

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA JASA PENDIDIKAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH
SEKOLAH DI SMK MUHAMMADIYAH 3 WELERI KENDAL
SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

Zulfah Atiqotur Rohmah
NIM: 1403036064

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Nurmala Rismawati**
NIM : 1403016087
Jurusan : Pendidikan Agama Islam
Program Studi : Pendidikan Agama Islam

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

POLA ASUH KIRANA DALAM PERSPEKTIF PENDIDIKAN ISLAM (Telaah Buku *Happy Little Soul* Karya Retno Hening Palupi)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 21 Januari 2019



ernyataan,

Nurmala Rismawati

NIM: 1403016087



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan
Telp 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

Naskah Skripsi berikut ini:

Judul : **Pengaruh Produk Dan Harga Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal**
Nama : **Zulfah Atiqotur Rohmah**
NIM : **1403036064**
Jurusan : **Manajemen Pendidikan Islam**
Program Studi : **S.1**

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam
Semarang, 25 Januari 2019

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

Dr. Fahrurrozi, M.Ag

H. Saefudin Zuhri, M. Ag

NIP. 19770816 200501 1 002

NIP. 19580805 198703 1 002

Penguji I,

Penguji II,



Fatkuroji, M. Pd

Drs. H. Danusiri, M. Ag

NIP. 19770415 200701 1 002

NIP. 19561129 198703 1 001

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. H. Abdul Wahid, M.Ag

Dr. Fahrurrozi, M.Ag

NIP. 19691114 199403 1 003

NIP. 19770816 200501 1 003

NOTA DINAS

Semarang, 21 Januari 2019

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

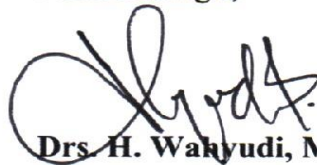
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Pola Asuh Kirana dalam Perspektif Pendidikan Islam (Telaah Buku *Happy Little Soul* Karya Retno Hening Palupi)**
Nama : Nurmala Rismawati
NIM : 1403016087
Jurusan : Pendidikan Agama Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Drs. H. Wahyudi, M.Ag

NIP: 19680314 199503 1 001

NOTA DINAS

Semarang, 21 Januari 2019

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Pola Asuh Kirana dalam Perspektif Pendidikan Islam (Telaah Buku *Happy Little Soul* Karya Retno Hening Palupi)**
Nama : Nurmalia Rismawati
NIM : 1403016087
Jurusan : Pendidikan Agama Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing II,



M. Rikza, M.S.I.

NIP: 19800320 200710 1 001

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Produk Dan Harga Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal

Penulis : Zulfah Atiqotur Rohmah

NIM : 1403036064

Skripsi ini membahas manajemen strategi bauran pemasaran lembaga pendidikan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

Jenis penelitian ini dalam katogori penelitian kuantitatif lapangan dengan menggunakan metode survey. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah siswa siswi kelas XI dari SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal. Pengambilan sampel berjumlah 208 siswa dengan menggunakan teknik probability sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen berupa angket. Sebelum digunakan untuk mendapatkan data yang obyektif, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas angket. Setelah data terkumpul dari angket, kemudian data diolah dan dianalisis menggunakan metode korelasi dan teknik analisis regresi linier berganda dua prediktor.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, rata-rata produk dan harga jasa pendidikan berada pada interval cukup mempengaruhi pengambilan keputusan peserta didik dalam memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Sedangkan nilai koefisien adjusted R square menunjukkan bahwa produk dan harga jasa pendidikan cukup mempengaruhi peserta didik memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Temuan tersebut dapat memberikan acuan bagi lembaga, untuk meingkatkan jumlah pesrta dididk dalam mengambil keputusan memilih sekolah.

Kata Kunci: *Produk Jasa Pendidikan, Harga Jasa Pendidikan, Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah.*

MOTTO

***DI SETJAP KEJKHLASAN DJSJTULAH ADA
BANYAK KEBERKAHAN***

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أُو

ai = أَيُّ

iy = إِي

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji hanya milik Allah SWT yang telah mengangkat derajat umat manusia dengan ilmu dan amal, atas seluruh alam. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpah atas Nabi Muhammad SAW, pemimpin seluruh umat manusia, dan semoga pula tercurah atas keluarga dan para sahabatnya yang menjadi sumber ilmu dan hikmah.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Di SMK Muhammadiyah 3 Weleri”** ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis. Dikesempatan ini dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang dalam, penulis haturkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Muhibbin Noor, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, Dr. H. Raharjo, M.Ed, St. yang telah memberikan izin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini.
3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Dr. Fahrurrozi, M.Ag., dan Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Dr. Fatkhuroji, M.Pd., yang telah mengizinkan pembahasan skripsi ini.
4. Pembimbing I dan Pembimbing II, Drs.H Abdul Wahid, M.Ag., dan Dr. Fahrurrozi, M. Ag. yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk selalu memberikan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Kepala SMK Muhammadiyah 3 Weleri H. Yusuf Darmawan, S. Pd., M. Pd. beserta seluruh guru dan staf terkait, siswa-siswi SMK Muhammadiyah 3 Weleri yang telah bersedia menerima dan membantu penulis dalam melakukan penelitian.
6. Segenap dosen, pegawai dan seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman selama di bangku perkuliahan.
7. Ibunda Siti Nafaroh dan Ayahanda Solichin, serta kakaku Muhammad Ikmal Hadi, dan seluruh keluarga yang senantiasa tulus mencintai dan tiada hentinya memberikan untaian do'a dan semangat.
8. Keluarga besar MI Kebondalem 01 dan TPQ Al-Ikhlas Kebondalem, terimakasih atas segala bentuk pembelajaran dan kesabaran untuk mengamalkan Pendidikan Agama Islam. Semoga Kalian tumbuh dan berkembang menjadi generasi Islam yang patut dibanggakan. Amin.
9. Dra. Siti Khumaiyah, yang memberikan waktu luang dan membimbing penulis ketika penelitian. Penulis ucapkan terimakasih.
10. Sahabat Arini Sabila Anjani, Nilna Himmawati, Fida noor Salamah yang memberikan motivasi serta tempat bertukar pikiran maupun informasi dalam penulisan skripsi ini.
11. Sahabat dan rekan seperjuangan Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2014 terutama MPI B 2014.
12. Semua pihak yang tiada dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari tentulah masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh karenanya kritik dan saran yang konstruktif amat

penulis nantikan. Semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat. Amin.

Semarang, 17 Januari 2019

Penulis,

Zulfah Atiqotur Rohmah

NIM: 1403036064

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori.....	11
1. Pemasaran Jasa pendidikan.....	11
2. Produk Jasa	12
a. Pengertian Produk	12
b. Karakteristik Jasa	15
c. Katagori Bauran Jasa.....	16
d. Tingkatan Jasa.....	17
e. Produk Jasa Lembaga Pendidikan	19
3. Harga Jasa Pendidikan.....	23

a.	Pengertian Harga.....	23
b.	Harga Jasa Pendidikan	24
c.	Jenis-jenis Biaya Pendidikan.....	26
d.	Komponen Harga Jasa Pendidikan	28
4.	Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah.....	29
a.	Pengertian Pengambilan Keputusan.....	29
b.	Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen..	29
c.	Proses Pengambilan Keputusan	30
5.	Hubungan Produk, Harga Dan Pengambilan Keputusan	34
B.	Kerangka Berfikir	36
C.	Kajian Pustaka.....	37
D.	Rumusan Hipotesis	44
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	46
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	47
C.	Populasi dan Sampel Penelitian	47
D.	Variabel dan Indikator Penelitian.....	50
E.	Teknik Pengumpulan Data	52
F.	Teknik Analisis Data	54
BAB IV	DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	
A.	Deskripsi Data	70
1.	Produk jasa pendidikan, Harga Jasa Pendidikan dan pengambilan Keputusan Memilih Sekolah	70
a.	Produk Jasa Pendidikan	70
b.	Harga jasa pendidikan	81

c. Pengambilan keputusan memilih sekolah	92
2. Pengaruh Produk Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah	102
3. Pengaruh Harga Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah	114
4. Pengaruh Produk Dan Harga Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah	121
B. Pembahasan Hasil Penelitian	128
C. Keterbatasan Penelitian	132

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	134
B. Saran	136
C. Penutup	137

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memasuki era globalisasi seperti saat ini, dimana dunia tidak lagi mengenal batas wilayah maupun negara serta iklim kompetitif yang sudah memasuki semua aspek kehidupan manusia, tidak terkecuali dalam dunia pendidikan. banyaknya lembaga pendidikan saat ini, baik lembaga pendidikan yang dikelola oleh pemerintah maupun lembaga pendidikan yang dikelola oleh swasta, serta munculnya banyak inovasi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan yang diharapkan mampu menunjang mutu pendidikan. Hal ini menimbulkan tingginya persaingan antara lembaga pendidikan, salah satunya dalam mendapatkan peserta didik.

Walaupun tingginya persaingan yang, setiap lembaga harus bersikap jujur dalam menjalankan bisnis, seperti halnya perniagaan dan atau jual beli baik yang berupa barang maupun jasa. Sebagaimana yang sudah difirmankan oleh Allah di dalam Al-Qur'an surat asy-Syu'ara/26:181-183 yang berbunyi:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ
(١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣)

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-

*haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.(Q.S asy-Syu'ara/26:181-183).*¹

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk menarik minat publik dalam membentuk citra yang baik pada lembaga pendidikan, baik melalui daya tarik fisik lembaga seperti letak lokasi yang strategis, dan bangunan yang nyaman ataupun daya tarik yang bersifat akademis yaitu seperti reputasi, prospek kedepan, keragaman pilihan program studi dan kegiatan-kegiatan penunjang pendidikan lainnya.²

Dalam konteks pemasaran, pendidikan merupakan layanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Kotler mendefinisikan “jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak terwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan”.³

Di dalam setiap lembaga baik itu lembaga profit maupun nonprofit tidak terkecuali di dalam lembaga pendidikan pasti mengenal dengan adanya konsep daya saing. Konsep daya saing ini menjadi salah satu pertimbangan *stakeholder* dalam memilih lembaga pendidikan sebagai tempat melanjutkan jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Konsep daya saing, lembaga pendidikan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan serta

¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka, (Jakarta: Kalim, 2011), hlm. 375.

² Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 56.

³ Jaja jahari dan Amirullah Syarbini, *Manajemen Madrasah: Teori, Strategi, dan Implementasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 155.

mutu yang baik bagi peserta didik. Di antara yang dapat menarik minat calon peserta didik baru yaitu faktor produk dan harga bauran pemasaran jasa yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan. Tetapi beberapa lembaga pendidikan kurang memperhatikan kedua faktor tersebut sehingga dapat berpengaruh dengan kurangnya minat calon peserta didik dalam memilih lembaga pendidikan tersebut untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi.

Banyaknya konsep sekolah yang berbasis Islam merupakan salah satu bentuk pengembangan produk dalam jasa pendidikan, memberikan peluang bagi lembaga pendidikan formal untuk mengikuti konsep tersebut, termasuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). SMK merupakan sekolah yang berorientasi pada dunia kerja dan salah satu tujuannya adalah untuk memberikan bekal siap untuk masuk dalam dunia kerja dalam bidang tertentu sesuai dengan bakat dan minat peserta didik dan menjadikan tenaga kerja yang kompeten dan terampil sesuai dengan persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan. Adanya nilai tambah SMK yang berkonsep agama Islam yaitu tidak hanya membekali peserta didik dengan keterampilan jurusan namun juga membekali siswa dengan pendidikan agama, diharapkan dengan mampu menarik minat *stakeholder*, membangun citra yang positif lembaga pendidikan dan membangun loyalitas *stakeholder*.

Dalam faktor produk terdapat beberapa aspek yang menjadi pertimbangan memilih lembaga pendidikan bagi calon peserta didik baru, yaitu program studi/ jurusan yang dimiliki oleh lembaga pendidikan. Selain program studi, dalam faktor produk yang menjadi daya tarik peserta didik yaitu prospek yang baik dapat dilihat dengan mampu membekali lulusan dengan keterampilan yang dibutuhkan di dalam dunia pekerjaan sehingga mampu bersaing di lapangan pekerjaan.⁴ lembaga pendidikan harus mampu membangun kerjasama yang baik dengan para pelaku dunia industri. Dengan setiap jurusan yang sudah memiliki kerjasama yang baik dengan para pelaku dunia industri maka akan banyak menarik minat calon peserta didik.

Selain faktor produk, faktor harga jasa pendidikan sangat mempengaruhi *stakeholder* dalam pengambilan keputusan memilih lembaga pendidikan. harga jasa pendidikan akan memberikan persepsi mengenai kualitas. Semakin bermutu suatu produk pendidikan yang ditawarkan maka *stakeholder* tidak akan segan untuk membayar lebih selama masih dapat dijangkau.⁵

SMK Muhammadiyah 3 Weleri merupakan sebuah lembaga pendidikan Islam swasta yang telah berdiri sejak tahun 1994. SMK Muhammadiyah 3 Weleri memiliki 6 program keahlian yaitu Teknik Kendaraan Ringan, Teknik Audio Video,

⁴ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 303.

⁵ Buchtari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 385.

Teknik Komputer dan Jaringan, Teknik Sepeda Motor, Farmasi, Multimedia. SMK Muhammadiyah 3 Weleri sendiri juga selalu meningkatkan kerja sama dengan perusahaan dan pelaku dunia industri untuk menyalurkan lulusannya. Salah satu bentuk kerjasama SMK Muhammadiyah 3 Weleri pada jurusan Teknik Sepeda Motor (TSM) mulai pada bulan Januari 2014 mengadakan MOU dengan PT. Astra Honda Motor dan pada tahun 2015 SMK Muhammadiyah 3 Weleri di tunjuk oleh PT. Astra Honda Motor menjadi SMK tempat Uji Kompetensi (TUK) dan sertifikasi nasional. Pada tahun 2017 SMK Muhammadiyah 3 Weleri ditunjuk PT. Samsung Electronic Indonesia sebagai sekolah formal pertama yang memiliki Samsung Teach Institute.⁶

Selain itu, dengan banyaknya siswa yang masuk di SMK Muhammadiyah 3 weleri, pihak sekolah juga selalu berusaha meningkatkan mutu pendidikan agar mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk peserta didik dan masyarakat.⁷

Selain berbagai program studi yang ditawarkan, SMK Muhammadiyah 3 Weleri membekali peserta didik dengan pendidikan agama yang baik dari pengetahuan tentang agama hingga membiasakan amalan sunnah seperti tadarus oleh semua kelas sebelum KBM, sholat dhuha, sholat jamaah dhuzur dan asyar, kegiatan tersebut bertujuan agar dapat melatih dan

⁶ Ponso Wijono, "Pertama di Indonesia, SMK Muhammadiyah 3 Weleri Memiliki Samsung Tech Institute", <http://www.google.com/amp/jateng.tribunnews.com>, diakses 2 Januari 2019.

⁷ Dokumentasi, di SMK Muhammadiyah 3 Weleri pada Selasa, 19 Desember 2017.

membiasakan peserta didik sholat berjamaah dan melaksanakan amalan sunnah dan mampu membentuk peserta didik yang berkarakter.

SMK Muhammadiyah 3 Weleri selain memberikan nilai lebih pada produk pendidikannya, terdapat faktor lain yang menarik minat *stakeholder* yaitu keterjangkauan harga pendidikan yang diterapkan dari pada lembaga pendidikan yang berada disekitarnya dan pembayaran yang dapat diangsur dengan mudah. Untuk SPP sendiri, kelas X dibebani biaya sebesar 200.000, kelas XI 180.000 dan kelas XII sebesar 175.000 sudah termasuk tabungan sebesar 15.000.⁸

Jumlah siswa yang mendaftar ke SMK Muhammadiyah 3 Weleri dari tahun ke tahun semakin meningkat terutama tiga tahun terakhir dengan jumlah siswa yang mendaftar sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Siswa Tahun Pelajaran 2016/ 2017 – 2018/ 2019

No.	Tahun Pelajaran	Jurusan						Jumlah
		TAV	TKR	TSM	TKJ	Farmasi	MM	
1.	2016/ 2017	38	121	116	97	69	-	441
2.	2017/	77	148	120	122	64	-	531

⁸ Dokumentasi, di SMK Muhammadiyah 3 Weleri pada Selasa, 19 Desember 2017.

		2018						
3.	2018/ 2019	108	144	109	107	72	36	576

Tabel diatas menunjukkan jumlah siswa yang dimiliki SMK Muhammadiyah 3 Weleri terus meningkat.⁹ Peningkatan jumlah siswa yang signifikan terjadi pada tahun ajaran 2018/2019 karena adanya penambahan jurusan baru sebagai tanda nyata dari produk pendidikan.

Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya akan berfokus pada produk dan harga jasa pendidikan. Variabel produk dan harga jasa pendidikan peneliti pilih karena memandangi produk merupakan tolak ukur penilaian konsumen terhadap sebuah lembaga. Sedangkan harga merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran jasa karena berkaitan langsung dengan nilai dan manfaat yang akan diperoleh oleh konsumen.

Selain itu, sudah banyak penelitian yang menghasilkan bahwa produk dan harga jasa pendidikan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam memilih sekolah. Dalam salah satu penelitian jurnal akutansi manajemen madani tentang analisis pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih sekolah tinggi ekonomi madani menyatakan bahwa produk dan harga berpengaruh positif

⁹ Data Dokumen sekolah SMK Muhammadiyah 3 Weleri, Tahun pelajaran 2018/2019.

dan signifikan yang dibuktikan nilai t hitung variabel produk sebesar 3,243 dan nilai t hitung variabel harga sebesar 2,707 dibandingkan dengan variabel lainnya.¹⁰ Maka dari pada itu, peneliti akan menyempurnakan atau melengkapi terhadap penelitian yang terdahulu terhadap dua komponen dari bauran pemasaran jasa pendidikan yaitu produk dan harga pemasaran jasa pendidikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penulis mengadakan penelitian tentang pemasaran jasa pendidikan dengan judul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal”.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal?
2. Adakah pengaruh harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal?
3. Adakah pengaruh produk dan harga secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal?

¹⁰ Sani Gazali, “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani Balikpapan” *Jurnal Akutansi Manajemen Madani*, (Vol. 01, No. 03, Oktober 2017), hlm. 92.

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Dengan melihat rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga jasa pendidikan terhadap keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal.
- c. Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal.

2. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan karya ilmiah dibidang manajemen pendidikan Islam serta dapat menyempurnakan penelitian terdahulu tentang Pengaruh produk dan harga pendidikan terhadap keputusan pemilihan sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal.

b. Secara praktis

- 1) Bagi sekolah, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi serta evaluasi kinerja lembaga pendidikan agar lebih baik.
- 2) Bagi sekolah lain, hasil penelitian dapat menjadi informasi dan sumbangan pemikiran dalam bidang pemasaran jasa pendidikan.
- 3) Bagi pengambil kebijakan, Penelitian ini juga dapat dipakai sebagai dasar kebijakan atau strategi untuk membangun lembaga pendidikan yang mampu bersaing di era globalisasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Pemasaran Jasa Pendidikan.

Mengenai marketing merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung kepada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar.¹¹

Menurut Philip Kotler dalam bukunya manajemen pemasaran, definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti berikut: kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands); produk (barang, jasa, dan gagasan); nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar serta pemasar dan calon pelanggan.¹²

¹¹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Edisi Kelima, (Jakarta: Erlangga, 1989), hlm. 24.

¹² Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), hlm. 6.

Jadi pemasaran jasa pendidikan disini diartikan suatu proses sosial dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengawasi yang didalamnya terdapat individu, anggota-anggota dan lembaga pendidikan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada masyarakat.¹³

Dalam elemen bauran pemasaran yang terdiri atas 4 P yaitu *Promotion, Place, Price, Product*, dan secara tradisional ditambah 3 elemen P lagi yaitu *Physical evidence, People dan Process* yang akan penulis paparkan pada sub bab selanjutnya yaitu strategi bauran pasar. Namun, dalam penelitian ini hanya akan berfokus pada dua elemen bauran pemasaran yaitu *Product dan Place*.

