

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI SISWA DI
SMK BIT BINA AULIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan
Program Studi Manajemen



Disusun oleh:

ABDUL KAPSHARUDIN

NIM: 2016511114

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
JAKARTA
2020**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tuasaya, (Almahrum) Bapak Saman Sulaeman dan Ibu Salma dan kedua orang tua angkat yang tidak pernah berhenti memberikan perhatian, dukungan, doa, restu serta kasih sayang dan adik-adik saya yang selalu mendukung saya dalam hal apapun. Kepada Drs. Sobirin, MM. selaku kepala sekolah yang memperbolehkan saya untuk meneliti di sekolah SMK BIT Bina Auli dan informasi yang telah diberikan. Untuk teman-teman sekelas saya di STIE IPWJIA, yang selalu mendukung, menghibur, serta berdoa untuk kesehatan dan kelancaran dalam menyelesaikan Skripsi ini dan telah bersama-sama berjuang dari awal perkuliahan sampai saat ini.

Rekan-Rekan saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu serta selaku dosen pembimbing Ibu Esti Handayani SE, MM yang mengajarkan dan membimbing saya cara-cara mengolah data seperti SPSS, dan selalu mengerti, serta menjadi pendengar yang baik, dan tempat saya bertukar pikiran dalam hal apapun termasuk penyusunan Skripsi.

TERIMA KASIH

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini,

Nama : Abdul Kapsharudin

NIM : 2016511114

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi: ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI SISWA DI SMK BIT
BINA AULIA.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang

saya ajukan adalah hasil karya sendiri yang

belum pernah disampaikan untuk mendapat gelar pada Program Sarjana ataupun

Program lain. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawaban berada di

pundak saya. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar,

maka saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Jakarta, 3 September 2020

Abdul Kapsharudin

NIM : 2016511114

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA – PRODI MANAJEMEN S1

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa: Abdul Kapsharudin

NIM : 2016511114

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan
Menjadi Siswa Di SMK BIT Bina Aulia.

Jakarta, 3 September 2020
Dosen Pembimbing,

Esti Handayani SE., MM

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI SISWA DI
SMK BIT BINA AULIA**



Abdul Kapsharudin
NIM: 201651114

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari Kamis 10 September 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai Skripsi Program Sarjana Manajemen - Program Studi Manajemen STIE IPWIJA

1. Dr. Susanti Widhiastuti, SE, MM _____

Ketua

Tanggal: 10 September 2020

2. Drs. Joni Heruwanto, MM _____

Anggota

Tanggal: 10 September 2020

3. Esti Handayani SE, MM _____

Anggota

Tanggal: 10 September 2020

Menyetujui,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Program Sarjana Manajemen
Ketua Program,

Dr. Susanti Widhiastuti, SE, MM

Tanggal: 10 September 2020

ABSTRAK

Kualitas Pelayanan dan Promosi merupakan dua faktor yang diduga relative besar dalam mempengaruhi Keputusan Menjadi Siswa Pada SMK BIT Bina Aulia. Untuk membuktikan pengaruh keduanya maka dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa Pada Sekolah BIT Bina Aulia.

Penelitian ini dilakukan di SMK BIT Bina Aulia, yang berlokasi di Jl. Letda Nasir no.582 Bojong Kulur Gunung Putri, Bogor dengan mengambil 79 siswa sebagai sampel penelitian yang dihitung menggunakan Rumus Slovin dari total populasi 369 siswa pada margin error 10%. Pengambilan data dilakukan dengan instrument kuesioner online lima skala penilaian yang tidak setuju sampai sangat setuju. Penelitian dilakukan dengan menganalisis data dibantu Statistik (SPSS Versi 25). Kuantitatif yaitu dengan mendeskripsikan data penelitian dan melakukan analisis inferensi. Instrument variabel meliputi uji validitas dan uji reabilitas serta uji asumsi klasik. Metode analisis regresi linier ganda digunakan sebagai alat analisis sedangkan hipotesis dilakukan dengan uji-t dan uji-f pada taraf signifikan 5%.

Penelitian menghasilkan temuan utama sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu:

(1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi siswa dibuktikan dengan nilai t sebesar 0,318, memiliki probabilitas t hitung lebih kecil dari pada taraf uji penelitian $0,012 < 0,05$; (2) Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi siswa dibuktikan dengan nilai t sebesar 0,345, memiliki probabilitas t hitung lebih kecil dari pada taraf uji penelitian $0,001 < 0,05$; (3) Kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi siswa pada SMK BIT Bina Aulia dengan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan hasil temuan tersebut maka untuk meningkatkan Keputusan Menjadi Siswa disarankan agar dilakukan upaya peningkatan Kualitas Pelayanan dan Promosi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Menjadi Siswa

ABSTRACT

Service Quality and Promotion are two factors that are thought to be relatively large in influencing the decision to choose in SMK BIT Bina Aulia. To prove the influence of both, this research was conducted with the aim to find out the effect of service quality and promotion towards the decision to choose in SMK BIT Bina Aulia. This research was conducted in SMK BIT Bina Aulia, located in Letda Nasir no 584 Bojong Kulur Gunung Putri, Bogor. It took 79 students as a research sample calculated using the Slovin formula of the total population 369 students on error margin 10%. The data retrieval is done by an online questionnaire instrument of five rating scales from strongly disagree to strongly agree. The research was conducted with by analyzing statistical assisted data (SPSS Version 25). Kuantitative is with describing research data and do reference analysis. Variable instruments include validity and reliability tests and classical assumption tests. Multiple linear regression analysis method is used as an analysis tool while the hypothesis is done by t-test and f-test at a significant level of 5%. The research produce main objectives in accordance with the proposed hypothesis based from multiple linear regression analysis are: (1) The quality of services has a significant positive effect on decision to choose as student as evidenced from the b1 value of 0.318, has a probability of t count smaller than the level of research trials $0.012 < 0.05$; (2) Promotion has a significant positive effect on decision to choose as a student as evidenced by the b1 value of 0.345, has a probability of t count smaller than the research test level of $0,001 < 0.05$; (3) The quality of services and simultaneous promotion have a significant effect on the decision to choose at SMK BIT Bina Aulia with the results of significance $0,000 < 0,05$. According to the research, to improve the decision to choose it is recommended that efforts be made to increase service quality and promotion.

Keywords: Service Quality, Promotion, Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas lindungan-Nya maka Skripsi dengan Judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI SISWA DI SMK BIT BINA AULIA”. ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Selain dari pada itu,

penyelesaian Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Esti Handayani SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang tidak kenal lelah meluangkan waktu memberikan bimbingan, arahan dan memberikan dukungan dalam penulisan Skripsi ini.
2. Dr. Susanti Widhiastuti, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.
3. Dr. Suyanto, SE., MM., M.Ak. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.
4. Drs. Sobirin., MM. Kepala Sekolah di SMK BIT Bina Aulia yang membatu menyediakan data seputar sekolah.
5. Seluruh Guru dan Karyawan di SMK BIT Bina Aulia yang telah mengizinkan penulis dalam meneliti Skripsi.
6. Seluruh jajaran Karyawan/ti STIE IPWIJA yang telah banyak membantu penulis dan dalam memberikan informasi.

Comment [APT1]: Kebalik, seharusnya nama dulu baru jabatan

Dr. Suyanto, SE, MM, M.Ak selaku Ketua STIE IPWIJA

7. Keluargatercinta, dan Rekan-rekanMahasiswa yang telahmemberikandukunganmotivasi, doa dan senantianmemberikansemangatsehinggapenulisdapatmenyelesaikangelarsarjana.

Semogabantuan yang bapak, ibu, dan rekan-rekanberikanmendapatimbaldari Yang Maha Kuasa dan penulis juga berharaphasilpenelitian yang sederhanainidapatmemberikanmanfaatbagiperusahaan, pembaca, pelakubisnis dan pihak lain yang tidakdapatpenulissebutkansatupersatusertaperkembanganilmupengetahuan.

Jakarta, 3 September 2020

Abdul Kapsharudin

NIM : 2016511114

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	v
Daftar Lampiran	v
Kata Pengantar	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran	8
2.1.2. Kualitas Pelayanan	9
2.1.3. Promosi	11
2.1.4. Keputusan Konsumen	15
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Pendahuluan	23
2.4. Hipotesis	24

BAB 3 METEDEOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.2. Disain Penelitian	25
3.3. Operasional Variabel.....	27
3.4. Populasi, Sampel dan Metode Sampling.....	29
3.5. Metode Pengumpulan Data	30
3.6. Instrumentasi Variabel Penelitian	32
3.7. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	33
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Hasil Penelitian	40
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.2. Visi dan Misi SMK BIT Bina Aulia.....	41
4.1.3. Struktur Organisasi SMK BIT Bina Aulia	42
4.1.4. Gambaran Umum Responden	48
4.1.5. Uji Validitas dan Realibilitas	50
4.1.6. Analisis Data	54
4.1.7. Uji Normalitas	54
4.1.8. Uji Multikolinearitas	55
4.1.9. Uji Asumsi Autokorelasi	56
4.1.10. Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	57
4.1.11. Pengujian Hipotesis	60
4.1.12. Pembahasan Penelitian	64
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Saran.....	65
5.2. Kesimpulan	66
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. PenelitianTerdahulu.....	18
Tabel 3.1. PelaksanaanPenelitian	25
Tabel 3.2. OperasionalisisVariabel.....	27
Tabel 3.3. SebaranPopulasi Dan Sampel	30
Tabel 4.1. Data RespondenBerdasarkanUmur	49
Tabel 4.2, Data RespondenBerdasarkanJenisKelamin	49
Tabel 4.3. Uji ValiditasVariabelKualitasPelayanan (XI).....	50
Tabel 4.4. Hasil Uji Realibilitas (X1)	51
Tabel 4.5. Hasil Uji ValiditasVariabelPromosi (X2).....	52
Tabel 4.6. Hasil Uji Realibilitas (X2)	52
Tabel 4.7. Hasil Uji ValiditasVariabelKeputusan MenjadiSiswa(Y).....	53
Tabel 4.8. Hasil Uji ReabilitasVariabelKeputusan MenjadiSiswa(Y)	53
Tabel 4.9. Uji Multikolonieritas	54
Tabel 4.10. Hasil Uji Autokorelasi	56
Tabel 4.11. KoefisienDeterminasi (R^2).....	58
Tabel 4.12. ANOVA	59
Tabel 4.13. Koefisien.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Alur Pikir.....	23
Gambar 3.1. Variabel Terikat.....	26
Gambar 4.1. Logo	42
Gambar 4.2. Struktur Organisasi	43
Gambar 4.3. Uji Normalitas	54
Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Persetujuan Kuisioner Penelitian.....	69
Lampiran 2. Kuisioner Penelitian.....	70
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	74
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Promosi (X2).....	76
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Keputusan Menjadi Siswa (Y).....	78
Lampiran 6. Data Responden Berdasarkan Karakteristik Usia dan Jenis Kelamin... ..	80
Lampiran 7. Output Uji Validitas dan Realibilitas Kualitas Pelayanan (X1)	81
Lampiran 8. Output Uji Validitas dan Realibilitas Promosi (X2).....	81
Lampiran 9. Uji Validitas dan Realibilitas Keputusan Menjadi Siswa (Y)... ..	82
Lampiran 10. Output Uji Normalitas	83
Lampiran 11. Output Uji Multikolinieritas	83
Lampiran 12. Output Uji Autokorelasi	83
Lampiran 13. Output Uji Heteroskedastisitas	84
Lampiran 14. Output Uji Koefisien Determinasi	84
Lampiran 15. Hasil Uji-t Koefisien dan uji-F Regresi Linier Berganda	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

SMK BIT Bina Auliadidirikan pada tahun 2003 di bawah naungan Yayasan Pendidikan Islam Sa'datud Dai'an. SMK BIT Bina Auliadidirikan karena belum adanya suatu lembaga pendidikan formal Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di wilayah Bojonegara, serta yang sesuai dengan tuntutan zaman yaitu, dengan biaya murah tetapi mempunyai kualitas keilmuan dan seimbang di bidang ilmu teknologi dan agama (dunia dan akhirat).

