik terhadap prestasi siswa.

F. *Physical Evidence* (Fasilitas fisik)

1. Peralatan Penunjang Lengkap

- a. Setiap ruang kelas memiliki peralatan penunjang pembelajaran yang memadai (papan tulis, spidol, penghapus, dll)

Tabel 4.32 Setiap ruang kelas memiliki peralatan penunjang pembelajaran yang memadai (papan tulis, spidol, penghapus, dll)

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	27	135	33,3%
Setuju	4	51	204	63%
Kurang Setuju	3	2	6	2,5%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	346	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan setiap ruang kelas memiliki peralatan penunjang pembelajaran yang memadai (papan tulis, spidol, penghapus, dll) mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 51 responden

yaitu sebesar 63% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 yaitu sebesar 33,3%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 2 yaitu sebesar 2,5%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 346.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{346}{5 \times 81} \times 100\% = 85,43\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa setiap ruang kelas memiliki peralatan penunjang pembelajaran yang memadai (papan tulis, spidol, penghapus, dll) mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 85,43% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa ruang kelas memiliki peralatan penunjang pembelajaran yang memadai dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. Sekolah menyediakan peralatan praktik kompetensi yang memadai

Tabel 4.33 Sekolah menyediakan peralatan praktik kompetensi yang memadai

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	29	145	35,8%
Setuju	4	51	204	63%
Kurang Setuju	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	350	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan sekolah menyediakan peralatan praktik kompetensi yang memadai mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 51 responden yaitu sebesar 63% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 29 yaitu sebesar 35,8%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 350.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{350}{5 \times 81} \times 100\% = 86,42\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa sekolah menyediakan peralatan praktik kompetensi yang memadai mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 86,42% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa tersedianya peralatan praktik kompetensi yang memadai dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

2. Fasilitas Penunjang Lengkap

- a. SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll)

Tabel 4.34 SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll)

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	37	185	45,7%
Setuju	4	44	176	54,3%
Kurang Setuju	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	361	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll) mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 44 responden yaitu sebesar 54,3% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 yaitu sebesar 45,7%, dengan nilai skor 361.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{361}{5 \times 81} \times 100\% = 89,14\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll) mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 89,14% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa memiliki fasilitas olahraga lengkap dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer memadai

Tabel 4.35 SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer memadai

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	38	190	46,9%
Setuju	4	42	168	51,9%
Kurang Setuju	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	359	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer memadai mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 42 responden yaitu sebesar 51,9% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 38 yaitu sebesar 46,9%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 359.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{359}{5 \times 81} \times 100\% = 88,64\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer memadai mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 88,64% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer yang memadai dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

3. Kondisi Bangunan Sekolah

- a. SMK 1 Amal Mulia memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik

Tabel 4.36 SMK 1 Amal Mulia memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	32	160	39,5%
Setuju	4	48	192	59,3%

Kurang Setuju	3	1	3	1,2%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	355	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 48 responden yaitu sebesar 59,3% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 yaitu sebesar 39,5%, dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 355.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{355}{5 \times 81} \times 100\% = 87,65\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 87,65% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. SMK 1 Amal Mulia memiliki ruang kelas yang bersih dan nyaman

Tabel 4.37 SMK 1 Amal Mulia memiliki ruang kelas yang bersih dan nyaman

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	19	95	23,5%
Setuju	4	57	228	70,4%
Kurang Setuju	3	5	15	6,1%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Total		81	338	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia memiliki ruang kelas yang bersih dan nyaman mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 57 responden yaitu sebesar 70,4% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 19

yaitu sebesar 23,5%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 5 yaitu sebesar 6,1%, dengan nilai skor 338.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{338}{5 \times 81} \times 100\% = 83,46\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia memiliki ruang kelas yang bersih dan nyaman mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 83,46% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa memiliki ruang kelas yang bersih dan nyaman dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Tabel 4.38 Hasil keseluruhan tanggapan responden faktor fasilitas fisik

Sub Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)
<i>Physical Evidence</i> (Fasilitas Fisik)	Peralatan Penunjang Lengkap	
	Setiap ruang kelas memiliki peralatan penunjang pembelajaran yang memadai (papan tulis, spidol, penghapus, dll)	85,43
	Sekolah menyediakan peralatan praktik kompetensi yang memadai	86,42
	Fasilitas Penunjang Lengkap	
	SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll)	89,14
	SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer memadai	88,64
	Kondisi Bangunan Sekolah	
	SMK 1 Amal Mulia memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik	87,65
	SMK 1 Amal Mulia memiliki ruang kelas yang bersih dan nyaman	83,46
	Total	
N		6
Rata-rata		86,79