2. Produk Jasa Pendidikan

a. Pengertian Produk Jasa

Strategi pemasaran yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan dengan baik dalam manajemen pemasaran jasa pendidikan adalah bauran produk. Produk sendiri identik dengan sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen guna untuk menunjukkan fungsi suatu produk kenapa dibeli dan digunakan.

¹³ Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 65.

Pembelian dalam setiap produk baik barang maupun jasa sebenarnya sama dengan membeli manfaat dan nilai yang ada didalamnya. Pada produk jasa sendiri merupakan serangkaian pemuas nilai yang kompleks.

Menurut Grewel & Levy, dalam bukunya yang berjudul *Marketing*, “*A product is anything that is of value to consumer and can be offered though a voluntary marketing exchange*”.¹⁴ Produk adalah segala sesuatu yang bernilai bagi konsumen dan dapat ditawarkan sebagai bentuk pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Kotler, dalam bukunya “produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide”.¹⁵

Selanjutnya Fandy Tjiptono dalam buku pemasaran esensi dan aplikasi berpendapat bahwa “produk merupakan segala sesuatu yang diterima konsumen dalam proses pertukaran dengan produsen berupa manfaat pokok; produk fisik dan kemasannya; serta elemen-elemen tambahan yang menyertainya”.¹⁶

¹⁴ Dhruv Grewel, dkk., *Marketing*, (New York: McGraw-Hill/Irwin, 2005), hlm. 342.

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 3.

¹⁶ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 176.

Sedangkan pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah pada konsumen.¹⁷

Menurut Kotler dan Keller, dalam buku manajemen pemasaran berpendapat bahwa “jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”.¹⁸

Inti dari jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak dapat terikat pada suatu produk fisik.

Buchari Alma, mendefinisikan “produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut”.¹⁹ Dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan produk jasa

¹⁷ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 6.

¹⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 36.

¹⁹ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 156.

adalah segala aktivitas yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang memberikan nilai tambah pada konsumen.

b. Karakteristik Jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang. Walaupun barang dan jasa merupakan bagian katagori yang dinamakan produk. Terdapat lima karakteristik dalam produk jasa yaitu:

- 1) *Intangibility* (tidak berwujud), jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum produk jasa tersebut dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai yang tak berwujud yang dialami oleh konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau kenyamanan.
- 2) *Unstorability* (tidak dapat disimpan), jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini juga disebut *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
- 3) *Customization* (kustomisasi), jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.²⁰

²⁰ Rahmat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 6.

Produk jasa merupakan pemuas dan pemenuh kebutuhan yang lengkap oleh karena itu perlu penunjang fisik yang nyata seperti orang-orang yang memiliki kompetensi yang memadai, bangunan yang nyaman, pelayanan yang baik, dan sarana prasarana yang memadai sehingga konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh produsen atau penyedia jasa.

c. Kategori Bauran Jasa

Suatu lembaga dalam menawarkan produk ke konsumen biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa yang ditawarkan dapat berupa bagian kecil atau keseluruhan penawaran produk jasa. Kategori bauran jasa sendiri dibagi menjadi lima yaitu sebagai berikut:

- 1) Barang yang berwujud murni, penawaran terutama terdiri dari barang berwujud. Tidak ada jasa yang menyertai produk.
- 2) Barang berwujud yang disertai jasa, penawaran yang terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa. Umumnya semakin canggih sebuah produk, maka semakin besar kebutuhan untuk jasa pendukung berkualitas tinggi yang lebih luas.
- 3) *Hibrida*, penawaran yang terdiri dari bagian barang dan jasa yang sama proporsinya.

- 4) Jasa utama yang disertai barang dan jasa kecil, penawaran yang terdiri dari jasa utama beserta tambahan jasa atau barang pendukung.
- 5) Jasa murni, penawaran murni yang terdiri dari jasa.²¹

Meskipun dalam kegiatan produk jasa memberikan pelayanan yang hanya bisa dirasakan, namun tidak dapat dipungkiri antara produk jasa dan produk fisik memiliki keterlibatan dalam setiap pembelian beberapa produk.

d. Tingkatan Jasa

Analisis terhadap jasa pendidikan dapat dilakukan berdasarkan tiga tingkatan produk, yaitu:

- 1) Penawaran inti, pemasar harus memahami program apa yang diinginkan dan bermanfaat dari sudut pandang pelanggan. Selain itu, pemasar harus dapat menjelaskan manfaat program yang dapat memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan.
- 2) Penawaran nyata, dapat digambarkan berdasarkan empat karakteristik yaitu:
 - a) Fasilitas atau fitur (*features*), komponen individual dari penawaran yang mudah ditambahkan dan dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fitur juga merupakan alat untuk membedakan

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 38.

program lembaga pendidikan yang satu dari pesaing lainnya.

- b) Kualitas (*quality*), mewakili tingkat penerimaan kinerja dari jasa. Kualitas jasa sangat penting karena sangat bervariasi, tergantung keahlian penyedia jasa, motivasi dan situasi kondisi seseorang, serta pengendalian dari lembaga itu sendiri.²²
 - c) Kemasan (*packaging*), bagaimana kemasan dalam pemberian jasa akan berpengaruh terhadap penerimaan jasa. Contohnya arsitektur gedung, halaman sekolah, dan lingkungan yang akan mendukung fungsi pendidikan dari lembaga pendidikan.
 - d) Merek (*branding*), program dan jasa dari suatu lembaga pendidikan dapat diberikan suatu merek, seperti diberikan nama, symbol, dan desain atau beberapa kombinasi dapat membedakan dari penawar pesaing.
- 3) Penawaran tambahan, untuk menarik lebih banyak konsumen, suatu penawaran jasa ditambahkan atau diperbesar. Persaingan baru bukanlah apa yang ditawarkan lembaga pendidikan di dalam kelas, tetapi

²² Rahmat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 150.

pada apa yang ditawarkan pada standar penawaran dari segi pengemasan, layanan, periklanan, pembiayaan, pengaturan penyampaian jasa sehingga dapat memberikan nilai bagi konsumen. Contohnya penawaran untuk keanggotaan alumni.²³

Pada intinya produk pendidikan merupakan elemen pertama yang menjadi daya tarik konsumen untuk menjatuhkan pilihan kelembaga pendidikan.

e. Produk Jasa Pendidikan

Di dalam jasa lembaga pendidikan, produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan pendidikan adalah reputasi atau mutu pendidikan yang baik, prospek yang cerah bagi peserta didik setelah lulus dari lembaga pendidikan tersebut, dan pilihan konsentrasi yang bervariasi sehingga calon peserta didik bisa memilih bidang konsentrasi yang sesuai dengan bakat dan minatnya.²⁴ Produk pendidikan merupakan elemen pertama yang harus direncanakan dengan melihat potensi-potensi pada peserta didik, karakteristik, ciri khas daerah dan agama.

²³ Rahmat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 150.

²⁴ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 157.

Produk pendidikan itu sendiri terbagi atas lima tingkatan yaitu sebagai berikut:

- 1) *Core benefit* merupakan manfaat dasar yang sebenarnya dibeli oleh konsumen, dalam hal ini adalah pendidikan.
- 2) *Basic product* atau versi dasar dari suatu produk, dalam hal ini misalnya pengetahuan dan keterampilan yang khas.
- 3) *Expected product* yaitu sejumlah atribut yang menyertai diantaranya adalah kurikulum, silabus, tenaga pendidikan dan sebagainya.
- 4) *Augmented product* merupakan produk tambahan dengan tujuan agar berbeda dengan produk pesaing, misalnya output dari lembaga tersebut mampu berbahasa inggris maupun bahasa arab baik lisan maupun tulisan, computer dan sebagainya.
- 5) *Potensial product* yaitu seluruh tambahan atau perubahan yang mungkin didapat dari produk tersebut, misalnya pengakuan lulusan lembaga pendidikan dari dunia kerja.²⁵

²⁵ Yoyon Bahtiar Sugianto, "Pemasaran Pendidikan", *Modul PemasaranPendiakn*, http://fole.upi.edu/direktori/fip/jur. administrasi pendidikan/196210011991021yoyon_bahtiar_irianto/modulpemasaran_pendidikan.pdf, diakses pada tanggal 21 Agustus 2018/ 23.20 WIB.

Lembaga pendidikan mampu bertahan dan bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya adalah lembaga pendidikan yang dapat menawarkan program studi yang beragam dan bermutu serta memiliki fasilitas yang memadai dalam setiap program studi, prospek yang cerah bagi lulusannya.

Lembaga pendidikan sebagai lembaga penyedia jasa mempunyai beberapa karakteristik diantaranya sebagai berikut:

- 1) Lembaga pendidikan termasuk ke dalam kelompok jasa murni dimana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata.
- 2) Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa, dimana pelanggan mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan.
- 3) Penerima jasa adalah orang, jadi pada lembaga pendidikan pemberian jasa yang berbasis orang. Pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung.
- 4) Hubungan dengan pelanggan berdasarkan hubungan keanggotaan, dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasa dilakukan secara terus-menerus dan

teratur sesuai dengan kurikulum yang telah ditetapkan.²⁶

Pada hakikatnya konsumen akan memberikan nilai terhadap sebuah jasa dalam kaitannya dengan seberapa manfaat yang didapat dan sejauh mana jasa tersebut dapat berperan dalam menyelesaikan masalah pada konsumen. Oleh karena itu dalam perencanaan produk, pihak pemimpin serta pihak manajemen pemasaran lembaga pendidikan harus memperhatikan berbagai faktor baik dari kualitas, *brand*, dan jaminan pendidikan agar mampu menarik minat konsumen pendidikan.

Lembaga atau organisasi yang baik tidak akan membiarkan konsumen tertipu dengan produk yang ditawarkan, sebab akan membuat konsumen kecewa yang berakibat pada pengambilan keputusan memilih lembaga atau organisasi.

²⁶ Rahmat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm.148.

3. Harga Jasa Pendidikan

a. Pengertian Harga

Strategi pemasaran yang kedua yang perlu dipertimbangkan oleh bagian manajemen pemasaran adalah harga. Harga merupakan hal terpenting dalam pemasaran jasa karena berkaitan langsung dengan nilai dan manfaat yang akan didapat oleh konsumen dan akan menggambarkan kualitas jasa itu sendiri.

Menurut William D. Perreault, *“price is the amount of money that is charged for something of value”*.²⁷ Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sesuatu yang memiliki nilai.

Menurut Philip Kotler, “harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya”.²⁸

Pengertian harga menurut Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul pemasaran jasa, “diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/ atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/ kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa”.²⁹

²⁷ Perreault William D., dkk., *Essentials Of Marketing: A Marketing Strategy Planing Approach*, (New York: : McGraw-Hill/Irwin, 2012), hlm. 409.

²⁸ Philip kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 67.

²⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 198.

Menurut Kerin dalam bukunya yang berjudul *Marketing the core*, “*In marketing price means the money or other considerations exchanged for the ownership or use of a good or service*”.³⁰ Di dalam pemarkasan harga adalah sejumlah uang atau pertimbangan lain untuk ditukarkan dengan suatu kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa.

Dari beberapa pengertian harga di atas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang atau nilai tukar yang harus dibayarkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang diberikan oleh produsen ke konsumen.

Penetapan harga jual produk suatu lembaga harus memperhatikan berbagai pihak baik konsumen, penyalur, pesaing, pekerja maupun pemerintah. Penetapan harga yang ditetapkan dalam pasar seharusnya mengacu pada tingkat keuntungan yang ingin diperoleh dengan berdasarkan persaingan yang wajar dalam segmen pasar yang dilayani.

b. Harga Jasa Pendidikan

Lembaga pendidikan termasuk ke dalam *non profit organization*. Dengan kegiatan utamanya adalah memberikan layanan kepada konsumen pendidikan

³⁰ Kerin, dkk., *Marketing The Core*, (United States of Amerika: McGraw-Hill/Irwin, 2005), hlm. 228.

dalam hal ini adalah peserta didik.³¹ Sebagai lembaga non profit, lembaga pendidikan mencari keuntungan seperti dalam dunia perusahaan bukanlah tujuan utamanya, namun lembaga pendidikan bertujuan memberikan layanan jasa agar mampu memberikan kepuasan kepada konsumen untuk hubungan jangka panjang dan peningkatan mutu. Dengan demikian, ada beban-beban kegiatan yang harus dibayar untuk kelancaran dalam proses pembelajaran yang dikenal dengan biaya pendidikan.

Pengertian pembiayaan pendidikan yang bersifat *budgetair* yaitu biaya pendidikan yang diperoleh dan dibelanjakan oleh sekolah sebagai suatu lembaga. Artinya, biaya-biaya pendidikan yang bersifat *budgetair* dan *nonbudgetair* termasuk dalam pengertian biaya pendidikan secara luas.³²

Harga dalam konteks jasa pendidikan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh peserta didik untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu lembaga pendidikan.³³

³¹ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 30.

³² Nanang Fatah, *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 23.

³³ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 159-160.

Dapat disimpulkan harga dalam konteks pendidikan memiliki elemen yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga seperti biaya SPP, biaya buku modul, biaya praktik, dan lain-lain. Harga untuk jasa pendidikan sangat dipengaruhi oleh mutu produk ditawarkan. Jika produk yang ditawarkan memiliki mutu yang baik, maka calon konsumen pendidikan tidak keberatan untuk membayar lebih tinggi selama harga tersebut masih berada dalam batas keterjangkauan konsumen pendidikan.

c. Jenis-jenis Harga Pendidikan

Jenis-jenis Harga atau biaya pendidikan dalam pemasaran jasa diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya tetap yaitu biaya yang secara umum tidak berubah dengan perubahan yang beralasan dalam volume bisnis, contohnya gaji eksekutif dan administrasi serta asuransi.
- 2) Biaya variabel yaitu biaya yang berubah seiring dengan perubahan dalam volume bisnis, contohnya bahan baku, tenaga kerja langsung dan komisi untuk penjualan.³⁴

³⁴ Rahmat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm.102.

- 3) Biaya total yaitu jumlah biaya-biaya tetap dan variabel untuk tingkat produsen tertentu.³⁵

Sedangkan Harga atau biaya dalam lembaga pendidikan sendiri dikategorikan menjadi dua yaitu:

- 1) Biaya langsung yang terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan pengajaran dan kegiatan belajar siswa berupa pembelian alat-alat pelajaran, sarana, biaya transportasi, gaji guru, baik yang dikeluarkan pemerintah, orang tua, maupun siswa sendiri.
- 2) Biaya tidak langsung berupa keuntungan yang hilang dalam bentuk biaya kesempatan yang hilang yang dikorbankan oleh siswa selama belajar.³⁶

Harga yang ada dalam lembaga pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung pada dasarnya adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan dan kelancaran dalam proses pembelajaran.

³⁵ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Depok: Rajawali Press, 2017), hlm. 176.

³⁶ Nanang Fatah, *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 23.

d. Komponen-komponen Dalam Harga Jasa pendidikan

Komponen dalam harga jasa pendidikan antara lain mencakup:

- 1) Uang pendaftaran atau pendaftaran ulang tiap awal semester.
- 2) Uang sekolah, secara garis besarnya meliputi uang biaya penyelenggaraan pendidikan, juga hal yang berhubungan dengan pengembangan dan pembinaan kegiatan kokulikuler dan ekstrakurikuler, seperti uang buku, peralatan dan sebagainya persemester.
- 3) Uang sumbangan pembangunan gedung, hanya sekali dibayar pada saat diterima di lembaga pendidikan yang bersangkutan.³⁷

Oleh karena itu, pengelola lembaga pendidikan dalam menetapkan harga atau biaya pendidikan perlu mempertimbangkan berbagai fasilitas yang diberikan, fleksibilitas pembayaran biaya pendidikan dan adanya jangka waktu pembayaran yang jelas dalam setiap komponen harga jasa pendidikan yang harus dibayar.

³⁷ Rahmat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 154.

4. Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Menurut Gitosudarmo “keputusan secara harfiah berarti pilihan. Pilihan yang dimaksud adalah pilihan dari dua atau lebih kemungkinan, atau dapat dikatakan sebagai keputusan dicapai setelah dilakukan pertimbangan dengan memilih satu kemungkinan pilihan.”³⁸

Sedangkan menurut Engkoswara Pengambilan keputusan diartikan “sebagai suatu kegiatan dengan memilih alternatif yang tepat dari berbagai alternatif yang ada dengan mempertimbangkan hasil yang maksimal”.³⁹

Dari kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu kegiatan untuk memilih sesuatu dari berbagai alternatif dengan pertimbangan yang telah matang.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen

Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh

³⁸ Gitosudarmo Indriyo, *Perilaku Keorganisasian*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 175.

³⁹ Engkoswara dan Aan komariah, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 105-106.

pemasar, namun harus benar-benar diperhitungkan. Diantara faktor-faktor tersebut yaitu:

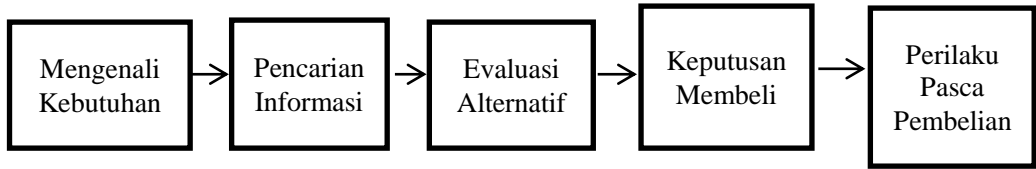
- 1) Faktor budaya, terdiri dari beberapa bagian yaitu budaya, subbudaya, kelas sosial hal ini sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.
- 2) Faktor sosial, seperti kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial.
- 3) Faktor Pribadi, meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta gaya hidup dan nilai.⁴⁰

c. Proses Pengambilan Keputusan

Tugas pemasaran adalah memahami perilaku pembeli pada tiap-tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap-tahap tersebut. Pendirian orang lain, faktor situasi tidak diantisipasi, dan resiko yang dirasakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, demikian pula tingkat kepuasan pasca-pembelian konsumen dan tindakan pasca pembelian dipihak perusahaan.⁴¹

⁴⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 166.

⁴¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hlm. 14.



Secara perinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pengenalan Masalah, proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkan.
- 2) Pencarian Informasi, seorang konsumen yang mulai timbul minat akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Salah satu faktor kunci bagi pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dan pengaruh relatif dari masing-masing sumber terhadap keputusan membeli. Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu:⁴²
 - a) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga dan kenalan
 - b) Sumber komersial: iklan, penyalur, dan pameran
 - c) Sumber umum: media massa

⁴² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hlm. 15.

- d) Sumber pengalaman: pernah menggunakan produk.⁴³
- 3) Evaluasi Alternatif, setelah terkumpul berbagai alternatif solusi konsumen kemudian mengevaluasi dan menyeleksi untuk menentukan pilihan akhir. Menurut model multi-atribut, konsumen menggunakan sejumlah atribut atau dimensi penting sebagai acuan utama dalam mengevaluasi suatu produk. Atribut-atribut tersebut mencerminkan berbagai aspek relevan dalam pengalaman konsumsi spesifik.⁴⁴

Tabel 2.1
Atribut Yang Biasa Digunakan Konsumen Untuk Mengevaluasi Produk/ Harga Jasa

Kategori	Atribut Spesifik
Atribut Biaya	1. Harga pembelian 2. Biaya pengoperasian 3. Biaya ekstra
Atribut Kinerja	1. <i>Durabilitas</i> atau keawetan 2. Kualitas produk 3. Keandalan 4. Kinerja fungsional

⁴³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hlm. 16.

⁴⁴ Fandy Tjipto, *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 70-71.