Menyadari ketinggian tuntutan pasar kerja ataupun kelulusan yang dibutuhkan dari suatu lembaga pendidikan (sekolah) dari waktu ke waktu semakin berat semakin ketat. Maka SMK BIT Bina Auliadidirikan berusaha untuk memenuhi fasilitas-fasilitas yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan dunia pendidikan terkini diantaranya: Laboratorium Komputer, Laboratorium Penjualan, Laboratorium Bahasa, Perpustakaan, Koperasi, Sarana Ibadah, Sarana Olah raga, Kegiatan Penyaluran Minat Bakat, penyediaan beberapa *counter outlet* bidang usaha tertentu, serta adanya pelatihan-pelatihan kerja bagi para siswa baik di perusahaan ataupun *counter outlet*.

Disamping tersedianya berbagai fasilitas untuk menunjang kebutuhan siswa, digunakannya sistem pendidikan yang sesuai dengan tuntutan zaman dan pasar kerja

(Nasional/Internasional). SMK BIT Bina Aulia juga didukung oleh pengajar-pengajar profesional dan praktisi dibidangnya guna mencapai optimalisasi pendidikan terpadu, agar dapat melahirkan lulusan-lulusan yang merupakan Sumber Daya Manusia unggul baik secara akademis ataupun kompetensi (*High Value of Human Resource*). Perkembangan kemajuan ilmu sekarang ini, menuntut setiap orang untuk terus melakukan perubahan dalam meningkatkan kualitas suatu instansi terutama meningkatkan pendidikan dan kemampuan. Sekolah dituntut untuk menyediakan pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Namun, penyediaan pelayanan yang berkualitas tidaklah mudah. Hal ini tercermin pada pemberitaan yang disampaikan melalui media massa mengenai lemahnya pelayanan yang diberikan sekolah. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Swasta akan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas apabila sekolah mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas dan sarana-prasarana yang memadai mendeskripsikan kepuasan peserta didik dan kepuasan orang tua peserta didik di SMK Bit Bina Aulia.

Sekolah menengah kejuruan merupakan sekolah-sekolah yang program pendidikannya mengarah kepada pemberian bekal kecakapan atau keterampilan khusus agar lulusan siap dalam memasuki dunia kerja. Departemen Pendidikan Nasional saat ini benar-benar serius untuk menempatkan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) pada posisi 70% berbanding 30% untuk SMA. Arah kesana bukan hanya legal formal, tapi bisa dilihat dari usaha memasarkan SMK agar diminati lulusan SLTP

dilakukan secara arif di berbagai media. Depdiknas juga merencanakan adanya provinsi Vokasi di Jawa Tengah menjadi yang pertama dalam program ini. Program dan kegiatan pembangunan pendidikan kejuruan diorientasikan pada tujuan strategis pembangunan pendidikan menengah kejuruan yang mengacu pada Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, yaitu “tersedianya dan terjangkau layanan pendidikan menengah kejuruan yang bermutu, relevan, dan berkesetaraan di semua provinsi, kabupaten, dan kota”. Selain itu, dalam Garis-garis Besar Program Pembinaan SMK Tahun 2012 yang disusun oleh Direktorat Pembinaan SMK Dirjen Pendidikan Menengah Tahun 2012 disebutkan bahwa prioritas pemerintah dalam pembangunan bidang pendidikan pada tahun 2009-2014 adalah “Peningkatan akses pendidikan yang berkualitas, terjangkau, relevan, dan efisien menuju terangkatnya kesejahteraan hidup rakyat, kemandirian, keluhuran budipekerti, dan karakter bangsa yang kuat.

Pembangunan bidang pendidikan diarahkan demi tercapainya pertumbuhan ekonomi yang didukung keselarasan antara ketersediaan tenaga terdidik dengan kemampuan: menciptakan lapangan kerja atau kewirausahaan, dan menjawab tantangan kebutuhan tenaga kerja”. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa salah satu prioritas pemerintah yaitu untuk meningkatkan akses pendidikan yang berkualitas. Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan sekolah untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumensasaran untuk membeli produk tersebut. Di Sekolah Bit Bina

Aulia mempromosikan dengan menggunakan media cetak yaitu brosur dan pamflet. Dan menggunakan media online yaitu facebook dan instagram.

Promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan pemasaran. Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa betapa pun bermanfaat suatu produk atau jasa tetapi jika tidak dikenal konsumen, maka produk tersebut tidak akan dibeli, oleh karena itu SMK BIT Bina Aulia harus berusaha menciptakan permintaan atau produk itu dan kemudian dipelihara dan dikembangkan.

Berdasarkan pengamatan awal yang penulis lakukan di temukan hal-hal sebagai berikut:

1. SMK BIT Bina Aulia harus selalu memaksimalkan kualitas dan fasilitas, peluasan parkir, yang menyangkut untuk meningkatkan kualitas pelayanan
2. SMK BIT Bina Aulia dalam pemanfaatan pemasaran melalui promosi untuk memberikan pemasaran yang luas dan dijangka masyarakat banyak.

Suatu sekolah yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk terus melakukan perubahan dalam meningkatkan kualitas suatu instansi terutama meningkatkan pendidikan dan kemampuan. Sekolah dituntut untuk menyediakan pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Berdasarkan latar belakang

di

atas makapenulistertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa pada SMK BIT Bina Aulia.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan menjadi siswa di kasus pada SMK BIT Bina Aulia dapat dirumuskan pokok permasalahan untuk penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi siswa di SMK BIT Bina Aulia?
2. Adakah pengaruh antara promosi terhadap keputusan menjadi siswa di Sekolah SMK BIT Bina Aulia?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen maka tujuan penelitian yang berhubungan dengan penelitian di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi siswa di SMK BIT Bina Aulia.

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi siswa di SMK BIT Bina Aulia.

1.4. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian mengenai kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan menjadi siswa di SMK BIT Bina Aulia adalah:

1. Manfaat Akademis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian di bidang pemasaran tentang bagaimana cara melakukan kualitas pelayanan dan promosi pada lingkungan akademik sekolah.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti dalam menerapkan ilmunya khususnya manajemen pemasaran yang berkaitan dengan promosi dan kualitas pelayanan, serta untuk menambah pengalaman tentang masalah-masalah yang berkaitan dengan manajemen marketing.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan referensi pertimbangan dan masukan dalam upaya meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan di SMK BIT Bina Aulia.

c. Hasil

daripenelitianiniidiharapkanadapatdigunakansebagaisumberinformasirefrensiyang berkaitan dengan pendidikan ataupun pemasaran promosi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan penelitian selanjutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Skripsi ini di bagidalam tiga bab yang tiap babnya di bagikedalam beberapa sub-bab rincinya untuk masing-masing bab adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dalam memenuhi kelengkapan ketentuan pada penyusunan Skripsi.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA Bab ini berisikan teori dan pengertian yang berkaitan antara hubungan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis di mana landasan teori yang berkaitan dengan topic penelitian ini mencakup teori mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi terhadap keputusan menjadi siswa.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN Bab ini akan membahas mengenai jenis penelitian, jenis dan sumber data, definisi operasional, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, alat instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan baburaian mengenai hasil penelitian dan analisis atau pembahasan hasil penelitian. Dalam hal ini, mengetengahkan penjelasan deskripsi mengenai objek penelitian. Disamping itu juga penjelasan tentang analisis atau pembahasan hasil penelitian, berupa data-data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, khususnya pembahasan mengenai analisis korelasi dan regresi serta tentang implikasi manajerialnya.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan dan telah dibahas dari bab sebelumnya.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1. Manajemen Pemasaran

2.1.1.1. Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadikan konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan mempromosikan barang. Seseorang yang bekerja di bidang pemasaran disebut pemasar.

Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju..

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:27) menyatakan bahwa, Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun

hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Menurut Ali Hasan (2013:4), "Pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Menurut

Jhon w. Mullins & Orville C. Walker, Jr (2013:5) adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan yang diperlukan mengaktifkan individuals dan organisasi untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui bertukar dengan lain dan mengembangkan hubungan bertukar berkelanjutan.

Beberapa definisi pemasaran yang dikemukakan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial atau fungsi organisasi dalam kegiatan bisnis yang bertujuan untuk menyalurkan atau mendistribusikan barang-barang dalam rangka memuaskan kebutuhan konsumen.

Tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya, idealnya pemasaran menyebabkan pelanggan siap membeli sehingga yang tinggal hanyalah bagaimana membuat produknya tersedia.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2012: 214) *“any act or performance that one party can offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or not be tied to a physical product”*. Yaitu dalam sebuah performa dan sikap pada pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang intinya tidak berwujud dan tidak dimiliki oleh apapun yang produksinya tidak terikat pada produk fisik. Selain itu, Goetsch dan David dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011: 164), adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan Ratnasari dan Aksa (2011:107), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima/diperoleh. Berdasarkan beberapa definisi di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa kualitas pelayanan adalah bentuk pengukuran terhadap nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan harapan konsumen.

2.1.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan cara untuk mengukur aktivitas pelayanan suatu organisasi melalui kinerja petugasnya terhadap konsumen sebagai pengguna jasa. Di dalam hal ini yang perlu dipahami adalah bahwa pelayanan berupa suatu aktivitas yang dijalankan untuk memberi manfaat bagi konsumen sebagaimana yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perseorangan. Dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 232) yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil.

2. Empati (*Empathy*)

Syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

3. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

4. Keresponsifan (*Responsiveness*)

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap.

5. Keyakinan (*Assurance*)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan..

Dari beberapa definisi kualitas pelayanan yang telah dijelaskan sebelumnya, Dari beberapa pendapat, dapat diambil garis besar bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung.

2.1.3. Promosi

2.1.3.1. Definisi Promosi

Salah satu untuk membantuperusahaandalammengadakangkomunikasidengankonsumenadalah promosidapatdisampaikaninformasiberupapengetahuanmengenaiproduk yang ditawarkan. Berikutadalahpengertianpromosimenurut para ahli: Kotler dan Armstrong (2014:76) mendefinisikanpengertianpromosisebagaiberikut, *Promotion refers to activities thatcommunicate to merits of the product and persuade target customers to buy it*.DefinisitersebutmenyatakanbahwaPromosi; mengacu pada kegiatanberkomunikasidua Merit produk dan membujukpelanggansasaranuntukpembeli.

RambatLupiyoadi (2013:92) mendefinisikanpengertianpromosisebagaberikut,Promosiadalahkegiatan yang dilakukanperusahaanuntukmengkomunikasikanmanfaatproduk dan sebagaialatuntukmempengaruhikonsumendalamkegiatanpembelianataupenggunaanjas asesuaidengankebutuhan.Berbedahalnyadenganpengertianpromosimenurut Stanton yang dikutip olehBuchari Alma (2013:179) yang mendefinisikanpengertianpromosisebagaiberikut, *Promotion is an exercise in information, persuasion and conversely, a person who is persuaded is also being informed*.

DefinisitersebutmenyatakanbahwaPromosiadalahlatihandalaminformasi,persuasi dan

sebaliknya, oleh orang membujuk menjadi informan atau orang yang memberi informasi. Berdasarkan definisi di atas, promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada tujuan dengan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan naiknya angka penjualan.