Berdasarkan rata-rata tanggapan responden pada faktor *physical evidence* (fasilitas fisik) dengan persentase sebesar 86,79% berada pada daerah penilaian sangat setuju, artinya disini responden sangat setuju bahwa faktor *physical evidence* (fasilitas fisik) sangat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Pernyataan dengan persentase tertinggi yaitu pada indikator fasilitas penunjang lengkap dengan pernyataan SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll) dengan persentase sebesar 89,14%. Berdasarkan jawaban dari responden fasilitas olahraga yang lengkap penting dalam menentukan pengambilan keputusan pemilihan sekolah. Karena jika sekolah memiliki fasilitas olahraga yang lengkap, maka siswa yang memiliki minat di bidang olahraga bisa lebih maksimal dalam memanfaatkan fasilitas tersebut. Sehingga siswa tidak hanya produktif dalam proses pembelajaran, tapi juga produktif diluar proses pembelajaran khususnya bidang olahraga.

G. *Process* (Proses)

1. Kegiatan Ekstrakurikuler Lengkap

- a. SMK 1 Amal Mulia menyediakan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa

Tabel 4.39 SMK 1 Amal Mulia menyediakan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	27	135	33,3%
Setuju	4	48	192	59,3%
Kurang Setuju	3	5	15	6,2%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	343	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan SMK 1 Amal Mulia menyediakan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 48 responden yaitu sebesar 59,3% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 yaitu sebesar 33,3%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 5 yaitu sebesar 6,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 343.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{343}{5 \times 81} \times 100\% = 84,69\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa SMK 1 Amal Mulia menyediakan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 84,69% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa menyediakan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

- b. Pelaksanaan ekstrakurikuler fleksibel dan tidak mengganggu proses pembelajaran

Tabel 4.40 Pelaksanaan ekstrakurikuler fleksibel dan tidak mengganggu proses pembelajaran

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	25	125	30,9%
Setuju	4	52	208	64,1%
Kurang Setuju	3	2	6	2,5%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2,5%
Total		81	341	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan pelaksanaan ekstrakurikuler fleksibel dan tidak mengganggu proses pembelajaran mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 52 responden yaitu sebesar 64,1% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 yaitu sebesar 30,9%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 2 yaitu sebesar 2,5%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 yaitu sebesar 2,5%, dengan nilai skor 341.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{341}{5 \times 81} \times 100\% = 84,20\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa pelaksanaan ekstrakurikuler fleksibel dan tidak mengganggu proses pembelajaran mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 84,20% responden memiliki penilaian pada daerah

sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa pelaksanaan ekstrakurikuler yang fleksibel dan tidak mengganggu proses pembelajaran dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

2. Peraturan dan Kebijakan Sekolah Tertata

a. Peraturan sekolah disosialisasikan dengan jelas kepada siswa

Tabel 4.41 Peraturan sekolah disosialisasikan dengan jelas kepada siswa

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	26	130	32,2%
Setuju	4	50	200	61,7%
Kurang Setuju	3	3	9	3,7%
Tidak Setuju	2	1	2	1,2%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	342	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan peraturan sekolah disosialisasikan dengan jelas kepada siswa mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 50 responden yaitu sebesar 61,7% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 26 yaitu sebesar 32,2%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 yaitu sebesar 3,7%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 342.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{342}{5 \times 81} \times 100\% = 84,44\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa peraturan sekolah disosialisasikan dengan jelas kepada siswa mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 84,44% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju bahwa peraturan sekolah disosialisasikan dengan jelas kepada siswa dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

b. Sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar

Tabel 4.42 Sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Setuju	5	35	175	43,3%
Setuju	4	44	176	54,3%
Kurang Setuju	3	1	3	1,2%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,2%
Total		81	355	100%

Berdasarkan penelitian terhadap 81 responden pada pernyataan sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar mempunyai kualitas yang terjamin berjumlah 44 responden yaitu sebesar 54,3% responden yang menjawab setuju, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 35 yaitu sebesar 43,3%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 yaitu sebesar 1,2%, dengan nilai skor 355.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{355}{5 \times 81} \times 100\% = 87,65\%$$

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan bahwa sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar mempunyai kualitas yang terjamin menunjukkan 87,65% responden memiliki penilaian pada daerah sangat setuju artinya responden sangat setuju jika sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar dapat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Tabel 4.43 Hasil seluruh tanggapan responden faktor proses

Sub Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden (%)
<i>Process</i> (Proses)	Kegiatan Ekstrakurikuler	84,69
	SMK 1 Amal Mulia menyediakan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa	

	Pelaksanaan ekstrakurikuler fleksibel dan tidak mengganggu proses pembelajaran	84,20
Peraturan dan Kebijakan Sekolah Tertata		
	Peraturan sekolah disosialisasikan dengan jelas kepada siswa	84,44
	Sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar	87,65
Total		340,99
N		4
Rata-rata		85,25

Berdasarkan rata-rata tanggapan responden pada faktor *process* (proses) dengan persentase sebesar 85,25% berada pada daerah penilaian sangat setuju, artinya disini responden sangat setuju bahwa faktor *process* (proses) sangat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia.