	5. Efisiensi 6. Keamanan
Atribut Sosial	1. Reputasi merek 2. Citra status 3. Popularitas di kalangan teman 4. Popularitas di kalangan keluarga 5. Gaya atau corak (<i>style</i>)
Atribut Ketersediaan	1. Tersedia produk yang diinginkan 2. Syarat cicilan pembayaran

- 4) Keputusan Membeli, terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama yaitu sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mempengaruhi alternatif pilihan seorang akan tergantung pada dua hal yaitu:
- a) Intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen.

- b) Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut.⁴⁵
- 5) Perilaku Sesudah Membeli, sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.⁴⁶

5. Hubungan Produk, Harga dan Pengambilan Keputusan

Atribut produk merupakan bagian yang tak terpisahkan oleh dari strategi produk yang dapat dikontrol langsung oleh perusahaan, sebagai suatu rangsangan yang diperhatikan dan dievaluasi oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan. Tidak jarang konsumen memutuskan untuk membeli karena terpengaruh oleh harga, citra, mutu, fasilitas maupun atribut bernilai lainnya. Dalam proses pengambilan keputusan konsumen akan melewati beberapa tahap tertentu yang meliputi pengenalan masalah

⁴⁵ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hlm. 16.

⁴⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015) hlm 17.

atau kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian.⁴⁷

Dalam kaitannya dengan proses keputusan pembelian produk, setiap konsumen dihadapkan pada begitu banyak pilihan produk. Manakala pilihan tersebut serupa atau mirip satu sama lain, maka harga akan menjadi kriteria utama dalam pengambilan keputusan.⁴⁸

Dalam hal ini pengelola lembaga pendidikan harus dapat membuat kombinasi atribut produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai dasar untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada produk yang sudah ada.

Sedangkan harga merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk. Apabila mutu produk baik, maka calon peserta didik berani membayar lebih tinggi. Apabila harga jasa pendidikan dinaikkan pengambilan keputusan untuk memilih sekolah bagi calon peserta didik tidak berkurang, apabila harga jasa pendidikan tersebut masih dirasa dalam batas keterjangkauan peserta didik. Akan tetapi ada lembaga pendidikan yang menetapkan harga jasa pendidikan tinggi sekali, peminatnya tetap banyak. Hal ini disebabkan karena situasi kelangkaan penyedia jasa

⁴⁷ Fitrianingrum dan Tries Edy wahyono, "Pengaruh Harga dan Mutu Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler", *Jurnal Modernisasi*, (Vol. 09, No. 02, Juni/ tahun 2013), hlm. 126.

⁴⁸ Fandy Tjipto dan Anastasia Diana, *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 177.

pendidikan yang bermutu, melihat siapa dibelakang pengelola jasa pendidikan tersebut.⁴⁹

Dapat disimpulkan bahwa hubungan antara produk, harga dan pengambilan keputusan berawal dari kualitas atau mutu produk yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan yang akan menentukan seberapa harga jasa pendidikan yang akan ditetapkan oleh suatu lembaga penyedia jasa pendidikan. Walaupun harga yang ditetapkan tinggi, tidak menghalangi pengambilan keputusan memilih sekolah dengan kualitas produk yang baik selagi harga yang ditetapkan tidak melebihi kemampuan peserta didik.

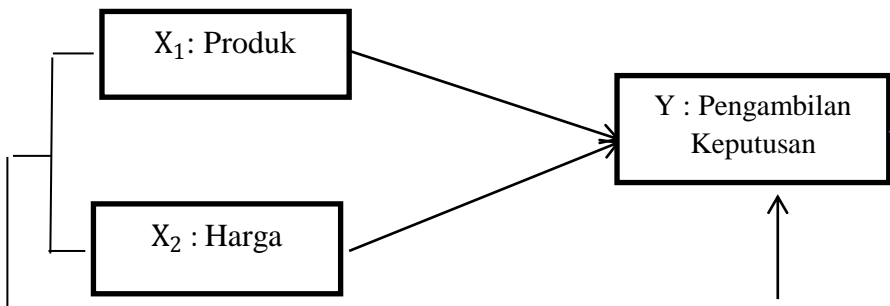
B. Kerangka Berfikir

Seiring dengan pertumbuhan sekolah baik negeri maupun swasta khususnya pada tingkat Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) semakin meningkat, maka persaingan untuk mendapatkan peserta didik tiap tahunnya semakin meningkat. Dengan demikian lembaga pendidikan harus memiliki strategi pemasaran jasa yang baik. Terutama bagi sekolah swasta, hal tersebut menjadi beban persaingan yang berat dikarenakan harus bersaing dengan sekolah-sekolah negeri. Lembaga pendidikan yang mampu bertahan dan bersaing dalam menarik minat pelanggan

⁴⁹ Buchtari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 385.

pendidikan ialah lembaga pendidikan yang memiliki produk dan harga jasa pendidikan yang bermutu.

Dari banyak penelitian yang telah dilakukan oleh para ahli pemasaran jasa pendidikan, bahwa produk dan harga sangat memiliki pengaruh besar dalam menarik minat pelanggan pendidikan. Maka peneliti ingin melengkapi penelitian yang sudah ada tentang pengaruh produk dan harga jasa pendidikan. hal inilah yang akan peneliti teliti adalah apakah ada pengaruh produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Berikut gambaran kerangka pemikiran penelitian:



C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan tinjauan pustaka yang berkenaan dengan tema penelitian yang akan dilakukan peneliti baik berupa buku, hasil penelitian ataupun sumber lain yang berguna sebagai rujukan atau perbandingan. Peneliti akan mengambil beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang memiliki relevansi dengan tema

penelitian yang dilakukan peneliti saat ini. Beberapa penelitian tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Jurnal Madani karya Fahrurrozi volume 19 nomer 2 tahun 2015 yang berjudul “Efektivitas Strategi Produk, Promotion, Price Dalam Meningkatkan *Imange* Sekolah Dan Loyalitas Orang Tua Siswa PAUD (Studi Pada Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Islam Kota Semarang)”. Dari jurnal tersebut mengungkapkan bahwa pada coefficients, uji-t/ parsial terlihat bahwa variabel persepsi tentang produk dan harga secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Image* yang ditunjukkan oleh nilai Sig masing-masing lebih kecil dari Alpha 5% yaitu 0,000. Begitu juga pada uji-t/ parsial bahwa variabel persepsi tentang produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan variabel loyalitas orang tua siswa ditunjukkan oleh nilai Sig masing-masing lebih kecil dari Alpha 5% yaitu 0,000.⁵⁰

Pada jurnal ini bertujuan untuk melihat dan membuktikan Efektivitas strategi produk, promotion, price dalam meningkatkan *imege* sekolah dan loyalitas orang tua. Sedangkan peneliti akan memfokuskan penelitian pada dua unsur bauran pemasaran jasa pendidikan yaitu pada unsur produk dan harga jasa pendidikan yang digunakan SMK

⁵⁰ Fahrurrozi, “Efektivitas Strategi Produk, Promotion, Price Dalam Meningkatkan *Imange* Sekolah Dan Loyalitas Orang Tua Siswa PAUD (Studi Pada Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Islam Kota Semarang)”, *Jurnal Madani*, (Vol. 19, No. 02, 2015), hlm. 97-98.

Muhammadiyah 3 Weleri dan melihat pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan peserta didik memilih sekolah sebagai tempat melanjutkan pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi. Adapun kebaruan penelitian ini adalah objek yang akan diteliti yaitu SMK Muhammadiyah 3 Weleri sebagai sekolah rujukan di Kabupaten Kendal.

2. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen karya Ulfa Indah Wati volume 4, nomer 7, Juli 2015 yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya”. Dari jurnal tersebut mengungkapkan bahwa dari uji normalitas untuk variabel produk dan harga memiliki distribusi normal terbesar dari variabel lain yaitu sebesar 1,618 dan 1,688. Sedangkan untuk persamaan regresi linier berganda menunjukkan konsanta sebesar 1,964 yang artinya jika bauran pemasaran jasa = 0, maka keputusan siswa memilih SMA Barunawati Surabaya akan sebesar 1,964 dan bauran pemasaran jasa menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan siswa memilih SMA Barunawati sebagai tempat pendidikan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik nilai bauran pemasaran jasa akan diikuti semakin tinggi keputusan siswa memilih sekolah.⁵¹

⁵¹ Ulfa Indah Wati, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Vol. 4, No. 7, Juli 2015), hlm. 14-15.

Junal ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh bauran pemasaran jasa (produk, harga, proses, lokasi, promosi, bukti fisik, dan orang) terhadap keputusan siswa memilih SMA, sedangkan yang akan diteliti dalam karya ilmiah ini adalah hanya berfokus pada 2 unsur bauran pemasaran jasa saja yaitu produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah SMK Muhammadiyah 3 weleri.

3. Penelitian yang dilakukan oleh M. Ikhsan Nurhadiansyah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor tahun 2013 yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan SMA Plus PGRI Cibinong Sebagai Tempat melanjutkan Pendidikan”. Dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa tanda positif pada variabel harga dan promosi menunjukkan hubungan yang searah, yang artinya apabila harga dan promosi ditingkatkan maka keputusan konsumen akan meningkat. Dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.⁵²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pemilihan SMA dan juga mengetahui adanya besaran pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pemilihan SMA dengan sampel yang digunakan orang tua atau wali murid dari sekolah tersebut.

⁵² M. Ikhsan Nurhadiansyah, “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan SMA Plus PGRI Cibinong Sebagai Tempat melanjutkan Pendidikan”, *Skripsi* (Bogor: Program S1, Institut Pertanian Bogor, 2013), hlm. 48.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk mengetahui adanya pengaruh dan adanya besaran pengaruh produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri dengan sampel yang digunakan adalah peserta didik di sekolah tersebut.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syarif Hidayatulloh mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2015 yang berjudul “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Sekolah Menengah Atas (SMA) Yayasan Pendidikan Islam Darussalam Cimanggis-Ciputat”. Dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-F diketahui bahwa setiap variabel dari strategi bauran pemasaran jasa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih sekolah SMA Darussalam dengan nilai F_{hitung} sebesar 9,637. Namun secara uji parsial (uji- T) hanya variabel bukti fisik yang memberikan pengaruh secara signifikan dengan nilai 0,0001.⁵³

⁵³ Muhammad Syarif Hidayatulloh, berjudul “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Sekolah Menengah Atas (SMA) Yayasan Pendidikan Islam Darussalam Cimanggis- Ciputat”, *Skripsi* (Jakarta: Program S1 UIN Syarif Hidayatullah, 2015), hlm. 97.

Perbedaan pada penelitian yang peneliti lakukan adalah pada pada sub variabel independen dan objek yang peneliti lakukan berfokus pada produk jasa pendidikan dan harga jasa pendidikan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Syafa'ati mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negri Walisongo tahun 2015 yang berjudul “Pengaruh Produk, Biaya, Lokasi Pendidikan Terhadap Citra Sekolah (Studi Kasus Di SMK Telkom Terpadu AKN Marzuki Selempong Dukuhseti Pati)”. Dari penelitian tersebut bahwa produk pendidikan memiliki nilai signifikan 0,006 dan lebih kecil dari nilai *coefficient a* = 0,025 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara produk dan citra pendidikan. dan pada variabel biaya memiliki nilai signifikasinya $0,000 \leq a = 0,025$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya dan citra lembaga.⁵⁴

Perbedaan pada penelitian yang peneliti lakukan adalah pada sub variabel independen hanya berfokus pada produk dan harga jasa pendidikan sedangkan pada sub variabel dependent adalah pengambilan keputusan memilih sekolah.

⁵⁴ Syafa'ati, berjudul “Pengaruh Produk, Biaya, Lokasi Pendidikan Terhadap Citra Sekolah (Studi Kasus Di SMK Telkom Terpadu AKN Marzuki Selempong Dukuhseti Pati)”. *Skripsi* (Semarang: Program S1 UIn Walisongo, 2015), hlm. 183.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Endah Winarti mahasiswa program Magister Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2014 yang berjudul “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap pembentukan Image dan Keputusan Pemilihan PTAIN (kajian Di UIN Di Jawa Timur)”. Dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa produk memiliki positif terhadap *image* sebesar 1,99 sedangkan terhadap keputusan memilih sebesar 1,97. Harga memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap *image* sebesar -1,96.⁵⁵

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh faktor-faktor bauran pemasaran terhadap pembentukan *image* dan pengambilan keputusan pemilihan PTAIN. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada karya ilmiah yang peneliti lakukan adalah pada sub variabel independent yaitu produk dan harga jasa pendidikan. Sedangkan pada variabel dependent adalah peneliti hanya berfokus pada pengambilah keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

Dari beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian peneliti diatas, setelah dicermati bahwa judul skripsi yang peneliti ajukan berbeda dengan penelitian sebelumnya. karena

⁵⁵ Endah Winarti, berjudul “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap pembentukan Image dan Keputusan Pemilihan PTAIN (kajian Di UIN Di Jawa Timur)”, *Tesis* (Malang: Progam Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim, 2014), hlm. 194-195.

pada penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan pada Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah. Dari segi subjeknya penelitian sudah jelas berbeda dengan yang lain, karena tempat penelitian berbeda dan belum ada penelitian yang membahas dan meneliti judul ini di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

D. Rumusan Hipotesis

Perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian. Setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berfikir. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁵⁶ Berdasarkan kerangka teori yang telah dipaparkan maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis kerja (H_1) yang berbunyi “Ada pengaruh positif tentang produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri”.
2. Hipotesis kerja (H_2) yang berbunyi “Ada pengaruh positif tentang harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri”.

⁵⁶ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 120.

3. Hipotesis kerja (H_3) yang berbunyi “Ada pengaruh positif tentang produk dan harga secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri”.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah adalah penelitian kuantitatif yaitu, penelitian yang bertujuan untuk menjawab atau menguji hipotesis yang sudah ditetapkan, yang berlandaskan sampel atau populasi tertentu menggunakan instrumen penelitian tertentu. Adapun data dalam penelitian ini berupa angka-angka dan analisis datanya bersifat statistik.⁵⁷

Sedangkan metode yang digunakan adalah metode *survey* adalah metode dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/ sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur/ sistematis tersebut dikenal dengan istilah kuesioner. Menurut Sekaran, yang disebut dengan “kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mengukur variabel-variabel, hubungan diantara variabel yang ada, atau juga pengalaman atau opini dari responden.”⁵⁸

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 11.

⁵⁸ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2012), hlm. 143.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri yang berlokasi di Jalan Bahari Desa Panaruban Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal.

2. Waktu

Dalam penelitian ini, waktu yang telah digunakan peneliti untuk mulai mengadakan penelitian sampai menyelesaikannya yaitu selama 7 hari mulai dari tanggal 30 November 2018 sampai 05 Desember 2018.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan gejala/ satuan yang ingin diteleti.⁵⁹ adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini merupakan siswa SMK Muhammadiyah 3 Weleri kelas XI pada tahun pelajaran 2018/2019 yang berjumlah 531 siswa. Dipilihnya kelas XI karena dianggap sudah merasakan dan mampu menilai dari produk dan harga jasa pendidikan yang ditawarkan.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteleti.⁶⁰ Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*, teknik ini digunakan bila populasi memiliki anggota atau unsur yang tidak homogen

⁵⁹ Bambang Prastyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm. 119.

⁶⁰ Bambang Prastyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm. 119.

dan berstrata secara proposional.⁶¹ Teknik pengambilan sampel ini peneliti pilih karena setiap jurusan pasti memiliki pandangan yang berbeda terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Karena populasi berstrata, maka sampelnya juga juga berstrata. Stratanya ditentukan menurut program studi yang ada.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian menggunakan rumus Isaac dan Micheal sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan: S = jumlah sampel
 N = populasi
 P=Q = 0,5
 d = 0,05
 λ = tabel nilai Chi-square sesuai tingkat kepercayaan 0,95 = 1,841.⁶²

Dari jumlah populasi yang ada dan penghitungan pengambilan sampe,l maka sampel yang didapat:

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 82.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 87.

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$S = \frac{1,841^2 \cdot (531) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{0,05^2 \cdot (531 - 1) + 1,841^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)} = 207$$

Perhitungan untuk menentukan jumlah sampel yang diambil dari masing-masing strata (tingkatan) dengan jumlah keseluruhan sampel sebanyak 207 responden dengan langkah sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel 207
- b. Menentukan sampel dari setiap jurusan dengan menggunakan rumus:⁶³

$$s = \frac{\text{Populasi}_1}{\text{Total populasi}} \times \text{Total sampel}$$

1. Jumlah sampel Teknik Audio Video

$$= \frac{77}{531} \times 207 = 30,01 = 30$$

2. Jumlah sampel Teknik Kendaraan Ringan (TKR)

$$= \frac{148}{531} \times 207 = 57,69 = 58$$

3. Jumlah sampel Teknik Sepeda Motor (TSM)

$$= \frac{120}{531} \times 207 = 46,77 = 47$$

4. Jumlah sampel Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ)

$$= \frac{122}{531} \times 207 = 47,55 = 48$$

⁶³ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2014), hlm. 114.

5. Jumlah Farmasi

$$= \frac{64}{531} \times 207 = 24,94 = 25$$

- c. Pada perhitungan yang menghasilkan pecahan dibulatkan ke atas sehingga jumlah sempelnya menjadi 208.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁶⁴

Berdasarkan obyek yang penelitian dan metode penelitian yang digunakan, maka dibawah ini diungkapkan variable penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas atau X (*Independent variable*)

Yaitu suatu variabel yang variasi nilainya akan mempengaruhi nilai variabel lainnya.⁶⁵ Adapun yang dimaksud variabel bebas pada penelitian ini adalah pemasaran jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri dengan indicator sebagai berikut:

X₁ Persepsi terhadap produk

X₂ Persepsi terhadap harga

⁶⁴ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 109.

⁶⁵ Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 23.

2. Variabel terikat atau Y (*Dependent Variabel*)

Yaitu suatu variabel yang variasi nilainya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variasi nilai variabel yang lain.⁶⁶ Adapun yang dimaksud dimaksud dengan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pemilihan sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri dengan indikatornya:

Y Keputusan memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri

Dari ketiga variabel tersebut dideskripsikan adakah dan seberapa besar pengaruh produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan pemilihan sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomer Kuesioner
1.	Produk Pendidikan	Penawaran Inti	Program studi	1 -3
		Penawaran Nyata	a. Alumni sekolah	4-6
			b. Akreditasi	7
			c. Ekstra kurikuler	8-9
			d. Presentasi lulus UN	10

⁶⁶ Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 23-24.

			e. Pilihan jurusan	11
		Penawaran Tambahan	Tingkat pelayanan	12
2.	Harga Jasa Pendidikan	Komponen Harga jasa	a. Biaya SPP	1-2
			b. Biaya praktikum	3-4
			c. Uang sumbangan pembangunan gedung	5-6
			d. Kemudahan dalam membayar	7
3.	Pengambilan keputusan	Evaluasi Alternatif	a. Atribut biaya	1-3
			b. Atribut Kinerja	4-5
			c. Atribut sosial	6-9
			d. Atribut ketersediaan	10-11

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuesioner (angket) untuk pengambilan data. Metode kuesioner adalah suatu cara untuk mengumpulkan data primer dengan menggunakan seperangkat daftar pertanyaan mengenai variabel yang diukur melalui perencanaan yang matang, disusun dan dikemas sedemikian rupa, sehingga jawaban dari semua

pertanyaan benar-benar dapat menggambarkan keadaan variabel yang sebenarnya.⁶⁷

Sedangkan pengukuran data yang digunakan oleh peneliti yaitu skala likert, karena skala likert memungkinkan peneliti untuk mengungkapkan tingkat intensitas atau perilaku atau perasaan responden. Pengukuran data dalam hal ini menggunakan 5 tingkatan yang terdiri dari: Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Netral (N) dengan skor 3, Setuju (S) dengan skor 4. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5.⁶⁸

Dengan kata lain, metode yang digunakan oleh peneliti adalah angket langsung berupa pilihan ganda yaitu angket yang butir pertanyaannya untuk menggali informasi dari semua peserta didik SMK Muhammadiyah 3 Weleri mengenai pendapat responden dimana jawaban dari pertanyaan tersebut telah tersedia. Variabel bebas (independen) dalam angket ini meliputi:

1. Produk pendidikan dengan sub variabel meliputi: penawaran inti, penawaran nyata dan penawaran.
2. Harga pendidikan dengan sub variabel yaitu komponen harga pendidikan.