2.1.3.2. Indikator Promosi

Dalam mengkomunikasikan produknya ke konsumen, perusahaan dapat melakukannya melalui beberapa alat promosi yang dikenal dengan bauran promosi. Bauran promosi adalah seperangkat alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:582) pengertian masing-masing alat promosi sebagai berikut:

1. Advertising (Periklanan)

Setiap dibayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi melalui media yang print (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, satelit, nirkabel), media electronic (rekaman, rekaman video, videodisk, CDROM, halaman Web), dan media display (billboard, tanda-tanda, poster).

2. Sales Promotion (Promosi penjualan)

Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau layanan termasuk promosi pelanggan (seperti sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan (seperti iklan dan display tunjangan), dan bisnis dan penjualan pasokan promosi (kontes untuk repetisi dijual).

3. *Event and Experiences* (Acara dan pengalaman)

Kegiatan dan program yang dirancang untuk menciptakan hari-hari Perusahaan yang disponsori atau khusus terkait merek interaksi dengan konsumen, termasuk olahraga, seni, entertainment, dan acara co-sertakan kegiatan yang kurang formal

4. *Social Relationship and Publication* (Hubungan masyarakat dan publisitas)

Sebuah variety program diarahkan secara internal untuk karyawan perusahaan atau eksternal untuk pelanggan, bentuk-bentuk lain, pemerintah, dan media untuk mempromosikan produk citra perusahaan atau komunikasi produk individu.

5. *Online and Social Media Marketing* (Secara online dan media sosial pemasaran)

Kegiatan online dan program yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra, atau menimbulkan penjualan produk dan layanan.

6. *Mobile Marketing* (Pergerakan pasar)

Suatu bentuk khusus dari pemasaran online yang menempatkan komunikasi pada ponsel konsumen seluler, ponsel pintar, atau tablet.

7. *Direct and database marketing* (Basis data pemasaran dan langsung)

Penggunaan mail, telepon, fax e-mail, atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau memintatanggapan atau dialog dari pelanggan tertentu dan prospek.

8. *Personal selling* (Penjualan secara pribadi / langsung)

interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon karyawan untuk tujuan membuat presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanan.

Berdasarkan definisi di atas promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada tujuan dengan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan naiknya angka penjualan.

2.1.4. Keputusan Konsumen

2.1.4.1. Definisi Keputusan Pembelian Konsumen

Tujuan pemasaran adalah apa yang akan dicapai oleh perusahaan melalui adanya kegiatan pemasaran. Jika kepuasan dan kebutuhan konsumen

terpenuhi maka akan berdampak pada hasil penjualan produknya meningkat dan pada akhirnya tujuan pemasaran akan tercapai yakni memperoleh keuntungan atau laba.

Menurut J.Paul Peter Jerry C Olson (2013:06) Definisi keputusan konsumen adalah sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan.

Menurut Hawkins (2013:18) *Customer behavior is the study of individuals, groups, or organizations and the processes they use to select, secure, use, and dispose of products, services, experiences, or ideas to satisfy needs and the impacts that these processes have on the customer and society.* Definisi tersebut menjelaskan bahwa perilaku pelanggan adalah studi tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, aman, penggunaan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampak bahwa proses ini memiliki pada pelanggan masyarakat. Menurut Michael R. Solomon (2015:28) *Customer behavior is the study of the processes involved when individuals or groups select, purchase, use, or dispose of products, services, ideas, or experiences to satisfy needs and desires.* Definisi tersebut menjelaskan bahwa Perilaku pelanggan itu adalah studi tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok pilih, pembelian, penggunaan, atau membuang produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

2.1.4.2. Indikator Keputusan Konsumen

Dalam mempelajari keputusan pembelian konsumen, seorang pemasar harus melihat hal-hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan membuat suatu ketetapan konsumen membuat keputusan pembeliannya, yaitu:

1. Pengenalan Masalah

Peng analisisan ini ditujukan untuk mengetahui adanya masalah atau kebutuhan yang belum terpenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus dipenuhi. Jadi dari tahap ini proses pembelian itu mulai dilakukan.

2. Pencarian informasi dan penilaian sumber

Dalam kedua proses pembelian ini sangat berkaitan dengan pencarian informasi tentang sumber-sumber dan nilainya, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dirasakan. Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif. Pencarian informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan ke beberapa toko untuk membuat perbandingan harga dan kualitas produk, sedangkan pencarian informasi pasif mungkin hanya dengan membaca suatu iklan di majalah atau surat kabar yang mempunyai tujuan khusus dalam pikirannya tentang amaran produk yang diinginkan. Dari penilaian sumber-

sumber pembelian ini akan diperoleh beberapa alternatif pembelian yang dapat dilakukan konsumen.

3. Evaluasi alternatif

Tidak ada proses tunggal dan sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau oleh salah satu konsumen dalam semua situasi pembelian. Keadaan ini berarti setiap konsumen pasti memiliki beberapa alternatif sebelum akhirnya menentukan pilihan. Beberapa konsep dasar dari proses evaluasi konsumen adalah yang pertama konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang di gunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

4. Keputusan membeli

Keputusan untuk membeli merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap-tahap dinamik dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan membeli atau tidak. Bila konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kualitas, kuantitas, waktu pembelian dan pembayarannya.

5. Perilaku sesudah pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Dalam tahap ini, konsumen mungkin mengalami disonansi kognitif (keraguan yang mengikut ketepatan keputusan pembelian). Pemasar biasanya berusaha meminimumkan disonansi kognitif konsumen dengan berbagai strategi, diantaranya melakukan kontrak pembelian dengan konsumen, menyediakan garansi dan jaminan sertamemperkuat keputusan konsumen melalui iklan perusahaan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Rosvita Dua Le mbang, 2010	Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga berpengaruh positif dan keputusan pembelian.	Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen (siswa) dengan analisis regresi linier	Menganalisis suatu kualitas pelayanan terhadap sekolah SMK dengan keputusan siswa di SMK BIT BINA AULIA

		<p>Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.</p> <p>Variabel cacaberpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi, hal ini berarti keputusan di pengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga promosi, dan cuaca. Sedangkan sisanya dapat di jelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak di teliti oleh peneliti ini.</p>	beganda	
2	Mochamad Rizky Arwiedya, Semarang 2011	<p>Y adalah variabel keputusan pembelian, X1 adalah variabel harga, X2 adalah variabel jenis media promosi, X3 adalah resiko kinerja sedangkan yang terakhir adalah X4 yaitu keragaman produk.</p> <p>Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketig variabel independen yang diteliti yaitu variabel harga, jenis media promosi dan keragaman produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.</p> <p>Sedangkan satu variabel independen resiko kinerja berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.</p> <p>Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa keempat variabel independen memang layak untuk menguji variabel keputusan pembelian.</p>	Menganalisis pengaruh promosi sebagai variabel independent terhadap keputusan pembelian atau konsumen (siswa) dengan analisis regresi linier beganda	Menganalisis suatu penelitian dengan memakai 2 variabel independen yaitu X1 dan X2 dan hanya dengan keterangan kualitas pelayanan terhadap sekolah SMK dengan keputusan di dalam jurnal di SMK BIT BINA AULIA
3	Febryan, Sandy, Zainul	<p>Hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa variabel-variabel bebas meliputi iklan, Penjualan Langsung,</p>	Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian atau konsumen	Menganalisis suatu penelitian dengan 2 variabel dan x1 sebagai kualitas pelayanan

	Arifin Dan Fransisca Yani ngwati, MALA NG2012	Promosi Penjualan, dan Publisitas berpengaruh terhadap Proses Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 74.880 dengan probabilitas F hitung sebesar ($p < 0,05$). Besarnya kontribusi dari keempat variabel bebas tersebut secara bersama-sama terhadap Proses Keputusan Pembelian adalah 52,1%, sedangkan sisanya 47,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa secara sendiri-sendiri keempat variabel bebas yang meliputi iklan, Penjualan Langsung, Promosi Penjualan, dan Publisitas keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini juga dapat diketahui bahwa variabel Promosi Penjualan memiliki pengaruh dominan terhadap Struktur Keputusan Pembelian.	(siswa) dengan analisis regresi linier berganda	yanan mencari pengaruh terhadap sekolah SMK dengan keputusan di dalam jurnal di SMK BIT BINA AULIA
4	Carla Mediana Riwati Putri (2017)	Hasil menunjukkan bahwa promosi dan kualitas layanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan sampel 62 responden bertujuan untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan dan parsial dari promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen.	Menganalisis kualitas pelayanan dan pengaruh promosi sebagai X1 dan X2 variabel independen terhadap keputusan pembelian konsumen (siswa)	Menganalisis kualitas pelayanan dan pengaruh promosi sebagai terdapat keputusan pembelian atau konsumen pada siswa di sekolah SMK BIT BINA AULIA
5	Mohamad H.P. Wijaya, Manad	Sampel yang digunakan sebanyak 75 responden dari populasi 300 konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara	Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen	Menganalisis suatu penelitian dengan 2 variabel dan x1 sebagai kualitas

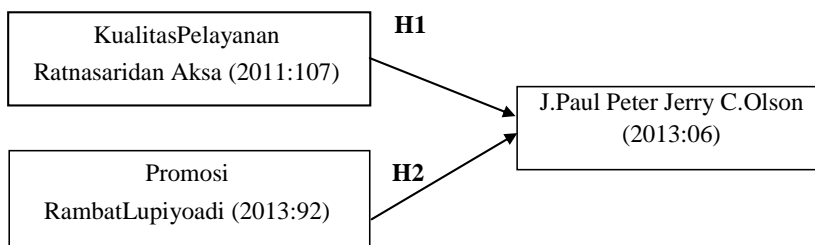
	o, 2013	multan dan parsialvariabelpromosi, citramerek, dan salurandistribusiberpengaruhsignifikanterhadapkeputusanpembeliankonsumen. Terminix cabang Manado sebaiknya mempertahankan dan meningkatkanpromosi, citramerek, sertasalurandistribusisehinggakeputusanpembeliankonsumendapatmeningkat.	(siswa)	yananmencaripekerjaan terhadapsekolah SMK dengankeputusaniswawadalammenjadiswa di SMK BIT BINA AULIA
6	Siti Nurhayati Yogyakarta, 2017	Berdasarkanhasil uji t dapatdiketahuibahwavariabelpromosi berpengaruhsecarasignifikanterhadap keputusanpembelian, sedangkanvariabelcitramerek dan hargatidakberpengaruhsecarasignifikanterhadapkeputusanpembelian.	Menganalisispengaruhpromositerhadapkeputusanpembelianataukonsumen (siswa) dengananalisisregresilinier berganda	Menganalisispengaruhkualitaspelayanant terhadapkeputusanmenjadiswa di Sekolah SMK BIT BINA AULIA
7	Tatang Mulyana 2016	Hasil penelitianmenyatakanbahwasecarasimultanterdapatpengaruhkualitaspelayanan dan promositerhadapkeputusanpembelian, artinyakonsumenmempertimbangkan kualitaspelayanan dan promosidalammemutuskanuntukmelakukanpembelian dan secaraparsialterdapatpengaruhkualitaspelayanant terhadapkeputusanpembelian pada PT. Arista Garut dan terdapatpengaruhpromositerhadapkeputusanpembelian pada PT. Arista Garut.	Menganalisispengaruhkualitaspelayanan denganketeranganvariabel X1 dan variabel X2 yaitupromositerhadapkeputusanpembelianataukonsumen (siswa) dengananalisisregresilinier berganda	Menganalisiskualitaspelayanan dan promositerhadapkeputusanmenjadiswa di Sekolah BIT BINA AULIA
8	Miftakul Janah 2017	Teknik analisis data yang digunakandalampenelitianiniadalah model regresi linier berganda. Hasil dalampenelitianinimenunjukkanbahwawakualitaspelayananmempunyai pengaruhpositif dan signifikanterhadapkeputusanpembelian pada online shop Dewi Hijab Surabaya,	Menganalisispengaruhkualitaspelayanan denganketeranganvariabel X1 terhadapkeputusanpembelianataukonsumen (siswa) dengananalisisregresilinier berganda	Menganalisispengaruhdengan 2 variabel yaitukualitaspelayanan dan promositerhadapkeputusanmenjadiswa di Sekolah BIT BINA AULIA

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Promosi memegang peranan penting atau berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Sebaiknya mungkin menjelaskan Kualitas Pelayanan yang ditawarkan agar calon konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut, promosi sangat berperan penting terhadap proses keputusan pembelian konsumen

Gambar 2.1

Alur Pikir



Keterangan :

Variabel Independent : Kualitas Pelayanan dan Promosi

Variabel Dependent : Keputusan Menjadi Siswa

: Garis

panah menunjukkan pengaruh Variabel Independen terhadap V

ariabel Dependen

Untuk menguji hipotesis yang akan ditunjukkan, maka peneliti menentukan Variabel-variabel yang hendak di ketahuikedudukannya, antarlain :

1. Variabel *Independent* merupakan variabel yang keadaannya tidak di pengaruhi oleh variabel lainnya, yang menjadivariabel independent dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Promosi.
2. Variabel *Dependent* Merupakan variabel yang keberadaannya di pengaruhi oleh variabel lain, yang termasuk variabel dalam penelitian ini adalah Keputusan Menjadi Siswa Di SMK BIT Bina Aulia.