Pernyataan dengan persentase tertinggi yaitu pada indikator peraturan dan kebijakan sekolah tertata dengan pernyataan sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar dengan persentase sebesar 87,65%. Berdasarkan jawaban dari responden sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar penting dalam menentukan pengambilan keputusan pemilihan sekolah karena jika pelanggar diberikan sanksi yang sesuai maka akan memberikan keadilan kepada siapa saja yang melanggar peraturan sehingga mereka bisa belajar dari kesalahannya, dengan peraturan dan kebijakan sekolah yang tertata maka siswa akan menjadi lebih disiplin dan mematuhi peraturan yang ada di sekolah.

4.4.2 Faktor – faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia

Faktor – faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia dilihat dari hasil tanggapan responden yang tertinggi.

Tabel 4.44 Hasil tanggapan responden terhadap keseluruhan faktor

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Tanggapan responden (%)	Rata-rata (%)
1. <i>Product</i> (Produk)	Reputasi sekolah	SMK 1 Amal Mulia terkenal di kalangan masyarakat sekitar	88,15	85,88

		Dapat mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan	89,14	
	Prospek lulusan	SMK 1 Amal Mulia memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil	85,19	
		Lulusan SMK 1 Amal Mulia mudah diterima di dunia kerja	81,73	
	Mutu pendidikan	SMK 1 Amal Mulia sudah terakreditasi dengan nilai yang baik	87,16	
		SMK 1 Amal Mulia memiliki program studi unggulan	83,95	
2. <i>Price</i> (Harga)	Biaya registrasi awal	Biaya Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB) dan uang gedung terjangkau	83,21	83,99
		SMK 1 Amal Mulia menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel	84,94	
	Biaya operasional pendidikan	SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya SPP yang terjangkau	84,94	
		SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya buku pegangan (LKS) yang terjangkau	84,20	
	Daya saing harga	Biaya registrasi awal lebih murah dari SMK disekitarnya	83,21	
		Biaya operasional pendidikan lebih murah dari SMK disekitarnya	83,46	
3. <i>Place</i> (Lokasi)	Lokasi sekolah	Lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi	89,63	88,33
		Lokasi sekolah strategis	87,90	
	Kondisi lingkungan sekolah	SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman	88,15	
		SMK 1 Amal Mulia memiliki lingkungan yang bersih	87,65	
4. <i>Promotion</i> (Promosi)	Promosi melalui media	Mendapatkan informasi mengenai SMK 1 Amal Mulia melalui berbagai	82,22	82,96

	sosial	platform media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, dll)		
		Konten promosi yang dilakukan SMK 1 Amal Mulia menarik dan sesuai dengan kenyataan	82,47	
	Pemasaran langsung	SMK 1 Amal Mulia mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi	83,70	
		Promosi yang dilakukan menarik dan pada rentang waktu yang tepat	83,46	
5. <i>People</i> (Orang)	Kualitas tenaga pengajar	SMK 1 Amal Mulia memiliki tenaga pengajar profesional dengan pendidikan minimal S1	83,70	84,38
		Tenaga pengajar SMK 1 Amal Mulia mengajar sesuai dengan bidangnya	85,43	
	Pelayanan karyawan	Sikap dan penampilan karyawan SMK 1 Amal Mulia ramah dan baik	84,44	
		Karyawan SMK 1 Amal Mulia memberikan pelayanan secara optimal	83,95	
6. <i>Physical Evidence</i> (Fasilitas Fisik)	Peralatan penunjang lengkap	Setiap ruang kelas memiliki peralatan penunjang pembelajaran yang memadai (papan tulis, spidol, penghapus, dll)	85,43	86,79
		Sekolah menyediakan peralatan praktik kompetensi yang memadai	86,42	
	Fasilitas penunjang lengkap	SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll)	89,14	
		SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer memadai	88,64	
	Kondisi bangunan sekolah	SMK 1 Amal Mulia memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik	87,65	
		SMK 1 Amal Mulia memiliki ruang kelas	83,46	

		yang bersih dan nyaman		
7. <i>Process</i> (Proses)	Kegiatan ekstrakurikuler lengkap	SMK 1 Amal Mulia menyediakan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa	84,69	85,25
		Pelaksanaan ekstrakurikuler fleksibel dan tidak mengganggu proses pembelajaran	84,20	
	Peraturan dan kebijakan sekolah tertata	Peraturan sekolah disosialisasikan dengan jelas kepada siswa	84,44	
		Sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar	87,65	
Rata-rata				85,37