Sedangkan variabel terikat (dependent) adalah pengambilan keputusan dengan sub variabel berupa atribut biaya, atribut kinerja, atribut sosial, atribut ketersediaan.

⁶⁷ Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 99.

⁶⁸ Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 76.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁶⁹ Data mentah yang telah diperoleh perlu dikelompokkan, hal ini dimaksudkan agar data dapat dianalisis agar dapat digunakan untuk menjawab permasalahan. Dalam menganalisis data yang diperoleh dari penelitian yang bersifat kuantitatif, maka peneliti menggunakan analisis data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis pendahuluan

Deskripsi data adalah tahapan analisis data pertama kali yang dilakukan dengan cara memasukkan hasil pengelolaan data angket responden ke dalam tabel data frekuensi.

Dalam analisis ini, akan dicari gambaran tentang pengaruh produk dan harga terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri melalui pemberian angket. Pengelolaan data angket akan peneliti lakukan dengan memberikan skor pada setiap item dari angket responden dengan menffunakan standar jawaban sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1
- b. Jawaban Tidak setuju (TS) diberi bobot 2
- c. Jawaban Netral (N) diberi bobot 3

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 207.

- d. Jawaban Setuju (S) diberi bobot 4
- e. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi bobot 5

Penskoran ini dibuat dalam bentuk tabel, kemudian dijadikan sebagai dasar perhitungan statistik pada langkah berikutnya.

2. Analisis Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan suatu instrument adalah ukuran seberapa tepat instrumen itu mampu menghasilkan data sesuai dengan ukuran yang sesungguhnya yang ingin diukur.⁷⁰ Dalam penelitian ini, untuk menguji validitas tiap item instrument peneliti menggunakan metode *product moment*. Adapun rumus *product moment* yaitu sebagai berikut:⁷¹

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan : r_{xy} = koefisien korelasi

N = Jumlah subyek atau responden

X = nilai butir X

Y = nilai butir Y

$\sum Y$ = jumlah variabel Y

$\sum X$ = jumlah variabel X

⁷⁰ Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 164.

⁷¹ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 180.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 21.0 dengan pedoman: Hasil analisis perhitungan validitas butir soal (r_{hitung}) dikonsultasikan dengan $r_{product\ moment}$, pada taraf signifikan 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir soal tersebut dikatakan valid. Dan sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir soal tersebut dikatakan tidak valid. Adapun hasil uji validitas data yang diujikan adalah sebagai berikut:

- 1) Uji validitas butir soal produk (X1)

Tabel 3.2
Analisis Validitas

No.	Validitas	Keterangan	
	r_{hitung}	r_{tabel}	
1.	0,535	0,138	valid
2.	0,583		valid
3.	0,576		valid
4.	0,707		valid
5.	0,563		valid
6.	0,538		valid
7.	0,567		valid
8.	0,622		valid
9.	0,645		valid
10.	0,701		valid

11.	0,605		valid
12.	0,656		valid

Hasil diatas dapat dianalisis bahwa butir item dari nomer 1 samapai nomer 12 jika dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N= 208$ dan taraf signifikan $5\%= 0,138$ adalah signifikan.

- 2) Uji validitas butir soal harga (X2)

Analisis Validitas Harga

No.	Validitas	Keterangan	
	r_{hitung}	r_{tabel}	
1.	0,602	0,138	Valid
2.	0,783		Valid
3.	0,713		Valid
4.	0,804		Valid
5.	0,649		Valid
6.	0,816		Valid
7.	0,604		Valid

Hasil diatas dapat dianalisis bahwa butir item dari nomer 1 sampai nomer 7 jika dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N= 208$ dan taraf signifikan $5\%= 0,138$ adalah signifikan.

3) Uji validitas butir soal pengambilan keputusan (Y)

Analisis Validitas Pengambilan Keputusan

No.	Validitas	Keterangan	
	r_{hitung}	r_{tabel}	
1.	0,615	0,138	Valid
2.	0,548		Valid
3.	0,645		Valid
4.	0,647		Valid
5.	0,614		Valid
6.	0,730		Valid
7.	0,591		Valid
8.	0,606		Valid
9.	0,577		Valid
10.	0,552		Valid
11.	0,624		Valid

Hasil diatas dapat dianalisis bahwa butir item dari nomer 1 sampai nomor 11 jika dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan N= 208 dan taraf signifikan 5%= 0,138 adalah signifikan

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Rumus *croanbach alpa* adalah sebagai berikut:⁷²

$$a = r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_{total} - \sum S^2}{\sum S_{total}} \right)$$

Keterangan : a = Croanbach alpa

r_{11} = Reliabilitas

n = Jumlah responden

$\sum S_{total}$ = Varian skor total

$\sum S^2$ = Varian item

Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *alpha*, uji signifikan dilakukan pada taraf signifikan 0,05 kesalahan 5%. Nilai yang diperoleh dikonsultasikan dengan nilai r_{tabel} *product moment* dengan taraf signifikan 5 %. Jika r_{alpha} positif atau > dari r_{tabel} maka pertanyaan reliable. Jika r_{alpha} negatif atau < dari r_{tabel} maka pertanyaan tidak reliable. Instrumen diujikan pada 208 siswa (responden) maka untuk taraf signifikan atau r_{tabel} sebesar 0,138. Adapun hasil reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

⁷² Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 224.

Tabel 3.5
Analisis Reliabilitas

No.	Variabel	r_y	$r_{tabel\ 0,05}$ (95%)	Keterangan
1.	Produk Jasa Pendidikan (X1)	0,842	0,138	Reliabel
2.	Harga Jasa pendidikan (X2)	0,833		Reliabel
3.	Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah (Y)	0,833		Reliabel

3. Analisis Uji hipotesis

a. Analisis korelasi *Product Moment*

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis regresi. Sebelum dilakukan teknik analisis regresi, terlebih dahulu peneliti mencari korelasi antara variabel X dengan variabel Y Untuk mengetahui kuat lemahnya tingkat atau derajat keeratan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen pada penelitian ini menggunakan tabel pedoman interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3.6
Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi⁷³

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup
0,20 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Dengan menggunakan rumus korelasi Product Moment. Yaitu dengan rumus:⁷⁴

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Setelah diadakan uji korelasi dengan korelasi product moment, maka hasil yang diperoleh dikonsultasikan dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dan 1% dengan asumsi sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{xy} > r_{tabel}$ (5% atau 1%) berarti signifikan artinya hipotesis diterima

⁷³ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 257.

⁷⁴Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 180.

2) Jika $r_{xy} < r_{tabel}$ (5% atau 1%) berarti tidak signifikan artinya hipotesis ditolak.⁷⁵

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel.⁷⁶ Dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui apakah adanya hubungan antara produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri dan untuk mengetahui hubungan antara harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksi

a = Harga Y ketika harga X= 0 (harga konstanta)

b = Angka arah atau koefisien regresi

X = Subjek pada variabel independen yang memiliki nilai tertentu.

⁷⁵ Sutrisno Hadi, Analisis Regresi, (Yogyakarta: ANDI, 2001), hlm. 4.

⁷⁶ Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 128.

Dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Membuat tabel penolong
- 2) Mencari nilai konstanta b, dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum(xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

- 3) Mencari konstanta a, dengan rumus:

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

- 4) Membuat persamaan regresi⁷⁷

$$\hat{Y} = a + bX$$

c. Uji F (Simultan)

Langkah-langkah menghitung uji F_{hitung} adalah sebagai berikut:

- 1) Hitung jumlah kuadrat regresi JKT dengan rumus

$$JKT = \sum Y^2 \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

- 2) Hitung jumlah kuadrat regresi dengan rumus $JK_{xy} =$

$$\left(\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{n} \right)$$

- 3) Menghitung JKR = b (JK_{xy})

- 4) Menghitung JKE = JKT - JKR.

- 5) Menghitung $RJK_{res} = \frac{JKE}{n-2}$

- 6) Menghitung $F_{hitung} = \frac{JKR}{RJK_{res}}$.⁷⁸

⁷⁷ Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Prenadamedia, 2013), hlm. 284-285.

⁷⁸ Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Prenadamedia, 2013), hlm. 285-286.

Kaidah pengujian signifikansi:

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka tolak H_0 artinya signifikan dan $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_a artinya tidak signifikan. Terakhir membuat kesimpulan.⁷⁹

d. Analisis Regresi berganda

Regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana. Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas yang digunakan.⁸⁰ Dalam penelitian ini digunakan rumus regresi linier berganda Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan : \hat{Y} = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a dan b = konstanta

Dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Membuat tabel penolong
- 2) Menerapkan skor deviasi

⁷⁹ Riduwan dan Akdon, Rumus dan Data dalam Analisis Statistika, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 135.

⁸⁰ Sofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, (Jakarta: Prenadamedia, 2013), hlm. 301.

- a) $\sum x_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N}$
- b) $\sum x_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N}$
- c) $\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$
- d) $\sum x_1 y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{N}$
- e) $\sum x_2 y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{N}$
- f) $\sum x_1 x_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{N}$

3) Mencari nilai-nilai konstanta

- a) Menghitung nilai konstanta b_1 dengan rumus:

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

- b) Menghitung nilai konstanta b_2 dengan rumus:

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

- c) Menghitung nilai konstanta a dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y}{N} - b_1 \left(\frac{\sum X_1}{N} \right) - b_2 \left(\frac{\sum X_2}{N} \right)$$

4) Menentukan persamaan regresi dengan dua variabel

bebas $\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$

5) Mencari korelasi berganda dengan rumus:⁸¹

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 \cdot \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

6) Mencari koefisien deseminasi dengan rumus:⁸²

$$KP = (R_{X_1.X_2.Y})^2 \times 100\%$$

e. Analisis akhir

Pada tahap akhir yaitu menguji hopotesis untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas X1 dan X2 terhadap variabel terikat (Y) baik masing-masing (persial) maupun secara bersama-sama (simultan). Variabel bebas X1 dan X2 yaitu produk jasa pendidikan (X1) dan biaya pendidikan (X2), terhadap variabel terikat (Y) yaitu pengambilan keputusan.

1) Membuat hipotesis dalam uraian:

a) Ho = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

⁸¹ Sofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, (Jakarta: Prenadamedia, 2013), hlm. 302-303.

⁸²Sofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, (Jakarta: Prenadamedia, 2013), hlm. 303.

b) H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

c) H_0 = produk dan harga jasa pendidikan secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

H_a = produk dan harga jasa pendidikan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

2) Menentukan taraf signifikan α

Pada kasus ini nilai $\alpha = 5\%$ karena uji dua sisi maka nilai α dibagi 2

3) Uji signifikan

Uji signifikan dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya:

- a) Penggunaan uji t untuk mengetahui diterima tidaknya hipotesis dari variabel independen (X_1, X_2) secara individual terhadap variabel dependen yang diuji. Melalui perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} , dengan kaidah pengujian jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, sehingga H_0 diterima, namun apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, sehingga H_0 ditolak.
- b) Berdasarkan teknik probabilitas Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikan yang diinginkan.⁸³
Kriteria pengujian yaitu:
Jika: $Sig \leq \alpha$, maka H_0 ditolak
Jika: $Sig \geq \alpha$, maka H_0 diterima
- 4) Uji signifikansi simultan untuk hipotesis H_3
Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menguji signifikansi dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} .⁸⁴

⁸³ Syafian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan perhitungan Manual dan SPSS, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 336.

⁸⁴ Riduwan dan Akdon, Rumus dan Data dalam Analisis Statistika, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.142-144.

$$F_{hitung} = \frac{(R_{X1.X2.Y})^2(n - m - 1)}{m(1 - R_{X1.X2.Y}^2)}$$

Penentuan F tabel dan F hitung berada pada kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$)

- a) Apabila F hitung > F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya semua variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Apabila F hitung < F tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya semua variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Sebelum proses analisis data, penelitian ini terlebih dahulu akan mendeskripsikan pengaruh produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Data tersebut diperoleh dari pengisian instrument kuesioner yang telah diberikan kepada siswa kelas XI SMK Muhammadiyah 3 Weleri, sebagai responden yang berjumlah 208 siswa. Setelah diketahui data-data tersebut kemudian dihitung untuk mengetahui tingkat pengaruh masing-masing variabel dalam penelitian.

Adapun jumlah item pernyataan yang siap dibagikan sebanyak 12 item. Pernyataan tentang produk, 7 pernyataan tentang harga, dan 11 pernyataan tentang keputusan memilih sekolah. Lebih jelasnya hasil penelitian dapat dilihat pada deskripsi sebagai berikut:

1. Produk jasa pendidikan, Harga Jasa Pendidikan dan pengambilan Keputusan Memilih Sekolah

a. Produk Jasa Pendidikan

Deskripsi data untuk mengetahui pengaruh produk terhadap pengambilan keputusan siswa masuk di SMK Muhammadiyah 3 Weleri diperoleh dengan menggunakan nilai kuantitatif dengan cara

menggunakan total jawaban sebanyak 12 butir pertanyaan.

Tabel 4.1
Skor Kuesioner Butir Produk Jasa Pendidikan (X1)

No. Resp.	Jawaban					Penskoran					Total (X1)
	SS	S	N	TS	STS	5	4	3	2	1	
R1	4	5	3	0	0	20	20	9	0	0	49
R2	4	7	1	0	0	20	28	3	0	0	51
R3	7	5	0	0	0	35	20	0	0	0	55
R4	11	1	0	0	0	55	4	0	0	0	59
R5	4	6	2	0	0	20	24	6	0	0	50
R6	0	6	6	0	0	0	24	18	0	0	42
R7	3	8	1	0	0	15	32	3	0	0	50
R8	4	5	3	0	0	20	20	9	0	0	49
R9	4	4	2	1	0	20	24	6	2	0	52
R10	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R11	2	10	0	0	0	10	40	0	0	0	50
R12	2	10	0	0	0	10	40	0	0	0	50
R13	9	3	0	0	0	45	12	0	0	0	57
R14	0	8	4	0	0	0	32	9	0	0	41
R15	1	11	0	0	0	5	44	0	0	0	49
R16	5	6	1	0	0	25	24	3	0	0	52
R17	3	7	2	0	0	15	28	6	0	0	49
R18	6	6	0	0	0	30	24	0	0	0	54
R19	0	9	3	0	0	0	36	9	0	0	45
R20	4	5	3	0	0	20	20	9	0	0	49
R21	1	11	0	0	0	5	44	0	0	0	49
R22	3	3	6	0	0	15	12	18	0	0	45
R23	2	10	0	0	0	10	40	0	0	0	50
R24	3	7	2	0	0	15	28	6	0	0	49
R25	4	6	2	0	0	20	24	6	0	0	50
R26	4	7	1	0	0	20	28	3	0	0	51
R27	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R28	2	10	0	0	0	10	40	0	0	0	50
R29	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60

R30	5	6	1	0	0	25	24	3	0	0	52
R31	3	6	3	0	0	15	24	9	0	0	48
R32	2	8	2	0	0	10	32	6	0	0	48
R33	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R34	1	3	5	1	0	5	12	15	2	0	34
R35	11	0	1	0	0	48	0	3	0	0	51
R36	1	10	1	0	0	5	40	3	0	0	48
R37	1	7	4	0	0	5	28	12	0	0	45
R38	1	4	7	0	0	5	16	21	0	0	42
R39	0	2	10	0	0	0	8	30	0	0	38
R40	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R41	0	4	8	0	0	0	16	24	0	0	40
R42	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R43	3	6	3	0	0	15	26	9	0	0	50
R44	8	4	0	0	0	40	14	0	0	0	54
R45	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R46	4	7	1	0	0	20	28	3	0	0	51
R47	2	9	1	0	0	10	36	3	0	0	49
R48	7	4	1	0	0	35	16	3	0	0	54
R49	3	7	2	0	0	15	28	6	0	0	49
R50	4	7	1	0	0	20	28	3	0	0	51
R51	4	8	0	0	0	20	32	0	0	0	52
R52	1	9	2	0	0	5	36	6	0	0	47
R53	4	7	1	0	0	20	28	3	0	0	51
R54	0	9	3	0	0	0	36	9	0	0	45
R55	8	4	0	0	0	40	16	0	0	0	56
R56	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R57	3	3	5	1	0	15	12	10	2	0	39
R58	4	5	3	0	0	20	20	9	0	0	49
R59	5	5	2	0	0	25	20	6	0	0	51
R60	4	5	3	0	0	20	20	9	0	0	49
R61	6	6	0	0	0	30	24	0	0	0	54
R62	3	5	2	1	1	15	20	6	2	1	44
R63	2	10	0	0	0	10	40	0	0	0	50
R64	2	10	0	0	0	10	40	0	0	0	50
R65	8	1	3	0	0	40	4	9	0	0	53

R66	8	1	3	0	0	40	4	9	0	0	53
R67	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R68	10	2	0	0	0	50	8	0	0	0	58
R69	2	9	0	1	0	10	36	0	2	0	48
R70	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R71	3	9	0	0	0	15	36	0	0	0	41
R72	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R73	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R74	1	5	6	0	0	5	20	18	0	0	43
R75	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R76	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R77	10	1	1	0	0	50	4	3	0	0	57
R78	5	3	4	0	0	25	12	12	0	0	49
R79	6	4	1	1	0	30	16	3	2	0	51
R80	4	5	3	0	0	20	20	9	0	0	49
R81	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R82	0	8	4	0	0	0	32	12	0	0	44
R83	11	1	0	0	0	55	4	0	0	0	59
R84	7	4	1	0	0	35	16	3	0	0	54
R85	7	5	0	0	0	35	20	0	0	0	55
R86	1	5	4	1	0	5	20	12	2	0	39
R87	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R88	3	5	4	0	0	15	20	12	0	0	47
R89	4	8	0	0	0	20	32	0	0	0	52
R90	8	4	0	0	0	40	16	0	0	0	56
R91	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R92	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R93	2	4	3	2	1	10	16	9	4	1	40
R94	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R95	3	2	4	1	2	15	8	12	2	2	39
R96	1	2	5	3	1	5	8	15	6	1	35
R97	3	7	2	0	0	15	21	6	0	0	42
R98	1	2	9	0	0	5	8	27	0	0	41
R99	1	9	2	0	0	5	36	6	0	0	47
R100	2	8	2	0	0	10	32	6	0	0	38
R101	3	7	2	0	0	15	28	6	0	0	49

R102	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R103	2	9	1	0	0	10	36	3	0	0	49
R104	3	5	4	0	0	15	20	12	0	0	47
R105	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R106	3	9	0	0	0	15	36	0	0	0	41
R107	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R108	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R109	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R110	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R111	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R112	6	2	3	1	0	30	8	9	2	0	49
R113	4	8	0	0	0	20	32	0	0	0	52
R114	6	2	3	1	0	30	8	9	2	0	49
R115	4	4	4	0	0	20	16	12	0	0	48
R116	1	3	6	1	0	5	12	18	2	0	37
R117	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R118	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R119	10	0	2	0	0	50	0	6	0	0	56
R120	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R121	3	3	6	0	0	15	12	18	0	0	45
R122	10	0	2	0	0	50	0	6	0	0	56
R123	9	2	1	0	0	45	8	3	0	0	56
R124	1	7	4	0	0	5	28	12	0	0	45
R125	3	8	1	0	0	15	32	3	0	0	50
R126	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R127	3	4	4	1	0	15	16	12	2	0	55
R128	4	3	3	1	1	20	12	9	2	1	44
R129	9	3	0	0	0	45	12	0	0	0	57
R130	6	4	2	0	0	30	16	6	0	0	52
R131	6	5	1	0	0	30	20	3	0	0	53
R132	8	3	1	0	0	40	12	3	0	0	55
R133	3	7	2	0	0	15	28	6	0	0	49
R134	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R135	1	8	2	1	0	5	32	6	2	0	45
R136	4	4	4	0	0	20	16	12	0	0	48
R137	6	6	0	0	0	30	24	0	0	0	54