2.4. Hipotesis Penelitian

Penelitian ini memerlukan Hipotesis yang dimana Hipotesis sangat penting untuk menentukan jawaban sementara atas pokok masalah. Berikut rumusan hipotesis yang penulis kemukakan sebagai berikut :

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi siswa Di SMK BIT Bina Aulia.

H2 : Promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi siswa Di SMK BIT Bina Aulia.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di SMK BIT Bina Aulia, pada bulan Desember 2019

Tabel 3.1
Rencana Penelitian Skripsi

Kegiatan	Mei 2020		Juni 2020				Juli 2020			Agustus 2020		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
Penelitian Pendahuluan												
Penyusunan Skripsi												
Pengumpulan Data												
Analisis Data												
Pelaporan												

3.2. Desain Penelitian

Menurut Sugiono (2009 : 60), “ Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penulisan skripsi ini terdapat dua variabel yang akan dianalisis, yaitu:

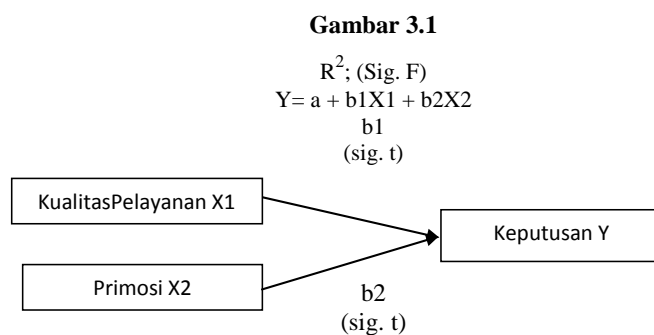
- Variabel Bebas (Variabel *Independen*)

Variabel independen ini sering disebut variable stimulus, predictor atau antecedent. Dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai variable bebas. Menurut Sugiono (2009:59) “Variabel bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable terikat”. Dalam penelitian ini terdapat dua variable bebas, yaitu variable X1 adalah Kualitas Pelayanan dan variable X2 adalah Promosi.

- Variabel Terikat (Variabel *Dependen*)

Variabel dependen ini sering disebut output, kriteria atau konsekuensi. Dalam Bahasa Indonesia disebut variable terikat. Menurut Sugiono (2009:59). “Variabel terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable bebas”. Dalam penelitian ini terdapat satu variable terikat atau disebut variable Y, yaitu Keputusan Pembelian Konsumen.

Kerangka pengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini sebagai berikut :



3.3. Operasionalisasi Variabel

Definisi konseptual dan operasionalisasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Ratnasari dan Aksa (2011:107), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima/diperoleh.	a. Berwujud (<i>Tangible</i>)	1-3
	b. Empati (<i>Emphaty</i>)	4-6
	c. Keandalan (<i>Reliability</i>)	7-8
	d. Keresponsifan (<i>Responsiveness</i>)	9-10
Rambat Lupiyoadi (2013:92) Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan	a. <i>Advertising</i> (Periklanan)	1-3
	b. <i>Sales Promotion</i> (Promosi penjualan)	4-6
	c. <i>Event and Experiences</i> (Acara dan pengalaman)	7-10

Menurut J.Paul Peter Jerry C Olson (2013:06) Definisi keputusan konsumen adalah sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan.	a. Faktor Budaya	1-3
	b. Peran dan Status	4-5
	c. Faktor Pribadi	6-7

3.3.1. Pengukuran Variabel

Indikator – indikator dari masing-masing variabel dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala Likert yang dirancang untuk menilai sejauh mana responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan. Skala Likert digunakan untuk mengukur respons subjek dalam 5 poin skala dengan interval yang sama (Puspowarsito, 2008). subjek dalam 5 poin skala dengan interval yang sama. Jadi, Indikator-indikator dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala Likert 5 tingkat dengan kriteria:

Sangat Setuju (SS) skor 5
Setuju (S) skor 4

Netral (N) skor 3

TidakSetuju (TS) skor 2

SangatTidakSetuju (STS) skor 1

3.4. Populasi , Sampel dan Metode Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi Menurut Sugiyono (2016: 80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada SMK BIT Bina Auliapenelitianiniadalahsiswa yang berjumlah369siswa.

3.4.2. Sampel dan Metode Sampling

Sampeladalahbagian (subset) daripopulasiyaitusejumlah orang, peristiwa, benda, atauobyekt tertentu yang dipilih daripopulasiuntukmewakilipopulasitersebut (Mulyanto dan Wulandari, 2010: 100). Sampel pada penelitianiniadalahsebagiandari369siswa di SMK BIT Bina Aulia.Teknik sampling menggunakan*accidental sampling*.JumlahsampelditentukandenganrumusSlovin (Mulyanto dan Wulandari, 2010: 103) dengan margin error 10% yaitusebagaiberikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{369}{1 + (369 \cdot 0.10^2)}$$

$$n = 78.67 = 79$$

keterangan

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah Populasi

e = Margin Error 10 %

Agar memenuhi persyaratan minimal jumlah sampel dan memudahkan penelitian maka jumlah sampel penelitian ditetapkan sebanyak 79 siswa

Tabel 3.3.

Sebaran Populasi dan Sampel

Kelas	Populasi	Sampel
12	369	$(116/369) \times 79 = 25$
11	369	$(113/369) \times 79 = 24$
10	369	$(140/369) \times 79 = 30$

3.5. Metode Pengumpulan data

Data yang dikumpulkan dalam pelaksanaan penelitian berupa data kualitatif dan kuantitatif, yang sumbernya dari:

- a. Data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari objek penelitian, yang diperoleh melalui metode-metode pengumpulan data, untuk dikemudian diolah oleh penulis.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang telah jadi (data yang telah diolah). Data yang tersedia seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, maupun data berupa laporan keuangan.

3.5.1. Sumber Data

UntukMemperoleh data yang diperlukangunamendukungpenelitianini, data tersebutdapatdiperolehdari :

1. Informan, yaitu orang yang dapatmemberikanketeranganentangkeadaantertentu. Dalamhaliniinformanadalahpimpinan Institusi, bagian kesiswaaan, dan kepalaSMK BIT Bina Aulia.
2. Responden, yaitu orang – orang yang dapatmenerangkantentangdirinya yang mempunyaidokterlibatanlangsungdalamkegiatan yaitusiswa kelasreguler SMK BIT Bina Aulidenganketerangandeskriptifusia 15-20 tahun dan 21-30 tahun.

3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Studikepustakaanadalahmetodepengumpulan data yang dilakukandenganmencariinformasimelaluisumber tulisan/bacaanuntukmemberikanlandasanteori dan pengarahandalampenelaahanthadap permasalahan penelitian.
- b. MetodeObservasiadalahteknikpengumpulan data dengancaramelakukanlangsung diSMK BIT Bina Auliyaitumelihat, mencatat, mengadakanpertimbangankemudianmelakukanpenelitiankedalamsuatu skalabertingkat.

- c. Kuesioner (Angket) adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar isian atau daftar pernyataan yang telah dibuat oleh peneliti untuk diajukan kepada subyek penelitian.

3.6. Instrumen Variabel

3.6.1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur atau instrumen pengukur dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Alat yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai alat ukur yang memiliki validitas rendah (Sugiyono 2010).

Uji validitas dihitung dengan menggunakan korelasi Pearson, dimana kuesioner dikatakan valid apabila r hitung (Corrected Item Total Correlation) $> r$ tabel dan kuesioner dikatakan tidak valid apabila r hitung $< r$ tabel.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata reliability. Pengukuran yang dimiliki reliabilitasnya tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (reliable). Meskipun reliabilitas mempunyai beberapa nama lain seperti keterpercayaan,

keterhandalan, kestabilan, konsisten dan sebagainya (Sugiyono:2010). Uji reliabilitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan cronbach's alpha untuk pengujian tersebut, setelah dilakukan pengukurannya menggunakan menggunakan program SPSS. Cronbach's Alpha merupakan uji reliabilitas untuk alternative jawaban lebih dari dua. Menurut Sugiyono (2011:184) suatu instrument dinyatakan reliabel bila koefisien realibilitas koefisien cronbach's Alpha minimal 0,6.

3.7. Metode Analisa dan Pengujian Hipotesis

3.7.1. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier ganda. Analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan data penelitian. Analisis regresi linier ganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan tipe data metrik (Interval atau Rasio). Analisis regresi linier ganda didahului uji persyaratan analisis yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi linier ganda dapat diterima secara ekonometrik karena memenuhi penaksiran BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) artinya penaksiran tidak bias, linier dan konsisten. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas, linieritas, multikolinieritas, autokorelasi, dan

heteroskedastisitas, yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Mulyanto dan Wulandari, 2010: 181) :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut (Imam Ghozali 2016:154) yaitu untuk mengetahui apakah data pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau tidak normal sama sekali. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parameter tidak dapat digunakan. Normalitas data pada analisis regresi linier ganda dalam penelitian ini dilakukan secara grafik yaitu menggunakan Normal P-P Plot. Normalitas terpuhijik titik-titik grafik normal P-P Plot menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal grafik.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menurut (Imam Ghozali 2016:103) yaitu untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen,

jika variabel independens saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasinya sama dengan nol.

Multikolinieritas yaitu adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas yang diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk memastikan tidak terjadi multikolinieritas yang menunjukkan variabel bebas satu dengan lainnya setara (independen). Tidak terjadinya multikolinieritas dapat dipenuhi uji pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF dan Tolerance yaitu jika:

- Nilai tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1 dan atau lebih besar daripada 0.2
- Nilai VIF seluruh variabel independen berada di seputar angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10.

c. Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi dimana pengujian dilakukan dengan melihat nilai Durbin-Watson hasil pengolahan data dibandingkan dengan nilai d_l dan d_u pada Durbin-Watson tabel dengan kriteria sebagai berikut :

- $1.21 < DW < 1.65 =$ tidak dapat disimpulkan
- $2.35 < DW < 2.79 =$ tidak dapat disimpulkan
- $1.65 < DW < 2.35 =$ tidak terjadi autokorelasi
- $DW < 1.21$ dan $DW > 2.79 =$ terjadi autokorelasi

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi ganda tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan secara grafis yaitu dengan melihat titik-titik pada grafik scatter plot. Apabila titik-titik tersebar tidak membentuk suatu pola tertentu seperti segitiga, segi empat, lengkung yang beraturan dan sebagainya maka uji asumsi ini terpenuhi.