Dari tabel 4.44 diatas dapat dilihat bahwa faktor – faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia secara berurutan sebagai berikut :

1. Faktor *place* (tempat)

Dari hasil data yang diperoleh faktor *place* (tempat) merupakan faktor yang paling dominan karena memiliki tanggapan rata-rata responden sebesar 88,33%, nilai tersebut berada pada interval (80% - 100%) jadi bisa dikatakan bahwa faktor *place* (tempat) sangat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia. Lokasi sekolah menjadi indikator dengan presentase nilai tertinggi, dengan pernyataan “lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi” yaitu sebesar 89,63%. SMK 1 Amal Mulia mudah untuk diakses karena lokasinya yang strategis dan cukup dekat dengan jalan raya (Jl. Raya Narogong) baik itu menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi (motor), selain itu juga disediakan tempat parkir yang luas bagi siswa yang membawa kendaraan pribadi.

Selanjutnya disusul dengan indikator kondisi lingkungan sekolah, dengan pernyataan “SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman” sebesar 88,15%. Selain lokasinya yang strategis, SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman. Keamanan di lingkungan sekolah SMK 1 Amal Mulia

dijaga dengan baik, karena penjaga sekolah (*security*) terbagi menjadi 3 sif dan setiap sifnya terdiri dari 2 orang penjaga sekolah. Lingkungan sekolah juga nyaman karena masih banyak pepohonan hijau yang membuat sekolah lebih sejuk dan dengan posisi sekolah yang bukan berada pada jalan raya utama, jadi terhindar dari kebisingan dan polusi udara. Seperti yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.8 Akses jalan menuju sekolah



Gambar 4.9 Tempat parkir siswa



Gambar 4.10 Lingkungan sekolah

2. Faktor *physical evidence* (fasilitas fisik)

Faktor dominan yang kedua yaitu faktor *physical evidence* (fasilitas fisik) dengan tanggapan rata-rata responden sebesar 86,79%, nilai tersebut berada pada interval (80% - 100%) jadi bisa dikatakan bahwa faktor *physical evidence* (fasilitas fisik) sangat menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia. Fasilitas penunjang lengkap menjadi indikator dengan presentase nilai tertinggi, dengan pernyataan “SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll)” sebesar 89,14% dan pernyataan “SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer memadai” yaitu sebesar 88,64%. SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas yang sangat lengkap, mulai dari fasilitas olahraga seperti lapangan basket, lapangan futsal, lapangan voli, dan lapangan bulu tangkis. disediakan juga tempat ibadah bagi umat muslim, panggung untuk pentas seni siswa dan toilet dengan jumlah cukup dengan kondisi yang bersih. Selain itu SMK 1 Amal Mulia memiliki lab komputer lengkap dengan fasilitas praktik kompetensi untuk masing – masing program keahlian.

Indikator selanjutnya yaitu kondisi lingkungan sekolah, dengan pernyataan “SMK 1 Amal Mulia memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik” sebesar 87,65%. Gedung sekolah SMK 1 Amal Mulia berada dalam kondisi baik, mulai dari lantai, tembok dan juga atap. Hal ini karena selalu dilakukan pemeliharaan rutin pada saat terjadi kerusakan kecil terhadap bangunan yang ada.