R138	1	6	5	0	0	5	24	15	0	0	44
R139	0	11	1	0	0	0	44	3	0	0	47
R140	6	1	5	0	0	30	4	15	0	0	49
R141	1	9	1	1	0	5	36	3	2	0	46
R142	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R143	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R144	7	4	1	0	0	35	16	3	0	0	54
R145	0	4	6	2	0	0	16	18	4	0	38
R146	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R147	7	5	0	0	0	35	20	0	0	0	55
R148	2	9	1	0	0	10	36	3	0	0	49
R149	3	7	2	0	0	15	28	6	0	0	49
R150	5	6	1	0	0	25	24	3	0	0	52
R151	2	4	6	0	0	10	16	18	0	0	45
R152	6	5	1	0	0	30	20	3	0	0	53
R153	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R154	0	8	4	0	0	0	32	12	0	0	44
R155	2	7	3	0	0	10	28	9	0	0	47
R156	1	2	9	0	0	5	8	27	0	0	41
R157	6	3	3	0	0	30	12	9	0	0	51
R158	11	1	0	0	0	55	4	0	0	0	59
R159	4	6	2	0	0	20	24	3	0	0	47
R160	0	12	0	0	0	0	48	0	0	0	48
R161	11	1	0	0	0	55	4	0	0	0	59
R162	1	7	4	0	0	5	28	12	0	0	45
R163	5	5	2	0	0	25	20	6	0	0	51
R164	3	6	3	0	0	15	24	9	0	0	48
R165	7	4	1	0	0	35	16	3	0	0	54
R166	8	2	1	1	0	40	8	3	2	0	53
R167	4	6	2	0	0	20	24	6	0	0	50
R168	2	8	1	1	0	10	32	3	2	0	47
R169	5	5	2	0	0	25	20	6	0	0	51
R170	1	11	0	0	0	5	44	0	0	0	49
R171	7	2	3	0	0	35	8	9	0	0	52
R172	1	9	1	1	0	5	36	3	2	0	46
R173	4	6	2	0	0	20	24	6	0	0	50

R174	8	4	0	0	0	40	16	0	0	0	56
R175	6	6	0	0	0	30	24	0	0	0	54
R176	6	6	0	0	0	30	24	0	0	0	54
R177	7	5	0	0	0	35	20	0	0	0	55
R178	8	4	0	0	0	40	16	0	0	0	56
R179	7	5	0	0	0	35	20	0	0	0	55
R180	8	4	0	0	0	40	16	0	0	0	56
R181	8	4	0	0	0	40	16	0	0	0	56
R182	3	5	2	2	0	15	20	6	4	0	45
R183	3	5	2	2	0	15	20	6	4	0	45
R184	9	2	1	0	0	45	8	3	0	0	57
R185	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R186	8	3	1	0	0	40	12	3	0	0	55
R187	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R188	3	7	1	1	0	15	28	3	2	0	48
R189	3	7	1	1	0	15	28	3	2	0	48
R190	5	5	2	0	0	25	20	6	0	0	51
R191	5	5	2	0	0	25	20	6	0	0	51
R192	5	5	2	0	0	25	20	6	0	0	51
R193	7	3	2	0	0	35	12	6	0	0	53
R194	10	2	0	0	0	50	8	0	0	0	58
R195	6	4	2	0	0	30	12	6	0	0	48
R196	11	1	0	0	0	55	4	0	0	0	59
R197	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R198	4	6	2	0	0	20	24	6	0	0	50
R199	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R200	12	0	0	0	0	60	0	0	0	0	60
R201	1	5	5	1	0	5	20	15	2	0	42
R202	7	3	1	1	0	35	12	3	2	0	42
R203	5	3	4	0	0	25	12	12	0	0	49
R204	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R205	0	9	3	0	0	0	36	9	0	0	45
R206	5	7	0	0	0	25	28	0	0	0	53
R207	0	0	4	8	0	0	0	12	16	0	28
R208	8	2	1	1	0	40	8	3	2	0	53
JUMLAH											10.490

Tabel di atas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai variabel produk jasa pendidikan:

1) Mencari nilai rata-rata

$$\begin{aligned} X &= \frac{\sum fx}{N} \\ &= \frac{10.442}{208} \\ &= 50,43 \end{aligned}$$

2) Mencari jumlah kelas yang dikehendaki

$$\begin{aligned} K &= 1+3,3 \log n \\ &= 1+3,3 \log 208 \\ &= 1+3,3 (2,31) \\ &= 8,64 \text{ dibulatkan menjadi } 9 \end{aligned}$$

3) Mencari *range*

$$R = H - L$$

Keterangan: H= Nilai tertinggi

L= Nilai terendah

$$= 60 - 28 = 32$$

4) Menentukan interval kelas

$$\begin{aligned} i &= \frac{R}{K} \\ &= \frac{32}{9} = 3,55 \text{ dibulatkan menjadi } 4 \end{aligned}$$

Tabel 4.2
Distribusi Skor Mean Produk jasa pendidikan (X1)

Interval	M'	F	X'	FX'	X ²	FX ²
57-60	58,5	27	4	108	16	432
53-56	54,5	47	3	141	9	423
48-52	49,5	84	2	168	4	336
44-47	45,5	27	1	27	1	27
40-43	41,5	11	0	0	0	0
36-39	38,5	9	-1	-9	1	9
32-35	33,5	2	-2	-4	4	8
28-31	29,5	1	-3	-3	9	9
Jumlah		N=208		$\sum fx' = 428$		$\sum fx^2 = 1244$

5) Mencari *Mean*

$$\begin{aligned}
 M &= M' + i \left(\frac{\sum fx'}{N} \right) \\
 &= 41,5 + 4 \left(\frac{428}{208} \right) \\
 &= 41,5 + 4 (2,05) \\
 &= 41,5 + 8,2 \\
 &= 49,7
 \end{aligned}$$

6) Mencari standar deviasi:

$$\begin{aligned}
 SD &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx'}{N} \right)^2} \\
 &= 4 \sqrt{\frac{1244}{208} - \left(\frac{428}{208} \right)^2} \\
 &= 4 \sqrt{5,98 - 4,20}
 \end{aligned}$$

$$= 4 \sqrt{1,78}$$

$$= 4 \times 1,33$$

$$= 2,66$$

Untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapatkan, peneliti membuat interval kategori dari skor mentah ke dalam standar skala lima:

$$M + 1,5 \text{ SD} = 49,7 + 1,5 (2,66) = 54,99 = 55 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 \text{ SD} = 49,5 + 0,5 (2,66) = 50,83 = 50 - 54$$

$$M - 0,5 \text{ SD} = 49,5 - 0,5 (2,66) = 48,17 = 48 - 49$$

$$M - 1,5 \text{ SD} = 49,5 - 1,5 (2,66) = 45,51 = 45 - 47 \text{ ke bawah}$$

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel produk (Product) maka, dibuat tabel kualitas variabel pemasaran produk jasa pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Kualitas Produk Jasa Pendidikan SMK
Muhammadiyah 3 weleri

No.	Interval	Kategori
1.	55 ke atas	Sangat Baik
2.	50 - 54	Baik
3.	48 - 49	Cukup
4.	45 - 47	Buruk
5.	45 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari produk jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri sebesar 49,7 atau berada pada interval 48 – 49 yang berarti bahwa, produk jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri tergolong “cukup”.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa, produk jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri tergolong cukup menjadi pertimbangan peserta didik dalam memilih tempat belajar. Jika distribusi frekuensi diubah dalam bentuk persen (%), maka datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Bentuk Persen Variabel
Produk Jasa Pendidikan (X1)

Interval	F	Fr (persen)
57 - 60	27	12,9%
53 – 56	47	22,59%
48 - 52	84	40,38%
44 – 47	27	12,98%
40 – 43	11	5,28%
36 – 39	9	4,32%
32 - 35	2	0,99%
28 - 31	1	0,48%
Jumlah	N= 208	100%

b. Harga jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri

Langkah yang sama juga dilakukan untuk mengetahui harga jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Penelitian ini terlebih dahulu menyajikan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan selanjutnya dihitung nilai rata-rata. Data yang terkumpul melalui angkat variabel harga terdiri dari 7 butir pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Skor Kuesioner Butir Harga Jasa Pendidikan (X2)

No. Resp.	Jawaban										Total (X1)
	SS	S	N	TS	STS	5	4	3	2	1	
R1	3	0	4	0	0	15	0	12	0	0	27
R2	2	1	4	0	0	10	4	12	0	0	26
R3	3	3	1	0	0	15	12	3	0	0	30
R4	0	6	1	0	0	0	24	3	0	0	27
R5	2	2	2	1	0	10	10	10	2	0	32
R6	0	5	2	0	0	0	20	6	0	0	26
R7	0	6	1	0	0	0	24	3	0	0	27
R8	2	2	2	1	0	10	8	6	2	0	26
R9	0	0	7	0	0	0	0	21	0	0	21
R10	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R11	1	7	0	0	0	5	28	0	0	0	33
R12	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R13	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R14	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R15	0	6	0	1	0	0	24	0	2	0	26
R16	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R17	0	6	1	0	0	0	24	3	0	0	27

R18	1	2	4	0	0	5	8	12	0	0	25
R19	0	4	3	0	0	0	16	9	0	0	25
R20	2	4	0	1	0	10	16	0	2	0	28
R21	1	6	0	0	0	5	24	0	0	0	29
R22	0	0	6	1	0	0	0	18	2	0	20
R23	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R24	0	7	0	0	0	0	24	0	0	0	24
R25	0	7	0	0	0	0	24	0	0	0	24
R26	2	5	0	0	0	10	20	0	0	0	30
R27	0	0	6	1	0	0	0	18	2	0	20
R28	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R29	3	0	4	0	0	15	0	12	0	0	27
R30	0	0	6	1	0	0	0	18	2	0	20
R31	0	0	7	0	0	0	0	21	0	0	21
R32	0	4	3	0	0	0	16	9	0	0	25
R33	2	4	1	0	0	10	16	3	0	0	29
R34	0	2	3	2	0	0	8	9	4	0	21
R35	0	0	4	3	0	0	0	12	6	0	18
R36	0	3	4	0	0	0	12	12	0	0	24
R37	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R38	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R39	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R40	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R41	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R42	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R43	0	6	1	0	0	0	24	3	0	0	27
R44	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R45	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R46	1	2	4	0	0	5	8	12	0	0	25
R47	0	5	2	0	0	0	20	6	0	0	26
R48	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R49	2	3	2	0	0	10	12	6	0	0	28
R50	2	4	1	0	0	10	16	3	0	0	29
R51	0	3	4	0	0	0	12	12	0	0	24
R52	0	2	2	3	0	0	8	6	6	0	20
R53	0	1	4	2	0	0	4	12	4	0	20

R54	0	1	4	2	0	0	4	12	4	0	20
R55	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	24
R56	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R57	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	24
R58	0	4	3	0	0	0	16	9	0	0	25
R59	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R60	0	5	2	0	0	0	20	6	0	0	26
R61	0	3	4	0	0	0	12	12	0	0	24
R62	0	5	2	0	0	0	20	6	0	0	26
R63	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R64	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R65	1	3	3	0	0	5	12	9	0	0	26
R66	1	3	3	0	0	5	12	9	0	0	26
R67	7	0	0	0	0	35	0	0	0	0	35
R68	7	0	0	0	0	35	0	0	0	0	35
R69	0	6	0	1	0	0	24	0	3	0	27
R70	5	2	0	0	0	25	8	0	0	0	33
R71	0	2	5	0	0	0	8	15	0	0	23
R72	4	2	1	0	0	20	8	3	0	0	31
R73	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R74	0	4	3	0	0	0	16	9	0	0	25
R75	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R76	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R77	4	3	0	0	0	20	12	0	0	0	32
R78	2	2	3	0	0	10	8	9	0	0	27
R79	3	1	1	2	0	15	4	3	4	0	26
R80	0	3	4	0	0	0	12	12	0	0	24
R81	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R82	0	4	0	3	0	0	16	0	6	0	22
R83	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R84	1	3	3	0	0	5	12	9	0	0	26
R85	2	1	4	0	0	10	4	12	0	0	26
R86	0	3	4	0	0	0	12	12	0	0	24
R87	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R88	0	0	7	0	0	0	0	21	0	0	21
R89	0	5	2	0	0	0	20	6	0	0	26

R90	0	5	2	0	0	0	20	6	0	0	26
R91	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R92	0	0	4	3	0	0	0	12	6	0	18
R93	3	1	2	1	0	15	4	6	2	0	27
R94	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R95	2	1	2	1	1	10	4	6	2	1	23
R96	2	1	2	2	0	10	4	6	4	0	24
R97	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R98	0	4	2	1	0	0	16	6	2	0	24
R99	0	3	4	0	0	0	12	12	0	0	24
R100	1	2	1	3	0	5	8	3	6	0	22
R101	0	2	2	3	0	0	8	6	4	0	18
R102	3	3	1	0	0	15	12	3	0	0	30
R103	0	3	1	3	0	0	12	3	6	0	21
R104	2	2	2	1	0	10	8	6	2	0	26
R105	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R106	2	5	0	0	0	10	20	0	0	0	30
R107	0	0	4	3	0	0	0	12	6	0	18
R108	1	6	0	0	0	5	24	0	0	0	29
R109	0	0	4	3	0	0	0	12	6	0	18
R110	0	0	4	3	0	0	0	12	6	0	18
R111	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R112	3	1	2	1	0	15	4	6	2	0	27
R113	2	5	0	0	0	10	20	0	0	0	30
R114	3	1	2	1	0	15	4	6	2	0	27
R115	1	4	2	0	0	5	16	6	0	0	27
R116	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R117	5	2	0	0	0	25	8	0	0	0	33
R118	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R119	4	3	0	0	0	20	12	0	0	0	32
R120	4	3	0	0	0	20	12	0	0	0	32
R121	1	3	3	0	0	5	12	9	0	0	26
R122	4	3	0	0	0	20	12	0	0	0	32
R123	3	2	0	2	0	15	8	0	4	0	27
R124	2	3	2	0	0	10	12	6	0	0	28
R125	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28

R126	0	0	4	3	0	0	0	12	6	0	18
R127	3	3	1	0	0	15	12	3	0	0	30
R128	2	1	3	1	0	10	4	9	0	0	23
R129	1	5	1	0	0	5	20	3	0	0	28
R130	1	6	0	0	0	5	24	0	0	0	29
R131	2	5	0	0	0	10	20	0	0	0	30
R132	5	2	0	0	0	25	4	0	0	0	29
R133	0	2	4	1	0	0	8	12	2	0	22
R134	1	2	3	1	0	5	8	9	2	0	24
R135	5	2	0	0	0	25	8	0	0	0	33
R136	0	4	3	0	0	0	16	9	0	0	25
R137	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R138	0	2	5	0	0	0	8	15	0	0	23
R139	0	4	3	0	0	0	12	9	0	0	21
R140	1	3	3	0	0	5	12	9	0	0	26
R141	1	4	2	0	0	5	16	6	0	0	27
R142	0	5	2	0	0	0	20	6	0	0	26
R143	1	4	2	0	0	5	16	6	0	0	27
R144	1	0	6	0	0	5	0	18	0	0	23
R145	0	0	6	1	0	0	0	18	2	0	20
R146	0	2	5	0	0	0	8	15	0	0	23
R147	1	6	0	0	0	5	24	0	0	0	29
R148	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R149	0	2	5	0	0	0	8	15	0	0	23
R150	0	3	4	0	0	0	12	12	0	0	24
R151	0	2	4	1	0	0	8	12	2	0	20
R152	4	3	0	0	0	20	12	0	0	0	22
R153	0	6	1	0	0	0	24	3	0	0	27
R154	0	0	7	0	0	0	0	21	0	0	21
R155	0	0	7	0	0	0	0	21	0	0	21
R156	0	0	7	0	0	0	0	21	0	0	21
R157	1	5	1	0	0	5	20	3	0	0	28
R158	7	0	0	0	0	35	0	0	0	0	35
R159	1	5	1	0	0	5	20	3	0	0	28
R160	0	3	4	0	0	0	12	12	0	0	24
R161	1	6	0	0	0	5	24	0	0	0	29

R162	0	2	5	0	0	0	8	15	0	0	23
R163	4	3	0	0	0	20	12	0	0	0	32
R164	0	0	7	0	0	0	0	21	0	0	21
R165	0	1	6	0	0	0	4	18	0	0	22
R166	0	4	2	1	0	0	16	6	2	0	24
R167	1	2	3	1	0	5	8	9	2	0	24
R168	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R169	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R170	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R171	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R172	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R173	1	3	1	2	0	5	12	3	4	0	24
R174	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R175	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R176	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R177	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R178	5	2	0	0	0	25	8	0	0	0	33
R179	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R180	5	2	0	0	0	25	8	0	0	0	31
R181	4	3	0	0	0	20	12	0	0	0	32
R182	5	2	0	0	0	25	8	0	0	0	33
R183	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R184	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R185	6	1	0	0	0	30	4	0	0	0	34
R186	3	4	0	0	0	15	16	0	0	0	31
R187	2	4	1	0	0	10	16	3	0	0	29
R188	2	4	1	0	0	10	16	3	0	0	29
R189	2	4	1	0	0	10	16	3	0	0	29
R190	0	4	2	1	0	0	16	6	2	0	24
R191	0	4	2	1	0	0	16	6	2	0	24
R192	0	4	2	1	0	0	16	6	2	0	24
R193	0	4	2	1	0	0	16	6	0	0	24
R194	5	2	0	0	0	25	8	0	0	0	28
R195	2	3	2	0	0	10	12	6	0	0	28
R196	5	2	0	0	0	25	8	0	0	0	33
R197	1	2	4	0	0	5	8	12	0	0	25

R198	2	3	2	0	0	10	12	6	0	0	28
R199	0	2	5	0	0	0	8	15	0	0	23
R200	7	0	0	0	0	35	0	0	0	0	35
R201	1	4	2	0	0	5	16	6	0	0	27
R202	2	1	3	1	0	10	4	9	2	0	25
R203	0	3	4	0	0	0	12	12	0	0	24
R204	0	2	5	0	0	0	8	15	0	0	23
R205	0	7	0	0	0	28	0	0	0	0	28
R206	0	2	5	0	0	0	8	15	0	0	23
R207	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
R208	0	7	0	0	0	0	28	0	0	0	28
Jumlah											5499

Tabel diatas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai variabel produk jasa pendidikan:

1) Mencari nilai rata-rata

$$\begin{aligned}
 X &= \frac{\sum fx}{N} \\
 &= \frac{5499}{208} \\
 &= 26,43
 \end{aligned}$$

2) Mencari jumlah kelas yang dikehendaki

$$\begin{aligned}
 K &= 1+3,3 \log n \\
 &= 1+3,3 \log 208 \\
 &= 1+3,3 (2,31) \\
 &= 8,64 \text{ dibulatkan menjadi } 9
 \end{aligned}$$

3) Mencari *range*

$$R = H - L$$

Keterangan:

H = Nilai tertinggi

L = Nilai terendah

$$R = 35 - 18 = 17$$

4) Menentukan interval kelas, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

i = Nilai interval

R = Range (batas nilai atas – nilai bawah)

K = Jumlah kelas yang dikehendaki

$$i = \frac{R}{K}$$
$$= \frac{17}{9}$$

= 1,88 dbulatkan menjadi 2

Tabel 4.6
Distribusi Skor Mean Harga Jasa Pendidikan (X2)

Interval	M'	F	X'	FX'	X ²	FX ²
34-35	34,4	5	4	20	16	80
32-33	32,5	16	3	48	9	144
30-31	30,5	20	2	40	4	80
28-29	28,5	53	1	53	1	53
26-27	26,5	34	0	0	0	0
24-25	24,5	30	-1	-31	1	31

22-23	22,5	27	-2	-54	4	108
20-21	20,5	17	-3	-52	9	153
18-19	18,5	6	-4	-24	16	96
Jumlah		N= 208		$\sum fx' = 0$		$\sum fx^2 =$ 664

5) Mencari *Mean*

$$\begin{aligned}
 M &= M^* + i \left(\frac{\sum fx'}{N} \right) \\
 &= 26,5 + 2 \left(\frac{0}{208} \right) \\
 &= 26,5 + 2(0) \\
 &= 26,5
 \end{aligned}$$

6) Mencari standar deviasi

$$\begin{aligned}
 SD &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx'}{N} \right)^2} \\
 &= 2 \sqrt{\frac{664}{208} - \left(\frac{0}{208} \right)^2} \\
 &= 2 \sqrt{3,1} \\
 &= 2 \times 1,7 \\
 &= 3,4
 \end{aligned}$$

Untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapatkan, peneliti membuat interval kategori dari skor mentah ke dalam standar skala lima:

$M + 1,5 SD = 26,5 + 1,5 (3,4) = 26,5 + 5,1 = 31,6 = 31$
ke atas

$M + 0,5 SD = 26,5 + 0,5 (3,4) = 26,5 + 1,7 = 28,2 = 28 - 30$

$M - 0,5 SD = 26,5 - 0,5 (3,4) = 26,5 - 1,7 = 24,8 = 24 - 27$

$M - 1,5 SD = 26,5 - 1,5 (3,4) = 26,5 - 5,1 = 21,4 = 21 - 23$ ke bawah

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel harga (Price) maka, dibuat tabel kualitas variabel harga jasa pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Kualitas Harga Jasa Pendidikan

No.	Interval	Kategori
1.	31 ke atas	Sangat baik
2.	28 – 30	Baik
3.	24 -27	Cukup
4.	21 – 23	Buruk
5.	21 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa mean dari harga jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri sebesar 26,5 atau berada pada interval 24 - 27 yang berarti bahwa, harga jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri tergolong “cukup”.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa, harga jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri tergolong cukup menjadi pertimbangan peserta didik dalam memilih tempat belajar.