3.7.1.1. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk menganalisis kemampuan variabel independen Promosi dan Pelayanan dalam menjelaskan variabilitas variabel Keputusan memilih siswa dalam model persamaan regresi yang dihasilkan dalam analisis. Hasil analisis berupa nilai koefisien determinasi R Square (R^2) yang menunjukkan berapa persentase kontribusi dari variabel Promosi dan Pelayanan pada model dalam menjelaskan reliabilitas nilai dari variabel Keputusan Menjadi Siswa.

3.7.1.2. Model Persamaan Regresi Linier Ganda

Model persamaan regresi linier ganda dengan dua variabel independen dan satu variabel dependen adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Promosi

Y = Keputusan Menjadi Siswa

a = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Promosi

b2 = Koefisien Regresi Pelayanan

3.7.2. Uji Model

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji kelayakan model yaitu menganalisis kemampuan model persamaan regresi linier ganda dalam menjelaskan pengaruh Promosi dan *Pelayanan*. Terhadap Keputusan Menjadi Siswa. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ho : $\beta = 0$: model tidak baik/tidak layak

Ha : $\beta \neq 0$: model baik/layak

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-F yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). digunakan untuk menguji hipotesis keempat penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika Sig F $< \alpha$, maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya model hasil penelitian layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan menjadi siswa di SMK BIT BINA AULIA.

- Jika $\text{Sig } F > \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya model hasil penelitian tidak layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Siswa di SMK BIT BINA AULIA.

3.7.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan uji-t. Pengujian hipotesis dalam penelitian sebanyak dua kali sesuai dengan hipotesis penelitian.

1. Uji hipotesis pertama

- Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi siswa di SMK BIT BINA AULIA.. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_a : b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas ($\text{sig } t$) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{sig } t < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh Promosi terhadap Keputusan Mendaftar Siswa di SMK BIT BINA AULIA.

- Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Mendaftar Siswa di SMK BIT BINA AULIA.

2. Uji hipotesis kedua

- Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Promosi dan *Pelayanan* terhadap Keputusan Menjadi Siswadi SMK BIT BINA AULIA. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut :

$H_{20} : b_2 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_{2a} : b_2 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan

uji-t

yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig-t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha =$

0.05).

kriteria

yang

digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{sig } t < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa di SMK BIT BINA AULIA.
- Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh *Pelayanan* terhadap Keputusan Menjadi Siswadi SMK BIT BINA A

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1.1. Sejarah Singkat SMK BIT Bina Aulia

SMK BIT Bina Auliadidirikan pada tahun 2003 di bawahnaungan Yayasan Pendidikan Islam Sa'datudDai'a. SMK BIT Bina Auliadidirikankarenabelumadanyasuatu lembagapendidikan formal SekolahMenengahKejuruan (SMK) di wilayah Bojungkulur, serta yang sesuaidengantuntutan zaman yaitu, denganbiayamurahtapimempunyaikualitaskelompok dan seimbang di bidangilmuteknologi dan agama (dunia dan akhirat). Menyadariakantingginyamututuntutan pasar kerjaataupunkelulusan yang dibutuhkandarisuatu lembagapendidikan (sekolah) dariwaktukewaktu semakinberatsemakin ketat. Maka SMK BIT Bina Auliaselaluberusahauntukmemenuhifasilitas-fasilitas yang dimilikisesuaidengankebutuhan dunia pendidikanterkinidiantaranya: LaboratoriumKomputer, LaboratoriumPenjualan, Laboratorium Bahasa, Perpustakaan, Koperasi, Sarana Ibadah, Sarana Olah raga, KegiatanPenyaluranMinatBakat, penyediaanbeberapa counter outlet

bidang usaha tertentu, serta adanya pelatihan-pelatihan kerja bagi para siswa baik di perusahaan ataupun counter outlet. Disamping tersedianya berbagai fasilitas untuk menunjang kebutuhan siswa, digunakannya sistem pendidikan yang sesuai dengan tuntutan zaman dan pasar kerja (Nasional/Internasional). SMK BIT Bina Aulia juga didukung oleh pengajar-pengajar profesional dan praktis di bidangnyagunamencapai optimasi pendidikan terpadu, agar dapat melahirkan lulusan-lulusan yang merupakan Sumber Daya Manusia unggul baik secara akademis ataupun kompetensi (High Value of Human Resource).

MAKNA LOGO

Gambar 4.1.



4.1.2. Visi dan Misi SMK BIT Bina Aulia

4.1.2.1. Visi SMK BIT Bina Aulia

VISI :Menjadikan SMK sebagai Lembaga Pendidikan dan Pelatihan yang Berorientasi pada Keunggulan dengan Dilandasi Religi dan Budaya

4.1.2.2. Misi SMK BIT Bina Aulia

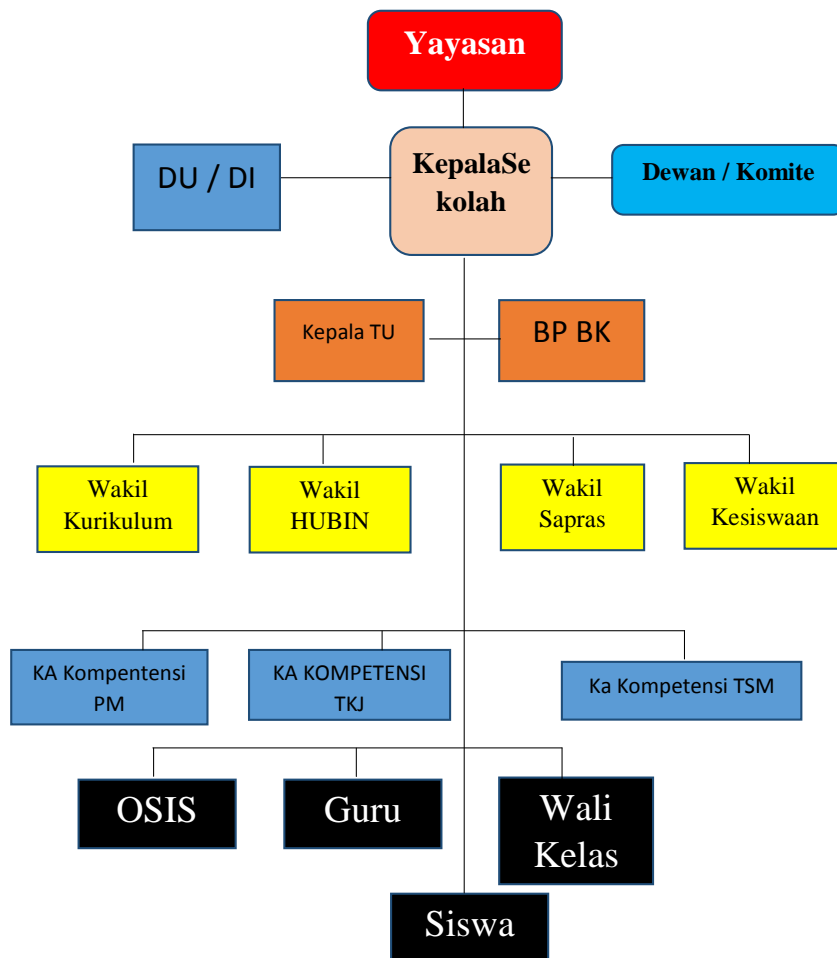
MISI :

1. Menghasilkantanaman yang kompetendibidangnyasehinggadapatbersaingdipasarkerjanasional
2. Menghasilkantanaman yang memilikikepribadianmandiri, jujur, ulet, dan berkalakulkarimah
3. Menghasilkantanaman yang kritis, aktif dan produktif
4. Menghasilkantanaman yang memilikipengetahuan, keterampilan dan sikap yang dapatmenunjangkelangsunganhidupnyadikemudianhari.

4.1.3. Struktur Organisasi SMK BIT Bina Aulia

Gambar 4.2.

Struktur Organisasi



Struktur Organisasi

Keterangan Struktur Organisasi SMK BIT Bina Aulia

Pendiri Yayasan	: KH. Ahmad Dimiyati
Ketua Pengurus Yayasan	: H. Muhammad Sunta
Kepala Sekolah	: Drs. Sobirin, MM
Wakil Kepala Sekolah	: Ahmad Marzuki, S.SY
Wakasek Bidang Kurikulum	: H. Tohirin.D, S.PD
Dewan Komite	: H. Mustakim
Bendahara Sekolah / Tata Usaha	: HJ. Yanti Sumiyati
Operator	: Asep Burhanuddin S.PD.I
Pengembangan Tenaga Kependidikan	: Adryan E. Pratama ST
Sarana Prasarana	: Asep Burhanuddin S.PD.I
Bimbingan Konseling	: Nurlaela, S.AG
Kompetensi Ahli PM	: Rachmat Muchtar, S.SE
Kompetensi Ahli TKJ	: Chusnul Chotimah, S.Komp
Kompetensi Ahli TSM	: IrH. Chumaedi

Guru :

1. Dra. Hj. St. Mexikowemi
2. Amila Z, SE
3. Hesti Triwahyuni, SIP
4. Samsudin, S.PD
5. ChusnulChotimahS.Kom M.PD
6. Siti Rokoyah, S.Hum
7. NengHastutiAmd. SE
8. Supriyadi, S.PD
9. Novi Sefrina, S,PD
10. FuatApriNurdiana
11. DeaAuliaApriani
12. Herul Fahmi S.PD
13. SuryaniS.PD
14. Ahmad Rijal
15. RandikaHadiPratama
16. Safitri S.PD.I
17. NettiHerawati SS. M.PD
18. SlametSupriyono
19. Defri Arifin A.MD T
20. FitriSyarifatulHolisS.PD

4.1.3.1. Tugas dan Wewenang Staff Administrasi Umum SMK BIT Bina Aulia

Berdasarkan buku pedoman kinerja Yayasan Pendidikan Islam SA'ADATUD DAI'AN yang berlaku pada SMK BIT Bina Aulia, tugas dan tanggung jawab dari masing-masing staff Akademik adalah sebagai Berikut :

- **Yayasan Pendidikan Islam SA'ADATUD DAI'AN**

Yayasan Pendidikan Islam SA'ADATUD DAI'AN adalah badan penyelenggaraan SMK BIT Bina Aulia, berkedudukan di Bogor, Surat keputusan Dirjen Dikdasmen no 421.3/459-Dikmen

- **Ketua Yayasan Pendidikan Islam SA'ADATUD DAI'AN**

Ketua Yayasan adalah penggerak dan penasihat dari semua program yang bertanggung jawab penuh kepada SMK BIT Bina Aulia dan di bantu oleh Kepala Sekolah serta Dewan Guru.

- **Kepala Sekolah**

Kepala Sekolah bertugas memberikan bimbingan, binaan, pengawasan dan penilaian pada masalah-masalah yang berhubungan dengan teknis penyelenggaraan dan pengembangan pendidikan pengajaran yang berupaperbaikan program dan kegiatan pendidikan pengajaran untuk menciptakan situasi belajar mengajar.