Gambar 4.11 Lab komputer Akuntansi Keuangan Lembaga



Gambar 4.12 Ruang praktik kompetensi keahlian Akuntansi Keuangan Lembaga



Gambar 4.13 Lab komputer Bisnis Daring Pemasaran



Gambar 4. 14 Ruang praktik kompetensi keahlian Bisnis Daring Pemasaran



Gambar 4.15 Lab komputer Otomatisasi Tatakelola Perkantoran



Gambar 4.16 Ruang praktik kompetensi Otomatisasi Tatakelola Perkantoran



Gambar 4.17 Lapangan basket



Gambar 4.18 Lapangan futsal



Gambar 4.19 Lapangan voli



Gambar 4.20 Lapangan badminton



Gambar 4.21 Mushola



Gambar 4.22 Toilet peserta didik



Gambar 4.23 Panggung seni



Gambar 4.24 Gedung sekolah

3. Faktor *product* (produk)

Faktor dominan yang ketiga yaitu faktor *product* (produk) dengan tanggapan rata-rata responden sebesar 85,88%, nilai tersebut berada pada interval (80% - 100%) jadi bisa dikatakan bahwa faktor *product* (produk) juga menentukan pada pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia. Reputasi sekolah menjadi indikator dengan nilai tertinggi, dengan pernyataan “dapat mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan” sebesar 89,14% dan pernyataan “SMK 1 Amal Mulia terkenal di kalangan masyarakat sekitar” sebesar 88,15%. SMK 1 Amal Mulia merupakan salah satu sekolah yang terkenal di kalangan masyarakat sekitar, karena termasuk sekolah jenjang SMK yang didirikan pertama kali di kecamatan Klapanunggal. SMK 1 Amal Mulia juga merupakan satu-satunya sekolah dengan bidang keahlian bisnis dan manajemen di kecamatan klapanunggal yang seluruh siswanya perempuan. Selain itu seragam identitas sekolah dan juga logo yang digunakan tidak pernah berubah dari awal berdiri, sehingga masyarakat sekitar bisa mengenali siswa SMK 1 Amal Mulia dari logo dan seragam yang digunakan. Seperti yang dapat dilihat pada gambar dibawah.

Indikator selanjutnya yaitu mutu pendidikan, dengan pernyataan “SMK 1 Amal Mulia sudah terakreditasi dengan nilai yang baik” sebesar 87,16%. Sejak tahun 2019 SMK 1 Amal Mulia telah terakreditasi “A” oleh BANSM. Komponen – komponen yang

dievaluasi (dinilai) dalam akreditasi sekolah meliputi: standar isi, standar proses, standar kompetensi lulusan, standar pendidikan dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, standar pembiayaan, dan standar penilaian. Dengan nilai yang diperoleh berarti keseluruhan komponen dari SMK 1 Amal Mulia sudah sangat baik.



Gambar 4.25 Seragam SMK 1 Amal Mulia



Gambar 4.26 Logo SMK Amal Mulia

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor – faktor pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia secara berurutan yaitu faktor *place* (tempat), faktor *physical evidence* (fasilitas fisik), faktor *product* (produk), faktor *process* (proses), faktor *people* (orang), faktor *price* (harga), dan faktor *promotion* (promosi).
2. Faktor – faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan sekolah SMK 1 Amal Mulia yaitu faktor *place* (tempat) dengan nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 88,33%, faktor *physical evidence* (fasilitas fisik) dengan nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 86,79% dan faktor *product* (produk) dengan nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 85,88%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi sekolah, faktor *promotion* (promosi) merupakan faktor dengan nilai rata-rata tanggapan responden yang paling rendah dibandingkan faktor lainnya, dengan indikator promosi melalui media sosial dan pemasaran langsung. SMK 1 Amal Mulia bisa lebih memanfaatkan berbagai media sosial seperti instagram, facebook, youtube dan lain sebagainya dalam melakukan promosi. Sehingga dengan begitu orang akan lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai sekolah. Selain itu pihak sekolah juga bisa menjalin komunikasi dengan sekolah – sekolah jenjang dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi, sehingga mereka bisa lebih mengenal SMK 1 Amal Mulia.
2. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya melakukan penelitian dengan objek penelitian yang berbeda, serta menambahkan variabel – variabel lain yang diduga menentukan pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2020), Data statistik pendidikan (diakses 02 Desember 2021) https://www.bps.go.id/publication/2020/11/27/347c85541c34e7dae54395a3/s_tatistik-pendidikan-2020.html
- Data Pokok Pendidikan Kemdikbud (2021), Data Peserta Didik (diakses 18 Desember 2021) <https://dapo.kemdikbud.go.id/pd>
- Data Referensi Kemdikbud (2021), Jumlah Data Satuan Pendidikan di Indonesia (diakses 18 Desember 2021) <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/pendidikan/dikmen>.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Kompas.com (2020), Atasi Gap Tenaga Kerja, Transformasi Pendidikan Vokasi Jadi Hal Penting (diakses 18 Desember 2021) <https://edukasi.kompas.com/read/2020/09/22/172600071/atasi-gap-tenaga-kerja-transformasi-pendidikan-vokasi-jadi-hal-penting>
- Kompasiana.com (2021), Kalian Harus Tau Tujuan SMK! (diakses 02 Desember 2021) <https://www.kompasiana.com/sucinovita/6241d0d9bb44864f1f424298/kalian-harus-tahu-tujuan-smk>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Cetakan Pertama. Bandung: CV Alfabeta.
- Prasetyaningrum, I. D., & Marlina, E. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada Universitas Muria Kudus). *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(1), 61-72.
- Puspitasari, A., & Patrikha, F. D. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan universitas pada siswa kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 2(1), 1-10.
- Rakhmadia, K. (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(2).
- Rasam, F., & Sari, A. I. C. (2019). Peran Pemasaran dalam Kegiatan Usaha pada Masyarakat di Desa Jatibaru, Cikampek. *JABE (Journal of Applied Business and Economics)*, 5(2), 82-96.
- Rosha, Z., Wati, L., & Dharmas, S. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Orang Tua dalam Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dasar Islam Al-azhar 32 Padang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 5(3), 139-147.