Jika distribusi frekuensi diubah dalam bentuk persen (%), maka datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Bentuk Persen Variabel
Harga Jasa Pendidikan

Interval	F	Fr (persen)
34 – 35	5	2,43%
32 – 33	16	7,69%
30 – 31	20	9,61%
28 – 29	53	25,48%
26 - 27	34	16,34%
24 – 25	30	14,42%
22 – 23	27	12,98%
20 - 21	17	8,17%
18 - 19	6	2,88%
Jumlah	N = 208	= 100%

c. Pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri

Nilai kuantitatif pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri dapat diketahui dengan menggunakan skor angket sebanyak 11 pernyataan yang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.9
Skor Kuesioner Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah (Y)

No. Resp.	Jawaban										Total (X1)
	SS	S	N	TS	STS	5	4	3	2	1	
R1	1	5	5	0	0	5	20	20	0	0	45
R2	3	4	4	0	0	15	16	12	0	0	43
R3	1	6	4	0	0	5	24	12	0	0	41
R4	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R5	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	35
R6	0	7	4	0	0	0	28	12	0	0	40
R7	3	7	1	0	0	15	28	3	0	0	46
R8	4	4	3	0	0	20	20	9	0	0	49
R9	0	1	10	0	0	0	4	30	0	0	34
R10	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R11	0	8	3	0	0	0	32	9	0	0	41
R12	0	6	5	0	0	0	24	15	0	0	39
R13	11	0	0	0	0	55	0	0	0	0	55
R14	0	10	1	0	0	0	40	3	0	0	43
R15	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R16	0	6	4	1	0	0	24	12	2	0	38
R17	1	10	1	0	0	5	40	3	0	0	48
R18	3	3	5	0	0	15	12	15	0	0	42
R19	0	10	1	0	0	0	40	3	0	0	43
R20	1	4	6	0	0	5	16	18	0	0	39
R21	0	1	10	0	0	0	4	30	0	0	34
R22	11	0	0	0	0	55	0	0	0	0	55

R23	0	3	7	1	0	0	12	21	2	0	35
R24	0	4	7	0	0	0	16	21	0	0	37
R25	4	5	2	0	0	20	20	6	0	0	46
R26	6	3	2	0	0	30	12	6	0	0	48
R27	3	7	1	0	0	15	21	2	0	0	38
R28	0	1	10	0	0	0	4	30	0	0	34
R29	11	0	0	0	0	55	0	0	0	0	55
R30	0	3	7	1	0	0	12	21	2	0	35
R31	0	4	7	0	0	0	16	21	0	0	37
R32	4	3	4	0	0	20	12	12	0	0	44
R33	11	0	0	0	0	55	0	0	0	0	55
R34	1	2	5	1	2	5	8	15	2	1	31
R35	1	6	3	1	0	5	24	9	2	0	40
R36	0	6	5	0	0	0	24	15	0	0	39
R37	0	5	6	0	0	0	20	18	0	0	38
R38	2	4	5	0	0	10	16	15	0	0	41
R39	0	0	11	0	0	0	0	33	0	0	33
R40	0	5	3	3	0	0	20	12	6	0	38
R41	0	0	11	0	0	0	0	33	0	0	33
R42	0	11	0	0	0	0	0	44	0	0	44
R43	0	8	3	0	0	0	0	32	6	0	38
R44	4	3	4	0	0	20	12	9	0	0	41
R45	0	6	4	1	0	0	24	12	2	0	38
R46	0	7	4	0	0	0	28	12	0	0	40
R47	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R48	2	3	6	0	0	10	12	18	0	0	40
R49	1	7	2	1	0	5	28	6	2	0	41
R50	3	7	1	0	0	15	28	3	0	0	46
R51	0	9	2	0	0	0	36	6	0	0	42
R52	2	4	5	0	0	10	16	15	0	0	41
R53	2	6	2	1	0	10	24	6	2	0	42
R54	0	9	2	0	0	0	36	6	0	0	42
R55	4	3	4	0	0	20	12	12	0	0	44
R56	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R57	2	8	1	0	0	10	32	3	0	0	45
R58	2	6	3	0	0	10	24	9	0	0	43

R59	1	9	1	0	0	5	36	3	0	0	45
R60	0	8	3	0	0	0	32	9	0	0	41
R61	2	3	6	0	0	10	12	18	0	0	40
R62	0	7	4	0	0	0	28	12	0	0	40
R63	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R64	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R65	3	4	4	0	0	15	16	12	0	0	43
R66	3	4	4	0	0	15	16	12	0	0	43
R67	11	0	0	0	0	55	0	0	0	0	55
R68	10	1	0	0	0	50	4	0	0	0	54
R69	1	10	0	0	0	5	40	0	0	0	45
R70	9	2	0	0	0	45	8	0	0	0	53
R71	3	4	4	0	0	15	16	12	0	0	43
R72	2	4	5	0	0	10	16	15	0	0	41
R73	5	6	0	0	0	25	24	0	0	0	49
R74	0	5	6	0	0	0	20	18	0	0	38
R75	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R76	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R77	7	2	1	1	0	35	8	3	2	0	48
R78	6	3	2	0	0	30	12	6	0	0	48
R79	6	1	2	1	1	30	4	6	2	1	43
R80	2	2	7	0	0	10	8	21	0	0	39
R81	6	2	3	0	0	30	8	9	0	0	47
R82	0	5	0	6	0	0	20	0	18	0	38
R83	8	2	1	0	0	40	8	3	0	0	51
R84	3	6	2	0	0	15	24	6	0	0	45
R85	4	5	2	0	0	20	20	6	0	0	46
R86	1	6	4	0	0	5	24	12	0	0	41
R87	4	7	0	0	0	20	28	0	0	0	48
R88	0	7	3	1	0	0	28	9	2	0	39
R89	0	7	3	1	0	0	28	9	2	0	39
R90	5	6	0	0	0	25	24	0	0	0	49
R91	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R92	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R93	3	2	3	2	1	15	8	9	4	1	37
R94	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44

R95	5	0	3	2	1	25	0	9	4	1	39
R96	1	2	4	4	0	5	8	12	8	0	33
R97	0	5	5	0	1	0	20	15	0	1	36
R98	1	3	6	1	0	5	12	18	2	0	37
R99	2	5	4	0	0	10	20	12	0	0	42
R100	0	6	4	1	0	0	24	12	2	0	38
R101	0	5	2	4	0	0	20	6	8	0	35
R102	4	6	1	0	0	20	24	3	0	0	47
R103	0	6	5	0	0	0	24	15	0	0	39
R104	3	6	2	0	0	15	24	6	0	0	45
R105	0	5	6	0	0	0	20	18	0	0	38
R106	1	9	0	0	1	5	36	0	0	1	42
R107	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R108	3	8	0	0	0	15	32	0	0	0	47
R109	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R110	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R111	6	5	0	0	0	30	20	0	0	0	50
R112	3	5	3	0	0	15	20	9	0	0	44
R113	2	5	3	1	0	10	20	9	2	0	41
R114	2	2	3	3	1	10	8	9	6	1	35
R115	2	7	2	0	0	10	28	6	0	0	45
R116	0	1	9	1	0	0	4	27	2	0	33
R117	11	0	0	0	0	55	0	0	0	0	55
R118	0	11	0	0	0	0	44	0	0	0	44
R119	2	6	3	0	0	10	24	9	0	0	43
R120	11	0	0	0	0	55	0	0	0	0	55
R121	2	6	3	0	0	10	24	9	0	0	43
R122	8	3	0	0	0	40	12	0	0	0	52
R123	7	2	0	2	0	35	8	0	4	0	47
R124	2	5	4	0	0	10	20	12	0	0	42
R124	0	8	3	0	0	0	32	9	0	0	41
R125	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R126	2	5	4	0	0	10	20	12	0	0	42
R127	6	2	2	1	0	30	8	6	2	0	46
R128	7	3	1	0	0	35	12	3	0	0	50
R129	7	2	2	0	0	35	8	6	0	0	50

R130	5	5	1	0	0	25	20	3	0	0	48
R131	7	2	2	0	0	35	8	6	0	0	50
R132	3	8	0	0	0	15	32	0	0	0	37
R133	3	5	3	0	0	15	20	9	0	0	44
R134	8	2	1	0	0	40	8	3	0	0	52
R135	0	10	1	0	0	0	40	3	0	0	43
R136	0	8	2	1	0	0	32	6	2	0	40
R137	0	6	5	0	0	0	24	15	0	0	39
R138	1	4	5	1	0	5	16	15	2	0	38
R139	0	9	3	0	0	0	36	9	0	0	45
R140	3	1	3	3	1	15	4	9	6	1	35
R141	1	6	3	1	0	5	24	9	2	0	41
R142	5	4	2	0	0	25	16	6	0	0	47
R143	6	4	1	0	0	30	16	3	0	0	39
R144	1	4	6	0	0	5	16	18	0	0	40
R145	0	3	8	0	0	0	12	25	0	0	37
R146	3	8	0	0	0	15	32	0	0	0	37
R147	4	5	2	0	0	20	20	6	0	0	46
R148	1	8	2	0	0	5	32	6	0	0	43
R149	1	4	6	0	0	5	16	18	0	0	39
R150	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R151	0	5	5	1	0	0	20	15	2	0	37
R152	6	3	2	0	0	30	12	6	0	0	48
R153	1	7	3	0	0	5	28	9	0	0	42
R154	0	2	7	2	0	0	8	21	4	0	33
R155	0	1	10	0	0	0	4	30	0	0	34
R156	0	2	9	0	0	0	8	27	0	0	36
R157	0	5	2	4	0	0	20	6	8	0	34
R158	7	3	0	1	0	35	12	0	2	0	39
R159	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R160	0	6	5	0	0	0	24	15	0	0	39
R161	0	4	7	0	0	0	16	21	0	0	37
R162	0	2	9	0	0	0	8	27	0	0	35
R163	1	8	2	0	0	5	32	6	0	0	42
R164	1	4	6	0	0	5	16	18	0	0	39
R165	0	10	1	0	0	0	40	3	0	0	43

R166	2	6	0	3	0	10	24	0	6	0	40
R167	3	5	3	0	0	15	20	9	0	0	44
R168	2	5	4	0	0	10	20	12	0	0	42
R169	8	3	0	0	0	40	12	0	0	0	42
R170	1	6	3	1	0	5	24	9	2	0	40
R171	7	3	1	0	0	35	12	3	0	0	50
R172	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R173	1	3	5	1	1	5	12	15	2	1	35
R174	6	5	0	0	0	30	20	0	0	0	50
R175	6	5	0	0	0	30	20	0	0	0	50
R176	6	5	0	0	0	30	20	0	0	0	50
R177	6	5	0	0	0	30	20	0	0	0	50
R178	7	4	0	0	0	35	16	0	0	0	51
R179	6	5	0	0	0	30	20	0	0	0	50
R180	7	4	0	0	0	35	16	0	0	0	51
R181	7	4	0	0	0	35	16	0	0	0	51
R182	7	4	0	0	0	35	16	0	0	0	51
R183	3	3	4	1	0	15	12	12	2	0	41
R184	6	3	2	0	0	30	12	6	0	0	38
R185	11	0	0	0	0	55	0	0	0	0	55
R186	7	4	0	0	0	35	16	0	0	0	41
R187	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R188	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R189	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R190	0	10	1	0	0	0	40	3	0	0	43
R191	0	9	2	0	0	0	36	6	0	0	42
R192	0	9	2	0	0	0	36	6	0	0	42
R193	0	9	2	0	0	0	36	6	0	0	42
R194	7	3	1	0	0	35	12	3	0	0	50
R195	5	6	0	0	0	25	24	0	0	0	49
R196	7	3	1	0	0	35	12	3	0	0	50
R197	4	3	4	0	0	20	12	12	0	0	44
R198	8	0	3	0	0	40	0	9	0	0	49
R199	4	5	2	0	0	20	20	6	0	0	46
R200	8	3	0	0	0	40	12	0	0	0	52
R201	0	2	5	4	0	0	8	15	8	0	31

R202	4	5	2	0	0	20	20	6	0	0	46
R203	2	3	6	0	0	10	12	18	0	0	40
R204	4	4	3	0	0	20	16	9	0	0	45
R205	3	4	4	0	0	15	16	12	0	0	41
R206	3	4	3	1	0	15	16	12	2	0	45
R207	0	9	2	0	0	0	36	6	0	0	42
R208	8	3	0	0	0	40	12	0	0	0	52
Jumlah											8.960

Tabel diatas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai variabel pengambilan keputusan memilih sekolah:

- 1) Mencari nilai rata-rata

$$\begin{aligned}
 X &= \frac{\sum fx}{N} \\
 &= \frac{8960}{208} \\
 &= 43,07
 \end{aligned}$$

- 2) Mencari jumlah kelas yang dikehendaki

$$\begin{aligned}
 K &= 1+3,3 \log n \\
 &= 1+3,3 \log 208 \\
 &= 1+3,3 (2,31) \\
 &= 8,64 \text{ dibulatkan menjadi } 9
 \end{aligned}$$

- 3) Mencari *range*

$$R = H - L$$

Keterangan:

H = Nilai tertinggi

L = Nilai terendah

$$R = 55 - 32 = 23$$

4) Menentukan interval kelas, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

i= Nilai interval

R= Range (batas nilai atas – nilai bawah)

K= Jumlah kelas yang dikehendaki

$$i = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{23}{9}$$

= 2,55 dibulatkan menjadi 3

Tabel 4.10
Distribusi Skor Mean Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Di SMK Muhammdiyah 3 Weleri

Interval	M'	F	X'	FX'	X ²	FX ²
53-55	54	10	4	40	16	160
50-52	51	16	3	48	9	144
47-49	48	25	2	50	4	100
44-46	45	50	1	50	1	50
41-43	42	42	0	0	0	0
38-40	39	36	-1	-36	1	36
35-37	36	14	-2	-28	4	56
32-34	33	15	-3	-45	9	135
Jumlah		N= 208		$\sum fx' =$ 79		$\sum fx^2 =$ 681

5) Mencari *Mean*

$$\begin{aligned}M &= M' + i \left(\frac{\sum fx'}{N} \right) \\&= 42 + 3 \left(\frac{79}{208} \right) \\&= 42 + 1,11 \\&= 43,11\end{aligned}$$

6) Mencari standar deviasi

$$\begin{aligned}SD &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx'}{N} \right)^2} \\&= 3 \sqrt{\frac{681}{208} - \left(\frac{79}{208} \right)^2} \\&= 3 \sqrt{3,2 - 0,09} \\&= 3 \sqrt{3,11} \\&= 3 \times 1,76 \\&= 5,28\end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai mean, untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah di dapat peneliti membuat interval kategori dari skor mentah ke dalam standar skala lima:

$$\begin{aligned}M + 1,5 SD &= 43,11 + 1,5 (5,28) = 43,11 + 7,92 = 51,03 \\&= 51 \text{ ke atas}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}M + 0,5 SD &= 43,11 + 0,5 (5,28) = 43,11 + 2,64 = 45,75 \\&= 45 - 50\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}M - 0,5 SD &= 43,11 - 0,5 (5,28) = 43,11 - 2,64 = 40,47 = \\&40 - 44\end{aligned}$$

$M - 1,5 SD = 43,11 - 1,5 (5,28) = 43,11 - 7,92 = 35,19 =$
35 ke bawah

Kemudian untuk mengetahui pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri maka, dibuat tabel kualitas variabel sebagai berikut:

Tabel 4.11
Kualitas Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Di SMK Muhammadiyah 3 Weleri

No.	Interval	Katagori
1.	51 ke atas	Sangat baik
2.	45 – 50	Baik
3.	40 – 44	Cukup
4.	35 – 39	Buruk
5.	35 ke bawah	Sangat buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa mean dari pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri sebesar 43,11 atau berada pada interval 40 - 44 yang berarti bahwa, pengambilan keputusan peserta didik memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri kategori “**cukup**”.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa, peserta didik cukup dalam pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

Jika distribusi frekuensi diubah dalam bentuk persen (%), maka datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Bentuk Persen Variabel
Pengambilan Keputusan

Interval	F	Fr (Persen)
53 – 55	10	2,80
50 – 52	16	5,30
47 – 49	25	10,01
44 – 46	50	22,03
41 – 43	42	18,19
38 – 40	39	16,75
35 - 37	36	15,30
32 - 34	33	9,23
Jumlah	N = 208	100%

2. Pengaruh Produk Jasa Pendidikan X_1 Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah (Y)

Ditahap ini peneliti menggunakan uji statistik dengan metode regresi linier sederhana satu prediktor dengan skor deviasi. Tujuannya adalah untuk mengetahui bentuk arah hubungan, menghitung besarnya pengaruh, dan diterima tidaknya hipotesis. Untuk mempermudah proses perhitungan disajikan tabel seperti berikut:

Tabel 4.13

Tabel penolong untuk menghitung persamaan korelasi dan regresi linier berganda

No. Resp	X1	X2	Y	X1 ²	X2 ²	Y ²	X1Y	X2Y	X1X2
1	49	27	40	2401	729	1600	1960	1080	1323
2	51	27	43	2601	729	1849	2193	1161	1377
3	55	30	41	3025	900	1681	2255	1230	1650
4	59	27	44	3481	729	1936	2596	1188	1593
5	50	26	42	2500	676	1764	2100	1092	1300
6	42	26	40	1764	676	1600	1680	1040	1092
7	50	26	46	2500	676	2116	2300	1196	1300
8	49	26	42	2401	676	1764	2058	1092	1274
9	47	21	34	2209	441	1156	1598	714	987
10	49	28	44	2401	784	1936	2156	1232	1372
11	50	29	41	2500	841	1681	2050	1189	1450
12	51	22	39	2601	484	1521	1989	858	1122
13	57	27	55	3249	729	3025	3135	1485	1539
14	45	28	43	2025	784	1849	1935	1204	1260
15	49	28	44	2401	784	1936	2156	1232	1372
16	52	27	38	2704	729	1444	1976	1026	1404
17	49	25	44	2401	625	1936	2156	1100	1225
18	54	25	42	2916	625	1764	2268	1050	1350
19	51	25	43	2601	625	1849	2193	1075	1275
20	49	24	39	2401	576	1521	1911	936	1176
21	45	29	44	2025	841	1936	1980	1276	1305
22	45	20	34	2025	400	1156	1530	680	900
23	50	22	36	2500	484	1296	1800	792	1100
24	49	28	44	2401	784	1936	2156	1232	1372
25	50	21	40	2500	441	1600	2000	840	1050
26	51	30	40	2601	900	1600	2040	1200	1530
27	53	20	35	2809	400	1225	1855	700	1060
28	50	22	34	2500	484	1156	1700	748	1100
29	60	27	55	3600	729	3025	3300	1485	1620
30	52	20	35	2704	400	1225	1820	700	1040
31	48	21	37	2304	441	1369	1776	777	1008
32	51	25	44	2601	625	1936	2244	1100	1275
33	60	29	55	3600	841	3025	3300	1595	1740
34	41	21	32	1681	441	1024	1312	672	861
35	58	18	40	3364	324	1600	2320	720	1044
36	43	24	39	1849	576	1521	1677	936	1032
37	46	28	38	2116	784	1444	1748	1064	1288
38	42	28	41	1764	784	1681	1722	1148	1176
39	56	22	33	3136	484	1089	1848	726	1232
40	48	28	35	2304	784	1225	1680	980	1344
41	40	21	33	1600	441	1089	1320	693	840
42	48	28	44	2304	784	1936	2112	1232	1344
43	46	27	41	2116	729	1681	1886	1107	1242
44	56	22	44	3136	484	1936	2464	968	1232
45	48	28	38	2304	784	1444	1824	1064	1344
46	51	25	40	2601	625	1600	2040	1000	1275
47	49	26	44	2401	676	1936	2156	1144	1274
48	54	31	40	2916	961	1600	2160	1240	1674

49	49	28	41	2401	784	1681	2009	1148	1372
50	51	29	46	2601	841	2116	2346	1334	1479
51	52	24	42	2704	576	1764	2184	1008	1248
52	47	20	41	2209	400	1681	1927	820	940
53	51	20	42	2601	400	1764	2142	840	1020
54	45	20	42	2025	400	1764	1890	840	900
55	56	22	44	3136	484	1936	2464	968	1232
56	48	28	44	2304	784	1936	2112	1232	1344
57	44	22	44	1936	484	1936	1936	968	968
58	49	25	43	2401	625	1849	2107	1075	1225
59	50	28	45	2500	784	2025	2250	1260	1400
60	49	26	41	2401	676	1681	2009	1066	1274
61	54	24	40	2916	576	1600	2160	960	1296
62	44	26	40	1936	676	1600	1760	1040	1144
63	50	28	44	2500	784	1936	2200	1232	1400
64	50	28	44	2500	784	1936	2200	1232	1400
65	53	26	43	2809	676	1849	2279	1118	1378
66	53	26	43	2809	676	1849	2279	1118	1378
67	60	35	55	3600	1225	3025	3300	1925	2100
68	58	35	54	3364	1225	2916	3132	1890	2030
69	48	26	45	2304	676	2025	2160	1170	1248
70	60	33	53	3600	1089	2809	3180	1749	1980
71	51	23	43	2601	529	1849	2193	989	1173
72	60	31	55	3600	961	3025	3300	1705	1860
73	60	28	49	3600	784	2401	2940	1372	1680
74	43	25	39	1849	625	1521	1677	975	1075
75	48	28	44	2304	784	1936	2112	1232	1344
76	48	28	44	2304	784	1936	2112	1232	1344
77	57	32	48	3249	1024	2304	2736	1536	1824
78	49	27	48	2401	729	2304	2352	1296	1323
79	51	26	43	2601	676	1849	2193	1118	1326
80	49	24	38	2401	576	1444	1862	912	1176
81	50	22	47	2500	484	2209	2350	1034	1100
82	38	22	32	1444	484	1024	1216	704	836
83	48	31	51	2304	961	2601	2448	1581	1488
84	53	26	45	2809	676	2025	2385	1170	1378
85	55	26	46	3025	676	2116	2530	1196	1430
86	43	24	41	1849	576	1681	1763	984	1032
87	48	28	48	2304	784	2304	2304	1344	1344
88	45	21	39	2025	441	1521	1755	819	945
89	52	28	49	2704	784	2401	2548	1372	1456
90	56	26	44	3136	676	1936	2464	1144	1456
91	60	28	45	3600	784	2025	2700	1260	1680
92	53	18	39	2809	324	1521	2067	702	954
93	40	27	44	1600	729	1936	1760	1188	1080
94	48	28	38	2304	784	1444	1824	1064	1344
95	39	23	35	1521	529	1225	1365	805	897
96	35	24	38	1225	576	1444	1330	912	840
97	49	22	37	2401	484	1369	1813	814	1078
98	41	24	42	1681	576	1764	1722	1008	984

99	47	24	43	2209	576	1849	2021	1032	1128
100	48	22	38	2304	484	1444	1824	836	1056
101	48	21	34	2304	441	1156	1632	714	1008
102	53	30	47	2809	900	2209	2491	1410	1590
103	49	21	38	2401	441	1444	1862	798	1029
104	47	26	45	2209	676	2025	2115	1170	1222
105	60	28	35	3600	784	1225	2100	980	1680
106	51	30	42	2601	900	1764	2142	1260	1530
107	53	18	45	2809	324	2025	2385	810	954
108	55	29	47	3025	841	2209	2585	1363	1595
109	53	18	45	2809	324	2025	2385	810	954
110	53	18	45	2809	324	2025	2385	810	954
111	48	31	49	2304	961	2401	2352	1519	1488
112	47	27	44	2209	729	1936	2068	1188	1269
113	52	30	41	2704	900	1681	2132	1230	1560
114	48	27	34	2304	729	1156	1632	918	1296
115	48	27	44	2304	729	1936	2112	1188	1296
116	40	22	33	1600	484	1089	1320	726	880
117	60	33	55	3600	1089	3025	3300	1815	1980
118	48	28	44	2304	784	1936	2112	1232	1344
119	55	32	43	3025	1024	1849	2365	1376	1760
120	60	32	55	3600	1024	3025	3300	1760	1920
121	45	26	83	2025	676	6889	3735	2158	1170
122	56	32	52	3136	1024	2704	2912	1664	1792
123	56	27	47	3136	729	2209	2632	1269	1512
124	45	28	42	2025	784	1764	1890	1176	1260
125	50	28	41	2500	784	1681	2050	1148	1400
126	53	18	45	2809	324	2025	2385	810	954
127	45	30	42	2025	900	1764	1890	1260	1350
128	44	25	47	1936	625	2209	2068	1175	1100
129	57	28	50	3249	784	2500	2850	1400	1596
130	52	29	47	2704	841	2209	2444	1363	1508
131	53	30	49	2809	900	2401	2597	1470	1590
132	55	33	47	3025	1089	2209	2585	1551	1815
133	49	22	44	2401	484	1936	2156	968	1078
134	48	24	40	2304	576	1600	1920	960	1152
135	45	33	43	2025	1089	1849	1935	1419	1485
136	48	25	39	2304	625	1521	1872	975	1200
137	54	22	39	2916	484	1521	2106	858	1188
138	44	23	38	1936	529	1444	1672	874	1012
139	47	25	42	2209	625	1764	1974	1050	1175
140	50	26	35	2500	676	1225	1750	910	1300
141	46	27	40	2116	729	1600	1840	1080	1242
142	60	26	47	3600	676	2209	2820	1222	1560
143	60	27	49	3600	729	2401	2940	1323	1620
144	54	23	39	2916	529	1521	2106	897	1242
145	38	20	36	1444	400	1296	1368	720	760
146	53	23	47	2809	529	2209	2491	1081	1219
147	55	29	46	3025	841	2116	2530	1334	1595
148	49	28	43	2401	784	1849	2107	1204	1372

149	49	23	39	2401	529	1521	1911	897	1127
150	52	24	45	2704	576	2025	2340	1080	1248
151	48	22	37	2304	484	1369	1776	814	1056
152	52	32	48	2704	1024	2304	2496	1536	1664
153	50	27	42	2500	729	1764	2100	1134	1350
154	44	28	33	1936	784	1089	1452	924	1232
155	47	28	34	2209	784	1156	1598	952	1316
156	40	28	35	1600	784	1225	1400	980	1120
157	51	28	34	2601	784	1156	1734	952	1428
158	59	35	49	3481	1225	2401	2891	1715	2065
159	50	28	45	2500	784	2025	2250	1260	1400
160	48	24	39	2304	576	1521	1872	936	1152
161	59	29	48	3481	841	2304	2832	1392	1711
162	45	23	35	2025	529	1225	1575	805	1035
163	51	32	43	2601	1024	1849	2193	1376	1632
164	48	28	39	2304	784	1521	1872	1092	1344
165	54	22	34	2916	484	1156	1836	748	1188
166	53	24	40	2809	576	1600	2120	960	1272
167	50	24	44	2500	576	1936	2200	1056	1200
168	47	28	42	2209	784	1764	1974	1176	1316
169	50	28	52	2500	784	2704	2600	1456	1400
170	49	31	40	2401	961	1600	1960	1240	1519
171	46	28	50	2116	784	2500	2300	1400	1288
172	46	31	45	2116	961	2025	2070	1395	1426
173	38	24	35	1444	576	1225	1330	840	912
174	55	31	50	3025	961	2500	2750	1550	1705
175	54	31	50	2916	961	2500	2700	1550	1674
176	54	31	48	2916	961	2304	2592	1488	1674
177	55	31	50	3025	961	2500	2750	1550	1705
178	56	33	51	3136	1089	2601	2856	1683	1848
179	55	31	50	3025	961	2500	2750	1550	1705
180	56	33	51	3136	1089	2601	2856	1683	1848
181	56	32	51	3136	1024	2601	2856	1632	1792
182	56	33	51	3136	1089	2601	2856	1683	1848
183	45	28	41	2025	784	1681	1845	1148	1260
184	53	31	48	2809	961	2304	2544	1488	1643
185	60	34	55	3600	1156	3025	3300	1870	2040
186	55	31	51	3025	961	2601	2805	1581	1705
187	60	29	45	3600	841	2025	2700	1305	1740
188	48	29	45	2304	841	2025	2160	1305	1392
189	47	29	45	2209	841	2025	2115	1305	1363
190	51	24	43	2601	576	1849	2193	1032	1224
191	51	23	42	2601	529	1764	2142	966	1173
192	51	24	42	2601	576	1764	2142	1008	1224
193	53	23	42	2809	529	1764	2226	966	1219
194	59	33	50	3481	1089	2500	2950	1650	1947
195	51	28	49	2601	784	2401	2499	1372	1428
196	59	33	49	3481	1089	2401	2891	1617	1947
197	60	25	44	3600	625	1936	2640	1100	1500
198	49	28	49	2401	784	2401	2401	1372	1372

199	60	23	46	3600	529	2116	2760	1058	1380
200	60	35	52	3600	1225	2704	3120	1820	2100
201	42	20	31	1764	400	961	1302	620	840
202	52	25	46	2704	625	2116	2392	1150	1300
203	47	24	40	2209	576	1600	1880	960	1128
204	53	23	45	2809	529	2025	2385	1035	1219
205	45	24	39	2025	576	1521	1755	936	1080
206	53	23	43	2809	529	1849	2279	989	1219
207	27	28	42	729	784	1764	1134	1176	756
208	45	28	45	2025	784	2025	2025	1260	1260
Jumlah	10481	5495	8999	534419	148253	396891	456760	240298	57593095

Disini akan dibuktikan dengan mencari koefisien antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut:

a. Analisis korelasi *Product Moment*

Korelasi antara produk (X1) dan pengambilan keputusan (Y) dengan menggunakan teknik Korelasi Moment Tangkar dari Pearson dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \\
 &= \frac{208(455612) - (10490)(8964)}{\sqrt{\{(208.535210) - (535210)\}\{(208.392210) - 392210\}}} \\
 &= \frac{735768}{\sqrt{\{1283580\}\{1226384\}}} \\
 &= \frac{735768}{1254656,18} \\
 &= 0,586
 \end{aligned}$$

Korelasi antara variabel produk pendidikan (X1) terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah (Y) diperoleh nilai sebesar $r_{xy} = 0,586$ nilai ini menunjukkan hubungan yang cukup/sedang dan positif, karena nilai antara Produk Jasa Pendidikan dan Pengambilan Keputusan r hitung = 0,586 lebih besar dari r tabel = 0,138. Artinya bila nilai produk pendidikan (X1) naik, maka pengambilan keputusan (Y) naik signifikan.

Tabel 4.14
Correlations

		Produk Jasa Pendidikan	Pengambilan Keputusan
Produk Jasa Pendidikan	Pearson Correlation	1	.586**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	208	208
Pengambilan Keputusan	Pearson Correlation	.586**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	208	208

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel tersebut, dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Tingkat Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang/Cukup
0,20 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi Produk jasa pendidikan sebesar 0,586 dalam kategori **“Sedang”** karena terletak pada di atas interval 0,40 – 0,599.

- b. Kontribusi yang diberikan produk pendidikan (X1) terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah (Y)

$$\begin{aligned} KP &= R^2 \times 100\% \\ &= (0,586)^2 \times 100\% \\ &= 34,3\% \end{aligned}$$

- c. Analisis regresi liner sederhana produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah

- 1) Mencari persamaan garis regresi dengan rumus:

$$\begin{aligned} \hat{Y} &= a + bX \\ b &= \frac{n \sum(xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \\ a &= \frac{\sum y - b(\sum x)}{n} \end{aligned}$$

Untuk mengetahui terlebih dahulu harus dicari nilai b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum(xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{208(455616) - (10490)(8964)}{208(535210) - (535210)^2} \\
 &= \frac{735768}{1283580} \\
 &= 0,573
 \end{aligned}$$

Jadi nilai b = 0,573 sedangkan untuk mencari a dengan rumus :

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b(\sum x)}{n} \\
 &= \frac{8964 - 0,573(10490)}{208} = 14,187
 \end{aligned}$$

Diketahui b sebesar 0,573 dan nilai a sebesar 14,187 maka, persamaan garis regresinya adalah:

$$\hat{Y} = a + bX = 14,187 + 0,573x$$

Dari persamaan garis regresi sederhana, maka dapat diartikan bahwa:

\hat{Y} = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas

$a = 14,187$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa, pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri (Y) akan konstan

sebesar 14,187 satuan, jika tidak ada pengaruh produk jasa pendidikan (X1).

$b = 0,573$ merupakan besarnya kontribusi variabel Produk (X1) mempengaruhi variabel pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri (Y). Koefisien b sebesar 0,573 dengan tanda positif. Hasil tersebut berarti bahwa, pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri (Y) akan berubah sebesar 0,573 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel Produk jasa pendidikan berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan naik sebesar 0,573 satuan. Demikian juga sebaliknya, jika variabel Produk jasa pendidikan berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan turun sebesar 0,573 satuan.

$$\hat{Y} = a + bX = 14,187 + 0,573x1$$

Dapat disimpulkan bahwa, semakin tinggi atau semakin baik produk, jasa pendidikan yang ditawarkan maka semakin tinggi pula pengambilan keputusan peserta didik memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

2) Uji F atau Simultan

Sebelum mencari nilai F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf cukup signifikansinya (level of significant). Dalam penelitian ini menggunakan taraf cukup signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 206 (dari $N - 2 = 208 - 2$), maka diperoleh Ftabel 5% sebesar 3,89.

Setelah taraf cukup signifikan Ftabel dalam penelitian ini diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga F dengan menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} JKT &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= 392210 - \frac{8964^2}{208} \\ &= 5896,076 \\ JK_{xy} &= \left(\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{n} \right) \\ &= \left(455616 - \frac{10490 \times 8964}{208} \right) \\ &= 3537,346 \\ JKR &= b (JK_{xy}) \\ &= 0,573 \times 3537,346 \\ &= 2027,661 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 JKE &= JKT - JKR \\
 &= 5896,076 - 2027,661 \\
 &= 3868,415 \\
 RJK_{res} &= \frac{JKE}{n-2} \\
 &= \frac{3868,415}{208-2} \\
 &= 18,778 \\
 F_{hitung} &= \frac{JKR}{RJK_{res}} \\
 &= \frac{2027,661}{18,778} \\
 &= 107,977
 \end{aligned}$$

Tabel 4.16
Uji F atau Simultan Produk Jasa Pendidikan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	2027.662	1	2027.662	107.977	.000 ^b
	Residual	3868.415	206	18.779		
	Total	5896.077	207			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Produk Jasa Pendidikan

Nilai F sebesar 107,977 dengan probabilitas signifikan 0,000. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel = 3,89 dan probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa variabel Produk Jasa Pendidikan berpengaruh signifikan terhadap variabel Pengambilan Keputusan peserta didik memilih sekolah.

3. Pengaruh Harga Jasa Pendidikan X_2 Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah (Y)

- a. Korelasi antara harga (X_2) dan pengambilan keputusan (Y) dengan menggunakan teknik Korelasi Moment Tangkar dari Pearson dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \\
 &= \frac{(208 \cdot 239546) - (5499)(8964)}{\sqrt{\{208 \cdot 148461 - 148461^2\}\{208 \cdot 392210 - 392210^2\}}} \\
 &= \frac{532532}{\sqrt{640887 - 1226384}} \\
 &= \frac{532532}{886551,5003} \\
 &= 0,601
 \end{aligned}$$

Korelasi antara variabel harga jasa pendidikan (X_2) terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah (Y) diperoleh nilai sebesar $r = 0,601$ nilai ini menunjukkan hubungan yang cukup/sedang dan positif karena nilai antara Produk Jasa Pendidikan dan Pengambilan

Keputusan r hitung = 0,601 lebih besar dari r tabel = 0,138. Artinya bila nilai harga jasa pendidikan (X2) naik, maka pengambilan keputusan memilih sekolah juga (Y) naik.

Tabel 4.16
Correlations

		Price	Pengambilan Keputusan
Price	Pearson Correlation	1	.601 **
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	208	208
Pengambilan Keputusan	Pearson Correlation	.601 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	208	208

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel tersebut, dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.17
Tingkat Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang/Cukup
0,20 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi harga jasa pendidikan sebesar 0,601 dalam kategori “**Kuat**” karena terletak pada di atas interval 0,60 – 0,799.

- b. Kontribusi yang diberikan biaya pendidikan (X_2) terhadap pengambilan keputus memilih sekolah (Y)

$$\begin{aligned} KP &= R^2 \times 100\% \\ &= (0,601)^2 \times 100\% \\ &= 36,1\% \end{aligned}$$

- c. Analisis Regresi Linier Sederhana Harga Jasa Pendidikan(X_2) Terhadap Pengambilan keputusan Memilih Sekolah (Y)

Selanjutnya, langkah-langkah yang digunakan dalam analisis regresi sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Mencari persamaan garis regresi

Untuk mengetahui terlebih dahulu harus dicari harga b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} b &= \frac{n \sum(xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \\ &= \frac{208(239546) - (5499)(8964)}{208(148461) - (5499)^2} \\ &= \frac{532532}{640887} \\ &= 0,831 \end{aligned}$$

Jadi harga b = 0,831 sedangkan untuk mencari a dengan rumus :

$$\begin{aligned} a &= \frac{\sum y - b(\sum x)}{n} \\ &= \frac{8964 - 0,831(5499)}{208} \\ &= 21,128 \end{aligned}$$

Diketahui b sebesar 0,831 dan nilai a sebesar 21,128 maka, persamaan garis regresinya adalah:

$$\hat{Y} = a + bX = 21,128 + 0,831x$$

Dari persamaan garis regresi sederhana, maka dapat diartikan bahwa:

\hat{Y} = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas

$a = 21,128$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa, pengambilan keputusan memilih sekolah

di SMK Muhammadiyah 3 Weleri (Y) akan konstan sebesar 21,128 satuan, jika tidak ada pengaruh harga jasa pendidikan (X2).