- **Wakil Kepala Sekolah**

Wakil kepala sekolah adalah membantudan bertanggung jawab kepada kepala

sekolah dalam kegiatan sekolah, seperti menyusun, membuat dan melaksanakan program kegiatan sekolah. Wakil Kepala Sekolah bidang kurikulum melaksanakan program kurikulum sekolah sedangkan wakil kepala sekolah bidang kesiswaan bertanggung jawab dalam penyelenggaraan pembelajaran siswa di lingkungan sekolah.

- **Guru**

Tugas guru sebagai profesi meliputi mendidik, mengajar dan melatih. Mendidik berarti meneruskan dan mengembangkan nilai-nilai hidup dan kehidupan. Mengajar berarti meneruskan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sedangkan melatih berarti mengembangkan keterampilan-keterampilan pada siswa.

- **Bimbingan Konseling**

Membantu mengembangkan kehidupan pribadi yaitu suatu pelayanan yang membantu peserta didik memahami dirinya sendiri, terkait bakat, minat, potensi, dan sebagainya. Membantu mengembangkan kehidupan sosial yaitu pelayanan yang membantu peserta didik memahami, menilai, serta mengembangkan keadaan sosial mereka.

- **Tenaga Administrasi Sekolah / TU**

Tenaga Administrasi Sekolah/ Madrasah merupakan dikenal dengan sebutan staf tata usaha (TU) yang bertugas sebagai pendukung berjalannya proses pendidikan di sekolah melalui layanan administratif guna terselenggaranya proses pendidikan yang efektif dan efisien mempermudah pencarian data di sekolah.

- **Kompetensi Keahlian Pemasaran**

Kompetensi Keahlian Pemasaran membekali peserta didik dengan keterampilan, pengetahuan dan sikap agar kompeten dalam: Memahami prinsip-prinsip bisnis. Menata produk. Melaksanakan negosiasi.

- **Kompetensi Keahlian TKJ**

Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) merupakan model pendidikan kejuruan yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan dan keterampilan sebagai bekal bagi yang berminat untuk melanjutkan pendidikan.

- **Kompetensi Keahlian TSM**

Teknik Sepeda Motor adalah kompetensi keahlian pada Bidang Studi Keahlian Teknologi dan Rekayasa Program Studi Keahlian Teknik Otomotif yang menekankan pada keterampilan pelayanan jasa mekanik kendaraan sepeda motor rodadua.

4.1.4. Gambaran Umum Responden

Berikut ini merupakan hasil responden dari 79 siswa perwakilan kelas SMK BIT Bina Aulia. Terlebih dahulu penulis menganalisis karakteristik responden berdasarkan karakteristik responden, yaitu:

- a. Pada tabel berikut ini pengelompokan responden berdasarkan Usia:

Tabel 4.1.

Data Responden berdasarkan Usia

Valid	Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	15-20 Tahun	55	69.6	69.6	69.6
	21-30 Tahun	24	30.4	30.4	100.0

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa responden berdasarkan usia yaitu 15-20 tahun sebanyak 55 orang atau 69,6% dan jumlah responden usia 21-31 tahun sebanyak 24 orang atau 30,4%.

- b. Pada tabel berikut ini pengelompokan responden berdasarkan Jenis Kelamin:

Tabel 4.2.

Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Valid	Jenis_Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Laki-laki	34	43.0	43.0	43.0
	Perempuan	45	57.0	57.0	100.0

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa responden berdasarkan jenis kelamin yaitu Laki-laki sebesar 34 orang atau 43,0% dan jumlah responden Perempuan sebanyak 45 orang atau 57,0%.

4.1.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap seluruh item kuesioner pada ketiga variabel yang diteliti. Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrument item masing-masing variable pada penelitian yang dilakukan menggunakan program IBM SPSS 25 for windows. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

- a. Data variable Kualitas Pelayanan diperoleh dari 10 pernyataan yaitu X1.1 sampai dengan X1.10. Validitas variable Kualitas Pelayanan diuji dengan membandingkan nilai r_{hitung} (kolom Corrected Item-Total Correlation) hasil Output SPSS dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai $r \geq 0,221$ maka dianggap valid.

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan dilakukan terhadap 10 item pernyataan yang telah valid. Hasil uji variabel Kualitas Pelayanan mendapat nilai

Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis ($0,874 > 0,60$) maka variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.3.

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	R. Hitung	R. Table	Keterangan
X1.1	0.527	0,221	Valid
X1.2	0.621	0,221	Valid
X1.3	0.597	0,221	Valid
X1.4	0.601	0,221	Valid
X1.5	0.566	0,221	Valid
X1.6	0.737	0,221	Valid
X1.7	0.526	0,221	Valid
X1.8	0.647	0,221	Valid
X1.9	0.531	0,221	Valid
X1.10	0.594	0,221	Valid

Tabel 4.4.

Hasil Uji Reliabilitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.874	10

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi (X2)

- a. Data variabel Promosi diperoleh dari 10 pernyataan yaitu X2.1 sampai dengan X2.10. Validitas variabel Promosi diuji dengan membandingkan nilai hitung

(kolom Corrected Item-Total Correlation) hasil Output SPSS dengan nilai tabel jika nilai $r > 0,221$ maka dianggap valid.

- b. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha $> 0,60$. Uji reliabilitas variabel Promosi dilakukan terhadap 10 item pernyataan yang telah valid. Hasil uji variabel Promosi mendapat nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis ($0,903 > 0,60$) maka variabel Promosi dinyatakan reliabel.

Tabel 4.5.
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)

No	R. Hitung	R. Table	Keterangan
X2.1	0.657	0,212	Valid
X2.2	0.690	0,212	Valid
X2.3	0.689	0,212	Valid
X2.4	0.647	0,212	Valid
X2.5	0.630	0,212	Valid
X2.6	0.736	0,212	Valid
X2.7	0.571	0,212	Valid
X2.8	0.655	0,212	Valid
X2.9	0.598	0,212	Valid
X2.10	0.694	0,212	Valid

Tabel 4.6.
Hasil Uji Realibilitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.903	10

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Menjadi Siswa (Y)

a. Data variable Keputusan MenjadiSiswadiperolehdari 10 pernyataanyaitu Y.1 sampai

dengan Y.10. ValiditasvariabelKeputusan MenjadiSiswadiujidenganmembandingkannilairhitung (kolomCorreted Item-Total Correlation) hasil Output SPSS dengannilairtabeljikanilai $r > 0,221$ makadianggap valid.

b. Uji reliabilitasdilakukandenganmetode Cronbach's Alpha $> 0,60$. Uji reliabilitasvariabelKeputusan MenjadiSiswadilakukanterhadap 10 item pernyataan yang telah valid. Hasil uji variabelKeputusan MenjadiSiswamendapatnilai Cronbach's Alpha lebihbesardarinilaikritis ($0,862 > 0,60$) makavariabelY dinyatakanreliable.

Tabel4.7.

Hasil Uji Validitas VariabelKeputusan MenjadiSiswa(Y)

NO	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
Y1	0.618	0.212	Valid
Y2	0.584	0.212	Valid
Y3	0.646	0.212	Valid
Y4	0.571	0.212	Valid
Y5	0.496	0.212	Valid
Y6	0.661	0.212	Valid
Y7	0.544	0.212	Valid
Y8	0.583	0.212	Valid
Y9	0.564	0.212	Valid
Y10	0.447	0.212	Valid

Tabel4.8.

Hasil Uji Realibilitas variabel Keputusan Menjadi Siswa (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	10

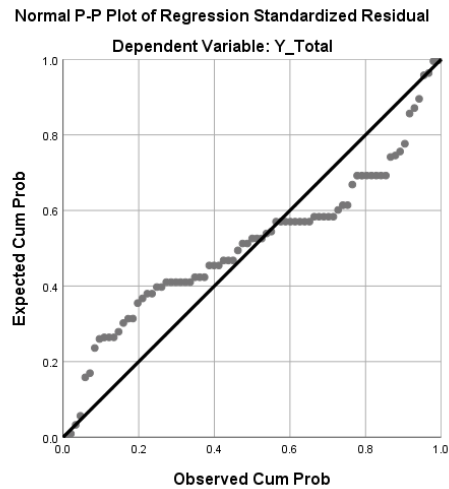
4.1.6. Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda yang harus di uji dengan uji asumsi klasik. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas, linieritas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas dijelaskan sebagai berikut:

4.1.7. Uji Normalitas

Salah satu menentukan uji normalitas yaitu dengan melihat normal probably plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dari gambar 4.3 di bawah hasil menunjukkan bahwa data sudah terdistribusi secara normal karena penyebaran data atau titik-titik di sekitar garis diagonal tidak menyimpang terlalu jauh dan mengikuti arah garis diagonalnya. Ditunjukkan pada gambar p-p plot berikut ini:

Gambar 4.3.
Uji Normalitas



Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

4.1.8. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas yaitu adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk memastikan tidak terjadi multikolinearitas yang menunjukkan variabel bebas satu dengan yang lainnya setara (independen). Tidak terjadinya multikolinearitas dapat terpenuhi uji pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF dan tolerance jika:

Nilai tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1 dan atau lebih besar dari pada 0,2

Nilai VIF seluruh variabel independen berada di seputaran angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10.

Tabel4.9.
Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.858	2.536		3.098	.003		
	X1_Total	.497	.132	.505	3.750	.000	.194	5.152
	X2_Total	.348	.126	.373	2.769	.007	.194	5.152

a. Dependent Variable: Y_Total

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel Keputusan Menjadi Siswa tidak terdapat gangguan masalah multikolinearitas. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai tolerancenya di atas 0,10 (nilai tolerance berkisar 0,194), begitu juga dengan nilai *value inflation faktor (VIF)* tidak ada yang di atas 10 (nilai VIF berkisar antara 5,152) maka tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.9. Uji Asumsi Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji *Durbin Watson (DW)*.

Tabel4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.856 ^a	.732	.725	2.667760	1.910
a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, Promosi					
b. Dependent Variable: Keputusan menjadisiswa					

N	D	DL	DU	4-DL	4-DU
86	1.910	1.583	1.686	2.417	2.090

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Hasil = $DU < D < 4-DU = 1.686 < 1.910 < 2.090$

Kesimpulan: dari uji dubinwatson di atas maka tidak terdapat gangguan autokorelasi

4.1.10. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

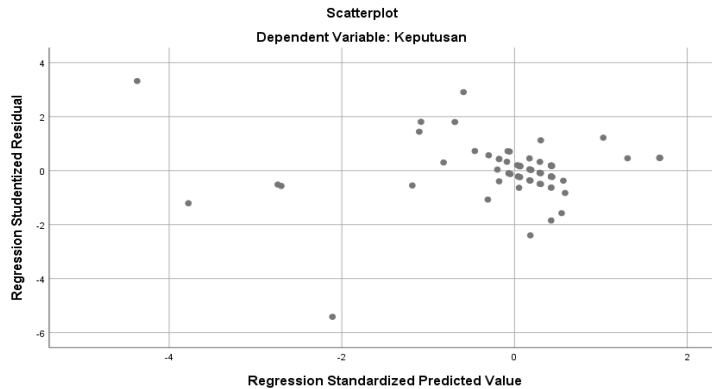
Pengujian dilakukan secara grafik yaitu dengan melihat titik-titik pada grafik *scatter plot*.

Apabila titik-titik tersebar tidak membentuk suatu pola tertentu seperti segitiga,

segiempat, lengkung yang beraturan dan sebagainya maka uji asumsi ini terpenuhi

Gambar 4.4.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

Setelah uji asumsi terpenuhi maka dilakukan analisis regresi linier ganda. Hasil analisis regresi linier ganda yang utama adalah nilai koefisien determinasi Adjusted R Square. Analisis data penelitian dilakukan dengan analisis regresi linier ganda.