- Sairo, H., Sumampouw, H. J., & Walangitan, O. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT. Sinar Purefoods Internasional Bitung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(002).
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Sona, B. A. (2018). Analisis Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Memilih Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Atas (Sma). *Manajemen Bisnis*, 8(2).
- Sudaryono, Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2016), 135-136.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, C.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan. *Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Marlina
Alamat : Kp. Narogong RT. 010/RW. 003, Kembang Kuning
Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor
Tempat dan tanggal lahir : Bogor, 01 Maret 1998
Agama : Islam
Pendidikan
• SD : SD Semen Cibinong
• SMP : MTs Al-Furqon Cileungsi
• SMS : SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal
• Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, November 2022

Peneliti,



(Nia Marlina)

LAMPIRAN

Lampiran 1

Salam hormat,

Perkenalkan saya Nia Marlina mahasiswi Universitas Pakuan Bogor yang sedang mengerjakan tugas akhir yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Sekolah (Studi kasus SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal)**”. Adapun maksud dan tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengumpulkan data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan siswa/i untuk memilih sekolah SMK 1 Amal Mulia Klapanunggal. Atas kesediaan dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Kelas :
3. Asal Sekolah (SMP) :
4. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
5. Pekerjaan ayah :
 - a. Pekerja harian lepas
 - b. Pedagang/Wiraswasta
 - c. Karyawan Swasta
 - d. PNS
 - e. TNI/POLRI
 - f. Lainnya.....
6. Pekerjaan ibu :
 - a. Pekerja harian lepas
 - b. Pedagang/Wiraswasta
 - c. Karyawan Swasta
 - d. PNS
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Lainnya.....
7. Pendapatan Orang tua :
 - a. \leq Rp. 1.999.000,-
 - b. Rp. 2.000.000,- s/d Rp. 3.999.000,-
 - c. Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 4.999.000,-
 - d. \geq Rp. 5.000.000,-

Lampiran 2

Petunjuk Pengisian :

1. Mulailah dengan membaca “Basmallah” dan akhiri dengan “Hamdallah”.
2. Isilah jawaban pernyataan sesuai dengan pendapat dan keadaan anda yang sebenarnya, jawaban dijamin kerahasiaannya.
3. Jawablah semua pernyataan yang tersedia.
4. Berilah tanda (√) pada kolom pilihan jawaban berikut ini :
SS : Jika “**Sangat Setuju**” dengan pernyataan tersebut.
S : Jika “**Setuju**” dengan pernyataan tersebut.
KS : Jika “**Kurang Setuju**” dengan pernyataan tersebut.
TS : Jika “**Tidak Setuju**” dengan pernyataan tersebut.
STS : Jika “**Sangat Tidak Setuju**” dengan pernyataan tersebut.
5. Terima kasih atas kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini dengan tulus dan jujur.

B. Variabel *Product* (Produk)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Reputasi Sekolah						
1	SMK 1 Amal Mulia terkenal di kalangan masyarakat sekitar					
2	Dapat mengenali SMK 1 Amal Mulia melalui logo dan seragam yang digunakan					
Prospek Lulusan						
3	SMK 1 Amal Mulia memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil					
4	Lulusan SMK 1 Amal Mulia mudah diterima di dunia kerja					
Mutu Pendidikan						
5	SMK 1 Amal Mulia sudah terakreditasi dengan nilai yang baik					
6	SMK 1 Amal Mulia memiliki program studi unggulan					

C. Variabel *Price* (Harga)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Biaya Registrasi Awal						
7	Biaya Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB) dan uang gedung terjangkau					
8	SMK 1 Amal Mulia menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel					
Biaya Operasional Pendidikan						
9	SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya SPP yang terjangkau					
10	SMK 1 Amal Mulia memberikan biaya buku pegangan (LKS) yang terjangkau					

Daya Saing harga					
11	Biaya registrasi awal lebih murah dari SMK disekitarnya				
12	Biaya operasional pendidikan lebih murah dari SMK disekitarnya				

D. Variabel *Place* (Tempat)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Lokasi Sekolah						
13	Lokasi sekolah mudah untuk diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi					
14	Lokasi sekolah strategis					
Kondisi Lingkungan Sekolah						
15	SMK 1 Amal Mulia berada di lingkungan yang aman dan nyaman					
16	SMK 1 Amal Mulia memiliki lingkungan yang bersih					

E. Variabel *Promotion* (Promosi)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Promosi Melalui Media Sosial						
17	Mendapatkan informasi mengenai SMK 1 Amal Mulia melalui berbagai platform media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, dll)					
18	Konten promosi yang dilakukan SMK 1 Amal Mulia menarik dan sesuai dengan kenyataan					
Pemasaran Langsung						
19	SMK 1 Amal Mulia mengunjungi jenjang sekolah dibawahnya (SMP) untuk melakukan promosi					
20	Promosi yang dilakukan menarik dan pada rentang waktu yang tepat					

F. Variabel *People* (Orang)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kualitas Tenaga Pengajar						
21	SMK 1 Amal Mulia memiliki tenaga pengajar profesional dengan pendidikan minimal S1					
22	Tenaga pengajar SMK 1 Amal Mulia mengajar sesuai dengan bidangnya					
Pelayanan Karyawan						
23	Sikap dan penampilan karyawan SMK 1 Amal Mulia ramah dan baik					
24	Karyawan SMK 1 Amal Mulia memberikan pelayanan secara optimal					

G. Variabel *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Peralatan Penunjang Lengkap						
25	Setiap ruang kelas memiliki peralatan penunjang pembelajaran yang memadai (papan tulis, spidol, penghapus, dll)					
26	Sekolah menyediakan peralatan praktik kompetensi yang memadai					
Fasilitas Penunjang Lengkap						
27	SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas olahraga lengkap (lapangan basket, lapangan futsal, dll)					
28	SMK 1 Amal Mulia memiliki fasilitas praktik kompetensi dan lab komputer memadai					
Kondisi Bangunan Sekolah						
29	SMK 1 Amal Mulia memiliki gedung sekolah dengan kondisi baik					
30	SMK 1 Amal Mulia memiliki ruang kelas yang bersih dan nyaman					

H. Variabel *Process* (Proses)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kegiatan Ekstrakurikuler						
31	SMK 1 Amal Mulia menyediakan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan minat siswa					
32	Pelaksanaan ekstrakurikuler fleksibel dan tidak mengganggu proses pembelajaran					
Peraturan dan Kebijakan Sekolah Tertata						
33	Peraturan sekolah disosialisasikan dengan jelas kepada siswa					
34	Sekolah memberikan sanksi yang sesuai kepada pelanggar					

Lampiran 3

Jawaban responden terhadap faktor *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat, dan *promotion* (promosi)

Responden	Product (produk)							Price (harga)							Place (tempat)					Promotion (promosi)				
	1	2	3	4	5	6	Total	7	8	9	10	11	12	Total	13	14	15	16	Total	17	18	19	20	Total
1	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
2	4	3	4	4	4	3	22	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	17	3	4	3	3	13
3	4	4	4	3	3	4	22	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	5	4	5	5	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
8	5	4	5	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
9	4	5	4	5	5	4	27	4	4	5	4	4	4	25	5	4	5	5	19	3	5	3	4	15
10	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
12	5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	4	17	4	1	5	4	14
13	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
15	5	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
16	5	4	5	5	5	4	28	4	4	4	3	5	5	25	5	3	5	5	18	4	4	5	5	18
17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
18	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
19	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
20	5	4	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
21	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
22	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	19	4	5	4	4	17
23	5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
24	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
25	5	5	4	4	5	4	27	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
26	4	5	4	4	4	4	25	4	3	4	4	4	3	22	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17
27	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
28	4	5	4	4	5	5	27	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
29	4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
30	4	4	4	3	3	3	21	5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
31	5	5	5	4	5	4	28	4	4	5	4	4	4	25	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17
32	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	3	3	3	19	4	4	4	4	16	4	3	2	2	11
33	4	4	5	3	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
34	5	4	4	3	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
35	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
36	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
38	5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
39	4	5	4	3	5	5	26	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
40	5	4	4	4	5	5	27	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
41	4	5	5	5	4	5	28	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
42	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
43	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17