Hasil analisis regresi linier ganda yang pertama adalah tabel model summary sebagai berikut:

Tabel 4.11.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.732 ^a	.536	.524	2.483
a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, Promosi				
b. Dependent Variable: Keputusan MenjadiSiswa				

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

Dari tabel model summary diperoleh nilai R Square = 0,536 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Promosi (X2) pada Variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan 53.6% variasi Y, sedangkan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, komunikasi, lokasi, dan loyalitas.

Hasil analisis berikutnya berupa tabel ANOVA yang digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa.

Tabel 4.12.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542.496	2	271.248	43.967	.000 ^b
	Residual	468.871	76	6.169		
	Total	1011.367	78			
a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Siswa						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan						

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

Analisis regresi linier ganda juga menghasilkan tabel koefisien yang menunjukkan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menjadisiswa yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13.
Koefisien

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.727	3.224		4.879	.000
	Kualitas_Pelayanan	.318	.124	.333	2.573	.012
	Promosi	.345	.102	.439	3.392	.001

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat disusun model persamaan regresi linier ganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$X_1 = \text{Kualitas Pelayanan}$$

$$X_2 = \text{Promosi}$$

$$Y = \text{Keputusan Menjadisiswa}$$

$$a = \text{Konstanta}$$

$$b_1 = \text{Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan}$$

$$b_2 = \text{Koefisien Regresi Promosi}$$

$$Y = 15.727 + 0.318X_1 + 0.345X_2$$

Model persamaan regresi linier ganda hasil analisis tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar $a = 15.727$ dapat diartikan bahwa jika X_1 dan X_2 bernilai nol maka Y bernilai positif sebesar 15.727 .
- Koefisien regresi X_1 sebesar $b_1 = 0.318$ dapat diartikan bahwa jika nilai X_1 meningkat sebesar satu maka nilai Y juga akan meningkat sebesar 0.318 .
- Koefisien regresi X_2 sebesar $b_2 = 0.345$ dapat diartikan bahwa jika nilai X_2 meningkat sebesar satu maka nilai Y juga akan meningkat sebesar 0.345 .

4.1.11. Pengujian Hipotesis

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, langkah pertama adalah melakukan pengujian kelayakan model yaitu menganalisis kemampuan model persamaan regresi linier ganda dengan uji F untuk menunjukkan kelayakan data dari penelitian yang menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi siswa. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$: tidak layak

$H_a : \rho \neq 0$: adalayah

Dari tabel 4.11. anova di atas memiliki nilai probabilitas F sebesar $0,000$. Karena nilai $\text{Sig } F < \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$ maka model persamaan regresi pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa pada penelitian ini layak, sehingga diterima dan layak untuk menunjukkan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa.

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan uji t. Pengujian hipotesis dalam penelitian sebanyak dua kali sesuai dengan hipotesis penelitian.

1. Uji Hipotesis 1: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menjadikan Siswa Sekolah di SMK BIT Bina Aulia. Pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar $b_1 = 0.318$ pada model persamaan regresi linier ganda $Y = 15.727 + 0.318X_1 + 0.345X_2$. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{10} : b_1 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_{1a} : b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas, maka nilai Sig t untuk Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar $= 0,025$ oleh karena nilai Sig t $0,012 < 0,05$ dan nilai $b_1 \neq 0$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Siswa.

2. Uji Hipotesis 2: Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa di SMK BIT Bina Aulia. Pengaruhnya ditunjukkan oleh

nilai koefisien regresi Promosi sebesar $b_2=0.345$ pada model persamaan regresi linier ganda $Y = 15.727 + 0.318X_1 + 0.345X_2$. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{20} : b_2 = 0$: tidak ada pengaruh

$H_{2a} : b_2 \neq 0$: ada pengaruh

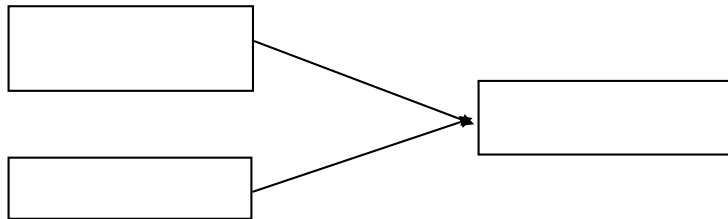
Berdasarkan tabel *coefficients* di atas, maka nilai Sig t untuk Promosi sebesar = 0,000, oleh karena nilai Sig t $0,001 < 0,05$ dan nilai $b_2 \neq 0$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat dinyatakan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Siswa.

4.1.12. Pembahasan Penelitian

Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan dari indikator pada masing-masing variabel penelitian. Dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas terhadap masing-masing variabel penelitian ditemukan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel telah valid dan reliabel. Karena kuesioner telah valid dan reliabel maka kuesioner penelitian merupakan alat yang handal untuk mengukur masing-masing variabel penelitian.

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian menghasilkan temuan yang relatif sama untuk semua variabel penelitian dimana persepsi responden terhadap Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa cenderung baik

Gambar 4.5.
Rangkuman Hasil Nilai



Berdasarkan hasil analisis penelitian menggunakan metode statistik, sehingga dapat diketahui maknanya pengaruh antar variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Menjadi Siswa di SMK BIT Bina Aulia.

Penelitian ini melibatkan 79 orang responden setiap perwakilan kelas di SMK BIT Bina Aulia. Kemudian untuk menguji keseluruhan perhitungan statistik dilakukan dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program SPSS versi 25.

1. Pengaruh X1 terhadap Y

- Bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Siswa. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Rosvita Dua Lembang, 2010. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap the botol sosoro.
- Bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Menjadi Siswa. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Rosvita Dua Lembang, 2010.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap the botol sosoro.

2. Pengaruh X₂ terhadap Y

- Bahwa Promosi berpengaruh Keputusan Menjadi Siswa. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Siti Nurhayati Yogyakarta, 2017 Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel citra merek dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Bahwa Promosi berpengaruh Keputusan Menjadi Siswa. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Siti Nurhayati Yogyakarta, 2017 Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel citra merek dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan terhadap orang tua di SMK BIT Bina Auli yang menguji mengenai pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan, Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa. Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah Siswa sebanyak 79 orang perwakilan tiap kelas. Penelitian menghasilkan model persamaan regresi linier ganda $Y = 15.727 + 0.318X_1 + 0.345X_2$ ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Siswa dengan arah positif $b_1 = 0,318$, memiliki probabilitas t hitung sebesar 0,345 karena t hitung lebih kecil daripada taraf uji ($0,012 < 0,05$) maka terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menjadi Siswa.
2. Promosi secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Siswa dengan arah positif $b_2 = 0,345$, memiliki probabilitas t hitung sebesar 0,000 karena t hitung lebih kecil daripada taraf uji ($0,001 < 0,05$) maka terjadi hubungan positif antara Promosi terhadap Keputusan Menjadi Siswa.

5.2. Saran

K e s i m p u l a n y a n g telah diperoleh dapat dijadikan sebuah masukan bahanevaluasi terhadap hal-hal yang t e r k a i t d e n g a n t a b e l p e n e l i t i a n K u a l i t a s Pelayanan dan Promosi terhadap Memilih Sekolah di SMK BIT Bina Aulia maka saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1.

Berdasarkan variabel kualitas pelayanan, mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan Menjadi Siswa, diharapkan SMK BIT Bina Aulia menambah fasilitas dan pelayanan seperti lahan parkir, tempat lab praktek kepada siswa-siswi yang ada di SMK BIT Bina Aulia karena akan dianggap hal yang dibutuhkan dari keputusan untuk mendaftarkan siswa ke SMK BIT BINA AULIA.

2.

Berdasarkan variabel promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menjadi Siswa, dengan promosi agar dapat membantu memudahkan memasarkan dan menyadarkan masyarakat untuk menentukan pilihan sekolah yang ada di SMK BIT Bina Aulia ke masyarakat yang lebih luas.

Penelitian selanjutnya, disarankan mengkaji pokok permasalahan yang sama agar menggunakan indikator-indikator lain agar wawasan dan

pengetahuan mengenai Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan
Menjadi Siswa semakin bertambah.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Armstrong, Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Pretice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc
- Carla Mediana I.P. (2017). "Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- David, Fred R. (2011). *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Febryan Sandy Zainul Arifin Fransisca Yaningwati. (2012). "PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN". Survei pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat. Universitas Brawijaya. Malang.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins & Mothersbaugh. (2013). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- J. Paul Peter Jerry C Olson, (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1.

- Janah Miftakul, (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian". Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition*, McGraw-Hill International Edition.
- Mochamad Ridzky Arwiedya, (2011). "Analisis pengaruh harga, jenis media promosi, resiko kinerja, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian via internet pada toko online". Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia. Semarang.
- Mohamad H.P. Wijaya. (2013). "Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado". Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Pribadi, W. (2010). *16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet: Mempromosikan Bisnis dan Menjaring Pasar Lebih Luas*. Jakarta: Bukuné.
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia
- Rosvita Dua Lembang. (2010). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro". Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro", Skripsi Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro.
- Nurhayati, Siti. (2017). "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta". Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi, Yogyakarta.
- SMK Bit Bina Aulia. *Profil dan Data Sekolah* [https://su.wikipedia.org/wiki/SMKS Bit Bina Aulia](https://su.wikipedia.org/wiki/SMKS_Bit_Bina_Aulia) (2 Januari 2020 pukul 20:18 WIB)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

TatangMulyana.(2016). "*PengaruhKualitasPelayanan dan Promositerhadap Keputusan PembelianSepeda Motor Yamaha pada PT Arista Garut*". Faculty of Economics, Garut University. journal.uniga.ac.id

Suparyanto dan Rosad. (2015). *ManajemenPemasaran*, In Media, Yogyakarta.

Lampiran 1. Persetujuan Kuisoner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth

Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir (Skripsi) saya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Siswa Di SMK BIT Bina Aulia”. Saya mahasiswa Jurusan Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta bermaksud memintabantuan Bapak/Ibu untuk dapat mengizinkan saya membagikan dan mengisikuesioner pada siswa di SMK BIT Bina Aulia Bojongkulu Bogor. Hal ini dilakukan guna mendapatkan data sebagai acuan untuk menyelesaikan Tugas Akhir yang sedang saya jalani. Diharapkan siswa bersedia dengan kondisi yang sebenarnya, adapun Kuesioner yang telah diisi, terjamin kerahasiaannya. Atas perhatian, bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Jakarta, 30 Mei 2020

Abdul Kapsharudin

Lampiran 2. Kuisioner Penelitian

Kuisioner Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Siswa Di Smk
Bit Bina Aulia

1. Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan menurut anda yang sebenarnya dengan memberitanda (✓)

2. Jawaban yang anda pilih tidak akan berpengaruh apa pun terhadap nilai

3. Keterangan Pilihan :

Sangat Setuju (STS) = 1

Tidak Setuju (TS) = 2

Netral (N) = 3

Setuju (S) = 4

Sangat Setuju (SS) = 5

4. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan saja. Identitas diri anda tidak diungkapkan dan hanya diketahui oleh peneliti.