Responden	Product (produk)							Price (harga)							Place (tempat)					Promotion (promosi)				
	1	2	3	4	5	6	Total	7	8	9	10	11	12	Total	13	14	15	16	Total	17	18	19	20	Total
44	1	5	5	4	5	5	25	4	4	5	4	5	5	27	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
45	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
46	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
47	4	5	3	4	3	3	22	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	19	2	3	3	4	12
48	4	5	4	4	4	4	25	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	4	19	3	4	5	4	16
49	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	16	2	4	3	4	13
50	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	5	5	26	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18
51	5	3	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
52	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	5	4	4	25	4	5	4	4	17	2	4	4	4	14
53	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
54	5	4	4	5	4	5	27	4	4	4	4	3	4	23	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17
55	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
56	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	5	4	4	28	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17
57	5	5	4	4	5	4	27	4	4	5	4	4	4	25	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	4	5	5	29	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
60	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
62	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
65	4	5	4	3	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
66	5	5	4	4	5	4	27	3	4	3	5	3	3	21	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
67	1	2	1	2	1	1	8	1	1	1	1	1	2	7	5	5	5	5	20	1	1	5	5	12
68	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
69	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	17	4	5	5	5	19
70	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
71	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	4	27	5	5	1	5	16	4	5	5	5	19
72	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
73	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
74	5	5	5	4	5	5	29	4	5	4	4	4	4	25	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
75	5	4	4	3	5	4	25	3	3	3	4	5	5	23	5	5	5	4	19	4	3	5	4	16
76	5	5	5	4	5	4	28	3	4	4	4	5	5	25	5	5	5	5	20	4	3	5	4	16
77	5	5	4	4	4	3	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
78	5	5	4	4	5	4	27	5	5	5	5	5	4	29	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
79	5	5	5	4	5	4	28	4	5	5	5	4	4	27	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
80	5	5	4	4	5	4	27	4	5	5	5	4	4	27	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
81	5	5	5	5	5	5	30	3	4	3	4	3	4	21	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17

Jawaban responden terhadap faktor *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik) dan *process* (proses)

Responden	People (orang)					Physical evidence (fasilitas fisik)							Process (proses)				
	21	22	23	24	Total	25	26	27	28	29	30	Total	31	32	33	34	Total
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	20
2	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	17
8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
9	3	5	5	4	17	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
12	4	4	4	5	17	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	4	27	5	4	4	5	18
14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
16	5	4	4	5	18	4	5	5	5	5	4	28	5	5	4	5	19
17	4	4	4	4	16	5	4	5	5	4	4	27	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	15
20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	3	5	5	5	18
21	5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	4	28	4	5	4	4	17
22	4	5	5	5	19	4	5	5	5	4	4	27	5	4	5	4	18
23	5	5	4	4	18	5	4	5	4	5	4	27	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20	4	5	4	5	4	4	26	4	5	5	5	19
25	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	5	17
28	3	4	5	4	16	5	5	5	5	4	4	28	5	4	4	5	18
29	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
30	3	4	3	3	13	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	4	14
33	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	4	16
34	5	4	5	4	18	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	5	19
35	3	4	3	3	13	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16
38	4	5	5	5	19	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	20
39	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	15
40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	5	17
41	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	20
42	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	5	17
43	4	5	5	5	19	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	4	19
44	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	16	4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	4	16

Responden	People (orang)					Physical evidence (fasilitas fisik)							Process (proses)				
	21	22	23	24	Total	25	26	27	28	29	30	Total	31	32	33	34	Total
46	4	4	4	4	16	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	5	17
47	5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	4	28	5	5	4	5	19
48	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	4	27	3	4	3	4	14
49	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	13
50	4	5	5	5	19	5	4	5	5	4	4	27	4	4	4	5	17
51	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
52	3	4	4	4	15	4	4	5	5	4	3	25	5	4	5	4	18
53	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	19
54	4	4	3	4	15	4	5	4	5	5	4	27	4	4	4	4	16
55	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
56	4	5	5	4	18	5	5	4	5	4	4	27	4	4	4	4	16
57	4	4	4	5	17	4	5	4	5	5	4	27	5	4	5	5	19
58	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
59	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
60	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
63	5	4	4	4	17	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	19
64	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
65	5	5	4	5	19	4	4	5	5	5	4	27	4	5	5	4	18
66	4	5	4	4	17	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	20
67	2	1	1	1	5	1	1	5	1	5	5	18	5	1	1	1	8
68	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
72	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
73	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
74	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
75	5	5	4	4	18	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	5	17
76	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29	4	4	5	5	18
77	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	17
78	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
79	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	17
80	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	4	29	3	5	5	4	17
81	4	3	4	4	15	5	5	5	5	5	5	30	1	1	3	5	10