Kusioner Penelitian

A. Kualitas Pelayanan

Berikut ini seputar pertanyaan tentang Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan-Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Berwujud						
1	Kualitas pelayanan dan fasilitas tepat dengan promosi yang ditawarkan					
2	Fasilitas mendukung sangat baik dalam mendukung siswa saat pembelajaran					
3	Guru dan Karyawan menerapkan peraturan dari tata tertib sekolah					
Empati						
4	Guru dan pihak sekolah menangani dan memberikan solusi dengan baik jika terjadi masalah					
5	Lingkungan di sekitar sekolah tertata dan berjalan dengan baik					
6	Layanan online maupun registrasi mampu memberikan yang terbaik					
Keandalan						
7	Konten pembelajaran dan fasilitas yang diberikan oleh sekolah mampu mendukung masa depan anak					
8	Pelatihan melakukan pemasaran dapat mendukung kompetensi siswa					

Keresponsifan						
9	Jika siswa mempunyai prestasi maka akan diberikan biasiswa					
10	Komunikasi pihak sekolah dan orangtua itu penting untuk perkembangan siswa					

B. Promosi

Berikut ini seputar pertanyaan tentang Promosi

No	Pertanyaan-Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Perikanan						
1	Lebih mendapatkan informasi sekolah berdasarkan media digital / internet					
2	Informasi di media sosial / website mudah dimengerti dan dipahami					
3	Iklan dan Promosi di dalam media internet mudah di pahami					
4	Informasi yang disampaikan secara media online cepat dan mudah di akses					
Promosi penjualan						
5	Hal positif dalam kualitas pelayanan dan fasilitas yang di tawarkan dalam promosi menjadi perhatian masyarakat					
6	Promosi melalui internet lebih memberikan efek yang rapi dan menarik					
7	Efek promosi dan prestasi siswa dan prestasi sekolah membuat anda tertarik					
Acara dan pengalaman						

8	Efek dari promosi internet memberikan informasi yang sepenuhnya akurat					
9	Promosi melalui internet memberikan informasi yang detail tentang sekolah					
10	Sering menjumpai iklan / promosi sekolah melalui media sosial					

C. Keputusan Memilih

Berikut ini seputar pertanyaan tentang Keputusan Menjadi Siswa di SMK BIT BINA AULIA

No	Pertanyaan-Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Faktor budaya						
1	Saya memilih Sekolah tergantung karena biaya yang terjangkau					
2	Saya memilih Sekolah karena lokasi yang mudah dijangkau kendaraan umum					
3	Saya Memilih Sekolah karena jarak antara tempat tinggal dekat					
Peran dan status						
4	Saya tertarik karena pendidikan berbasis pemasaran					
5	Saya memilih Sekolah karena kualitas pelayanan dan pendidikan membantu anak pada era sekarang					
6	Saya memilih Sekolah karena efek tawaran orang lain					
Faktor pribadi						
7	Saya tertarik karena kualitas sekolah yang					

	ditawarkan menjanjikan					
8	Efek dari kompetensi siswa dan prestasi sekolah menarik perhatian untuk memasukan ke sekolah tersebut					
9	Saya merasa bersyukur dan puas di sekolah yang saya pilih					
10	Saya yakin Sekolah yang dipilih akan memberikan manfaat dan hasil yang positif					

Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Kualitas Pelayanan (X1)										Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
3	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	44
4	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2	31
5	3	4	2	4	4	4	4	3	4	5	37
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	46
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	43
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	3	4	4	4	3	5	4	4	5	5	41
15	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45
16	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
17	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
18	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	28
19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
20	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	44
21	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
22	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45

23	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	43
24	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	43
25	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	40
26	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	42
27	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	42
28	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	42
29	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4	42
30	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	42
31	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	42
32	3	3	3	4	5	4	5	4	5	4	40
33	3	3	3	4	5	4	5	4	5	4	40
34	3	3	3	3	4	5	4	5	4	5	39
35	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	43
36	3	4	3	5	4	5	4	4	5	5	42
37	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
38	5	3	4	5	4	4	4	3	5	3	40
39	5	3	4	4	5	3	5	3	4	5	41
40	3	4	5	3	5	3	4	4	4	4	39
41	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	44
42	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
43	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	43
44	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	44
45	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
46	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
47	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	45
48	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
49	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	43
50	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	44
51	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	42
52	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	45
53	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	43
54	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
55	4	3	5	4	5	5	3	4	4	5	42
56	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
57	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
58	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
59	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	44
60	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	45
61	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
62	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
63	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45

64	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
65	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
66	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
67	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
68	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
69	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
70	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
71	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
72	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
73	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
74	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
75	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
76	4	5	3	5	4	4	3	4	3	4	39
77	3	3	4	3	2	3	4	3	5	5	35
78	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	42
79	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	40

Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Promosi (X2)

No	Promosi(X2)										Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	34
5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	1	33
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	45
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
11	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	45
12	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	45
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	3	4	4	3	5	3	3	4	37
15	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
16	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	45
17	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
18	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	24
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
20	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45

21	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
22	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
23	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
24	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
25	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
26	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45
27	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
28	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
29	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
30	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
31	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
32	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
33	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
34	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
35	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
36	4	5	4	5	2	4	4	4	5	4	41
37	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	44
38	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	45
39	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	42
40	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	47
41	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
42	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	45
43	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
44	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	44
45	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
46	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
47	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
48	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
49	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
50	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
51	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
52	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
53	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	45
54	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	44
55	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
56	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	44
57	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
58	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	43
59	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	45
60	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	44
61	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45

62	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
63	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
64	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
65	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
66	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	45
67	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
68	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
69	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
70	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
71	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	45
72	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
73	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
74	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
75	4	5	4	3	4	4	5	5	3	4	41
76	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	30
77	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	40
78	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	45
79	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	41

Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Keputusan Menjadi Siswa (Y)

No	Keputusan Memilih (Y)										Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
2	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	45
3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
4	2	3	3	3	4	4	5	4	4	4	36
5	1	1	1	1	4	1	4	4	4	5	26
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	42
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	3	4	4	3	3	3	4	5	39
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	45
15	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
16	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
18	5	5	5	3	5	3	3	3	3	5	40

19	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	46
20	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
21	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
22	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
23	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
24	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
25	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
26	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	44
27	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
28	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
29	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
30	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
31	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
32	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
33	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
34	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
35	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
36	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
37	3	5	4	4	5	3	4	5	5	3	41
38	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
39	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	47
40	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45
41	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
42	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45
43	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
44	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	43
45	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45
46	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
47	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
48	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	46
49	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
50	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
51	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
52	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	44
53	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45
54	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	44
55	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
56	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	44
57	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
58	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
59	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45

60	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
61	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
62	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
63	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
64	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
65	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
66	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
67	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
68	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
69	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
70	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
71	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
72	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
73	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
74	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
75	5	5	5	3	4	4	4	5	3	5	43
76	5	5	3	5	4	1	2	3	3	5	36
77	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	50
78	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	43
79	3	4	5	5	4	4	3	5	4	3	40

Lampiran6.Data Responden BerdasarkanKarakteristikUsia dan JenisKelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	32	37.2	37.2	37.2
	Diatas 30 Tahun	54	62.8	62.8	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LakiLaki	41	47.7	47.7	47.7
	Perempuan	45	52.3	52.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Lampiran 7. Output Uji Validitas dan RealibilitasKualitasPelayanan (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38.7595	22.570	.527	.867
X1.2	38.4557	21.405	.621	.860
X1.3	38.4810	21.945	.597	.862
X1.4	38.2658	22.044	.601	.861
X1.5	38.5570	22.609	.566	.864
X1.6	38.1266	21.215	.737	.850
X1.7	38.4177	22.887	.526	.867
X1.8	38.2532	21.961	.647	.858
X1.9	38.3165	22.886	.531	.867
X1.10	38.1772	22.250	.594	.862

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	10

Lampiran 8. Output Uji Validitas dan RealibilitasPromosi (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	39.2564	25.388	.657	.893
X2.2	39.0897	24.602	.690	.891
X2.3	39.1410	24.668	.689	.891
X2.4	39.1410	25.084	.647	.894
X2.5	39.1923	24.911	.630	.895
X2.6	39.0769	24.410	.736	.888
X2.7	39.1667	25.517	.571	.898
X2.8	39.0769	25.085	.655	.893

X2.9	39.1795	25.474	.598	.897
X2.10	39.1795	23.837	.694	.891

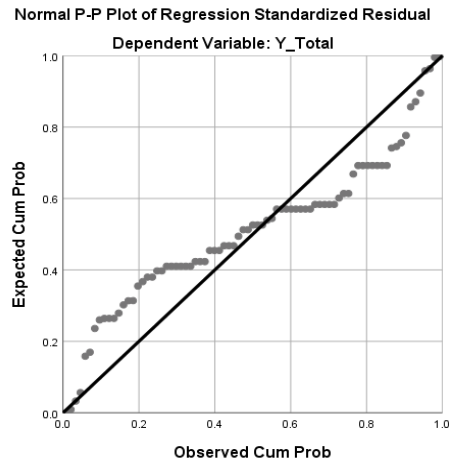
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	10

Lampiran 9. Output Uji Validitas dan Realibilitas Keputusan Menjadi Siswa (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	39.7692	20.933	.618	.845
Y.2	39.7179	21.556	.584	.848
Y.3	39.8077	20.989	.646	.843
Y.4	39.7821	21.264	.571	.849
Y.5	39.8077	22.703	.496	.855
Y.6	39.7949	20.243	.661	.841
Y.7	39.8077	21.768	.544	.851
Y.8	39.7179	21.893	.583	.848
Y.9	39.8974	22.197	.564	.850
Y.10	39.6282	22.860	.447	.858

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.862	10

Lampiran 10. Output Uji Normalitas



Lampiran 11. Output Uji Multikolonieritas

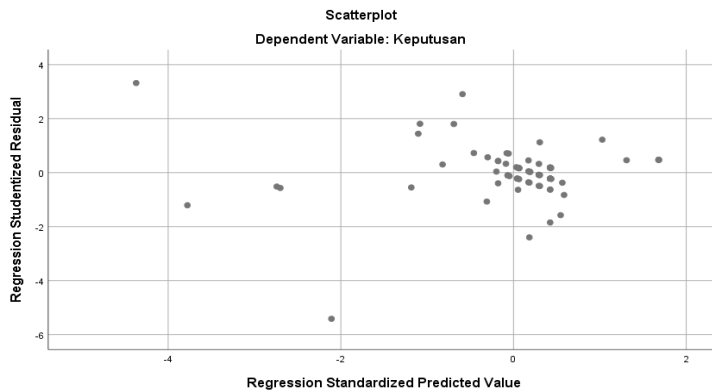
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	d			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.858	2.536		3.098	.003		
	X1_Total	.497	.132	.505	3.750	.000	.194	5.152
	X2_Total	.348	.126	.373	2.769	.007	.194	5.152

a. Dependent Variable: Y_Total

Lampiran 12. Output Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.856 ^a	.732	.725	2.667760	1.910
a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, Promosi					
b. Dependent Variable: Keputusan menjadisiswa					

Lampiran 13. Output Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 14. Output Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.524	2.483
a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, Promosi				
b. Dependent Variable: Keputusan MenjadiSiswa				

Lampiran 15. Output Uji-t Koefisien dan uji-F Regresi Linier Berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542.496	2	271.248	43.967	.000 ^b
	Residual	468.871	76	6.169		
	Total	1011.367	78			
a. Dependent Variable: KeputusanMenjadiSiswa						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.727	3.224		4.879	.000
	Kualitas Pelayanan	.318	.124	.333	2.573	.012
	Promosi	.345	.102	.439	3.392	.001

a. Dependent Variable: Keputusan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA PRIBADI

1. Nama : Abdul Kapsharudin
2. JenisKelamin : Laki-laki
3. TempatTanggal Lahir : Bogor 10 juli 1997
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status : Belum Menikah
6. Tinggi : 158cm
7. Agama : Islam
8. Alamat : DesaBojongKulur Rt 02/Rw 01
Gunung Putri, Bogor
9. No. HP : +6285781510771
10. Email : abdulkapsharudin7@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD 02 Negri BojongKulur
2. SMP : MTS Sa'adatudDai'an
3. SMA : SMK BIT BINA AULIA
4. Perguruan Tinggi : STIE IPWI Jakarta Program Studi,
Manajemen S1