$b = 0,831$ merupakan besarnya kontribusi variabel harga jasa pendidikan (X2) mempengaruhi variabel pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri (Y). Koefisien b sebesar 0,831 dengan tanda positif. Hasil tersebut berarti bahwa, pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri (Y) akan berubah sebesar 0,831 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel harga jasa pendidikan berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan naik sebesar 0,831 satuan. Demikian juga sebaliknya, Jika variabel harga jasa pendidikan berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan turun sebesar 0,831 satuan.

$$\hat{Y} = a + bX = 21,128 + 0,831x1$$

Dapat disimpulkan bahwa, semakin tinggi atau semakin baik harga, jasa pendidikan yang ditawarkan maka semakin tinggi pula pengambilan keputusan

peserta didik memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

2) Uji F atau Simultan

Sebelum mencari nilai F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf cukup signifikansinya (level of significant). Dalam penelitian ini menggunakan taraf cukup signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 206 (dari $N - 2 = 208 - 2$), maka diperoleh Ftabel 5% sebesar 3,89.

Setelah taraf cukup signifikan F_{tabel} dalam penelitian ini diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari nilai F dengan menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} JKT &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= 392210 - \frac{8964^2}{208} = 5896,076 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} JK_{xy} &= \left(\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{n} \right) \\ &= \left(239546 - \frac{(5499)(8964)}{208} \right) \\ &= 2560,25 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} JKR &= b (JK_{xy}) \\ &= 0,831 \times 2560,25 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} JKE &= JKT - JKR \\ &= 5896,076 - 2127,387 \\ &= 3768,689 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 RJK_{res} &= \frac{JKE}{n-2} \\
 &= \frac{3768,689}{208-2} \\
 &= 18,294
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 F_{hitung} &= \frac{JKR}{RJK_{res}} \\
 &= \frac{2127,387}{18,294} \\
 &= 116,285
 \end{aligned}$$

Tabel 4.18
Uji F atau Simultan Harga Jasa Pendidikan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2127.388	1	2127.388	116.285	.000 ^b
	Residual	3768.689	206	18.295		
	Total	5896.077	207			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Price

Nilai F sebesar 116,285 dengan probabilitas signifikan 0,000. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel = 3,89 dan probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa variabel harga

jasa pendidikan berpengaruh signifikan terhadap variabel Pengambilan Keputusan peserta didik memilih sekolah.

4. Pengaruh Produk X_2 Dan Harga Jasa Pendidikan X_2 Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah (Y)

- a. Nilai korelasi secara bersama-sama (simultan) antara X_1 dan X_2 terhadap variabel terikat (Y) dengan rumus:

$$\begin{aligned} R_{x_1, x_2, Y} &= \sqrt{\frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}} \\ &= \sqrt{\frac{0,573(455616) + 0,831(239546)}{392210}} \\ &= 0,728 \end{aligned}$$

korelasi (R) yang secara bersama-sama antara variabel bebas yaitu produk pendidikan (X_1) dan biaya pendidikan (X_2) terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah (Y) sebagai variabel terikat diperoleh nilai sebesar $R = 0,728$ dan secara bersama-sama akan memiliki hubungan yang kuat dan positif.

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel tersebut, dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.19
Tingkat Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang/Cukup
0,20 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi harga jasa pendidikan sebesar 0,728 dalam kategori **“Kuat”** karena terletak pada di atas interval 0,60 – 0,799.

- b. Sumbangan efektif yang diberikan secara bersama- sama antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel terikat (Y).

$$\begin{aligned}
 KP &= R^2 \times 100\% \\
 &= (0,728)^2 \times 100\% \\
 &= 52,9\%
 \end{aligned}$$

- c. Analisis Regresi Linier Berganda produk dan harga jasa pendidikan secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah

Analisis regresi linear berganda dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel independen yang

akan mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama.

1) Menerapkan Skor Deviasi

$$\begin{aligned} \text{a.) } \sum x_1^2 &= \sum X^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{N} \\ &= 535210 - \frac{(10.490)^2}{208} \\ &= 6171,058 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b.) } \sum x_2^2 &= \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N} \\ &= 148461 - \frac{(5499)^2}{208} \\ &= 3081,188 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{c.) } \sum y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(Y)^2}{N} \\ &= 392210 - \frac{(8960)^2}{208} \\ &= 5896,007 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{d.) } \sum x_1 y &= \sum X_1 Y - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N} \\ &= 455616 - \frac{(10490)(8964)}{208} \\ &= 3537,346 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{e.) } \sum x_2 y &= \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{N} \\ &= 239546 - \frac{(5499)(8964)}{208} \\ &= 2560,25 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{f.) } \sum x_1 x_2 &= \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{N} \\ &= 278765 - \frac{(10490)(5499)}{208} \\ &= 1435,625 \end{aligned}$$

Diketahui:

$$\sum x_1^2 = 6171,058$$

$$\sum x_2^2 = 3081,188$$

$$\sum y^2 = 5896,007$$

$$\sum x_1 y = 3537,346$$

$$\sum x_2 y = 2560,25$$

$$\sum x_1 x_2 = 1435,625$$

2) Mencari Nilai-nilai Konstanta:

Menghitung nilai konstanta b_1

$$\begin{aligned} b_1 &= \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2} \\ &= \frac{(3081,188)(3537,346) - (1435,625)(2560,25)}{(6171,058)(3081,188) - (1435,625)^2} \\ &= 0,426 \end{aligned}$$

Menghitung nilai konstanta b_2

$$\begin{aligned} b_2 &= \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2} \\ &= \frac{(6171,058)(2560,25) - (1435,625)(3537,346)}{(6171,058)(3081,188) - (1435,625)^2} \\ &= 0,632 \end{aligned}$$

Menghitung nilai konstanta a

$$\begin{aligned} a &= \frac{\sum Y}{N} - b_1 \left(\frac{\sum X_1}{N} \right) - b_2 \left(\frac{\sum X_2}{N} \right) \\ &= \frac{8964}{208} - 0,426 \left(\frac{10490}{208} \right) - 0,632 \left(\frac{5499}{208} \right) \\ &= 4,888 \end{aligned}$$

Perhitungan di atas, menunjukkan bahwa model persamaan regresi berganda untuk memperkirakan pengambilan keputusan memilih sekolah (Y) yang dipengaruhi oleh produk pendidikan(X1) dan biaya pendidikan (X2) adalah:

$$\hat{Y} = 4,888 + 0,426X1 + 0,632X2$$

Dari persamaan di atas dapat dianalisis bahwa pengambilan keputusan memilih sekolah jika tanpa adanya produk pendidikan dan biaya pendidikan (X1 dan X2 = 0) maka pengambilan keputusan memilih sekolah hanya 4,888.

Apabila peningkatan sebesar satu satuan variabel produk pendidikan (X1) akan meningkatkan variabel pengambilan keputusan (Y) sebesar 0,426 satuan, yang berarti bahwa produk pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah. Begitu juga dengan variabel biaya (X2), jika terjadi peningkatan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan pengambilan keputusan memilih sekolah (Y) sebesar 0,632 satuan dan menunjukkan bahwa biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah.

3) Uji hipotesis melalui uji T dan Uji F

Uji hipotesis dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{(R_{X1.X2.Y})^2(n - m - 1)}{m(1 - R_{X1.X2.Y}^2)}$$

$$= \frac{(0,728)^2 \times (208 - 2 - 1)}{2 \times (1 - 0,728^2)}$$

$$= 115,697$$

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji F_{hitung} dapat diperoleh nilai F sebesar 115,697.

Tabel 4.20
Uji F Variabel Produk dan Harga Jasa Pendidikan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3126.344	2	1563.172	115.697	.000 ^b
	Residual	2769.733	205	13.511		
	Total	5896.077	207			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Price, Produk Jasa Pendidikan

Berdasarkan tabel hasil pengujian hipotesis uji ANOVA atau F dengan menggunakan perhitungan analisa regresi berganda menggunakan program IBM SPSS statistic 21,0 maka, dapat diperoleh nilai F sebesar 115,697 dengan probabilitas signifikan 0,000. Karena nilai F hitung

lebih besar dari F tabel = 3,04 dan probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa variabel Produk Jasa Pendidikan dan Price secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Pengambilan Keputusan.

Dari penjabaran tersebut maka kesimpulan dari Uji cukup signifikansi simultan (uji F) adalah menerima H_a dan menolak H_0 .

Selain uji t dan uji f, penelitian ini juga menggunakan koefien determinasi, dimana uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen yang meliputi produk (X1) dan harga (X2). Tabel dibawah ini akan memberikan gambaran seberapa kuat variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen:

Tabel 4.21

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.526	3.676

a. Predictors: (Constant), Price, Produk Jasa Pendidikan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai gabungan korelasi (R) menunjukkan bahwa, nilai gabungan semua variabel independen terhadap variabel dependen adalah 0,728. Sedangkan nilai koefisien determinasi memiliki nilai *Adjusted R*

Square adalah 0,526, hal ini berarti kemampuan variabel Produk Jasa Pendidikan dan Price dalam menjelaskan Pengambilan Keputusan adalah 52,6% sementara sisanya ($100\% - 52,6\% = 47,4\%$) dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dalam penelitian ini.

B. Pembahasan Penelitian

Interpretasi data secara statistik telah dilakukan untuk menjelaskan secara rinci sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Berdasarkan hasil interpretasi secara statistik, maka kajian lebih mendalam dapat disajikan dalam pembahasan berikut:

Tabel 4.22
Hasil Hipotesis Penelitian

No.	Hipotesis		Hasil
1.	H1	Variabel produk berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri	Diterima
2.	H2	Variabel harga berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri	Diterima
3.	H3	Variabel produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri	Diterima

1. Pengaruh produk terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri

Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa produk pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri dinilai sudah cukup baik oleh siswa siswi SMK Muhammadiyah 3 Weleri dan berada pada interval 48 - 49 dengan nilai rata-rata 49,7. Hubungan Produk Pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah diperoleh nilai korelasi sebesar $r = 0,586$ nilai ini menunjukkan hubungan yang cukup/sedang dan positif.

Sumbangan relatif yang diberikan sebesar 34,3%. Dari tabel perbandingan t_{hitung} produk pendidikan $> t_{tabel}$ ($107,977 > 3,89$) dengan nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hasil yang signifikan antara produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Semakin berkualitas produk pendidikan yang ditawarkan maka oleh SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan semakin besar/baik.

2. Pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri

Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa harga jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri dinilai sudah cukup baik oleh siswa siswi SMK Muhammadiyah 3

Weleri dan berada pada interval 24 - 27 dengan nilai rata-rata 26,5. Hubungan harga jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah diperoleh nilai korelasi sebesar $r = 0,601$ nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat dan positif.

Sumbangan relatif yang diberikan sebesar 36,1%. Dari tabel perbandingan t_{hitung} produk pendidikan $> t_{tabel}$ ($116,285 > 3,89$) dengan nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hasil yang signifikan antara harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Semakin berkualitas harga pendidikan yang ditawarkan maka oleh SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan semakin besar/baik.

3. Pengaruh produk dan harga terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri

Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri dinilai sudah cukup baik oleh siswa siswi SMK Muhammadiyah 3 Weleri dan berada pada interval 40 - 44 dengan nilai rata-rata 43,11. Hubungan produk dan harga jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah diperoleh nilai korelasi sebesar $r = 0,728$ nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat dan positif.

Sumbangan relatif yang diberikan secara simultan sebesar 52,9%. Dari tabel perbandingan t_{hitung} produk dan harga jasa pendidikan $> t_{tabel}$ ($115,697 > 3,89$) dengan nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hasil yang signifikan antara produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Semakin berkualitas produk dan harga jasa pendidikan yang ditawarkan oleh SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan semakin besar/baik.

Hasil temuan ini mendukung teori Buchtari Alma bahwa, harga merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk. Apabila mutu produk baik, maka calon peserta didik berani membayar lebih tinggi. Apabila harga jasa pendidikan dinaikkan pengambilan keputusan untuk memilih sekolah bagi calon peserta didik tidak berkurang, apabila harga jasa pendidikan tersebut masih dirasa dalam batas keterjangkauan peserta didik. Akan tetapi ada lembaga pendidikan yang menetapkan harga jasa pendidikan tinggi sekali, peminatnya tetap banyak. Hal ini disebabkan karena situasi kelangkaan penyedia jasa pendidikan yang bermutu, melihat siapa dibelakang pengelola jasa pendidikan tersebut.⁸⁵

⁸⁵ Buchtari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 385.

Hal ini sesuai dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Indah Wati tentang “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya”. Jurnal tersebut menunjukkan bahwa dari uji normalitas untuk variabel produk dan harga memiliki distribusi normal terbesar dari variabel lain yaitu sebesar 1,618 dan 1,688. Dari penelitian tersebut bahwa variabel produk dan harga cukup signifikan berpengaruh pada keputusan siswa memilih SMA Barunawati Surabaya.⁸⁶

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan peneliti secara optimal, namun disadari adanya beberapa keterbatasan. Walaupun demikian hasil penelitian yang diperoleh ini dapat dijadikan acuan awal bagi penelitian selanjutnya. Keterbatasan yang peneliti hadapi yaitu:

1. Biaya bukanlah satu satunya faktor yang menjadi hambatan dalam penelitian, namun biaya pada dasarnya memegang peranan penting dalam menyukkseskan penelitian. Biaya yang minim membuat peneliti merasa terhambat dalam proses penelitian sampai penyusunan laporan tertulis yakni skripsi ini.

⁸⁶ Ulfa Indah Wati, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Vol. 4, No. 7, Juli 2015), hlm. 14-15.

2. Waktu yang digunakan peneliti sangat terbatas baik dari situasi dan kondisi yang terjadi pada saat melakukan penelitian. Sehingga untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini hanya dapat dijadikan acuan awal karena sedikit atau banyak hasil penelitian dapat berubah karena waktu, keadaan dan situasi lembaga sekolah juga berubah.

Hambatan dan kendala tersebut tidak menyurutkan semangat peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini sampai pada proses penulisan laporan dalam bentuk skripsi. Syukur alhamdulillah semuanya dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Di SMK Muhammadiyah 3 Weleri” yang telah dilakukan, selanjutnya akan disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri, hal ini dibuktikan dari pengujian secara statistik menunjukkan bahwa produk pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri dinilai sudah cukup baik oleh siswa siswi SMK Muhammadiyah 3 Weleri dan berada pada interval 48 - 49 dengan nilai rata-rata 49,7. Hubungan Produk Pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah diperoleh nilai korelasi sebesar $r = 0,586$ nilai ini menunjukkan hubungan yang cukup/sedang dan positif. Serta sumbangan relatif yang diberikan sebesar 34,3%. Dari tabel perbandingan t_{hitung} produk pendidikan $> t_{tabel}$ ($107,977 > 3,89$) dengan nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hasil yang signifikan antara produk jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Semakin berkualitas produk

pendidikan yang ditawarkan maka oleh SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan semakin besar/baik.

2. Terdapat pengaruh harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri, hal ini dibuktikan dari pengujian secara statistik menunjukkan bahwa harga jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Weleri dinilai sudah cukup/ sedang oleh siswa siswi SMK Muhammadiyah 3 Weleri dan berada pada interval 24 - 27 dengan nilai rata-rata 26,5. Hubungan harga jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah diperoleh nilai korelasi sebesar $r = 0,601$ nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat dan positif. Serta sumbangan relatif yang diberikan sebesar 36,1%. Dari tabel perbandingan t_{hitung} produk pendidikan $> t_{tabel}$ ($116,285 > 3,89$) dengan nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hasil yang signifikan antara harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Semakin berkualitas harga pendidikan yang ditawarkan maka oleh SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan semakin besar/baik.
3. Terdapat pengaruh secara bersama-sama produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri, hal ini dibuktikan dari pengujian secara statistik menunjukkan bahwa

pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri dinilai sudah cukup baik oleh siswa siswi SMK Muhammadiyah 3 Weleri dan berada pada interval 40 - 44 dengan nilai rata-rata 43,11. Hubungan produk dan harga jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Weleri terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah diperoleh nilai korelasi sebesar $r = 0,728$ nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat dan positif. Serta sumbangan relatif yang diberikan secara simultan sebesar 52,9%. Dari tabel perbandingan t_{hitung} produk dan harga jasa pendidikan $> t_{tabel}$ ($115,697 > 3,89$) dengan nilai probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 menunjukkan hasil yang signifikan antara produk dan harga jasa pendidikan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri. Semakin berkualitas produk dan harga jasa pendidikan yang ditawarkan oleh SMK Muhammadiyah 3 Weleri akan semakin besar/baik.

B. Saran

Dengan memperhatikan pembahasan hasil penelitian dan simpulan di atas, maka saran yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak lembaga pendidikan dapat meningkatkan lagi kualitas produk jasa pendidikan yang ditawarkan kepada *stackholder* melalui kualitas lulusan.
2. Meningkatkan mutu layanan pendidikan.

3. Meningkatkan kualitas produk dan harga jasa pendidikan sebagai upaya menunjang kegiatan Marketing.

C. Penutup

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran perbaikan dan kesempurnaan hasil yang telah didapat.

Kepada semua pihak penulis sangat berterima kasih, serta tak lupa memohon petunjuk dan bimbingan kepada Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Pres, 2012.
- Buchtari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka*, Jakarta: Kalim, 2011.
- Dhruv Grewel, dkk., *Marketing*, New York: McGraw-Hill/Irwin, 2005.
- Eddy soeryanto, *Membangun Sinergitas Kinerja Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta*, .Yogyakarta: Gava Media, 2008.
- Endah Winarti, berjudul “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap pembentukan Image dan Keputusan Pemilihan PTAIN (kajian Di UIN Di Jawa Timur)”, *Tesis*, Malang: Progam Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim, 2014.
- Engkoswara dan Aan komariah, *Administrasi Pendidikan*, Badung: Alfabeta, 2011.

Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 20014.

----- Ananstasia Diana, *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2016.

Fitrianiingrum dan Tries Edy wahyono, “Pengaruh Harga dan Mutu Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler”, *Jurnal Modernisasi*, Vol. 09, No. 02, Juni/ tahun 2013.

Gitosudarmo Indriyo, *Perilaku Keorganisasian*, Yogyakarta: BPF, 2000.

Glendy Tangkilisan, “Bauran Pemasaran Jasa pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Di SMK N 1 Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol. 2, No. 4, Desember/ 2014.

Jaja jahari dan Amirullah Syarbini, *Manajemen Madrasah: Teori, Strategi, dan Implementasi*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Kerin, dkk., *Marketing The Core*, United States of Amerika: McGraw-Hill/Irwin, 2005.

M. Ikhsan Nurhadiansyah, “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan SMA Plus PGRI Cibinong Sebagai Tempat melanjutkan Pendidikan”, *Skripsi*, Bogor: Program S1, Institut Pertanian Bogor, 2013.

Muhammad Syarif hidayahtulloh, berjudul “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Sekolah Menengah Atas (SMA) Yayasan Pendidikan Islam Darussalam Cimanggis- Ciputat”, *Skripsi*, Jakarta: Program S1 UIN Syarif Hidayatullah, 2015.

- Nanang Fatah, *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Prenadamedia, 2015.
- Perreault William D., dkk., *Essentials Of Marketing: A Marketing Strategy Planing Approach*, New York: : McGraw-Hill/Irwin, 2012.
- Peter J. Paul & Olson C. Jerry, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2000.
- Philip kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- , *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Ponco Wijono, “Pertama di Indonesia, SMK Muhammadiyah 3 Weleri Memiliki Samsung Tech Institute”, <http://www.google.com/amp/jateng.tribunnews.com>, diakses 2 Januari 2019.
- Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2014.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, .Jakarta: Salemba Empat, 20009.
- Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sani Gazali, “Analisis Pengaruh Baurah Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani Balikpapan” *Jurnal Akutansi Manajemen Madani*, Vol. 01, No. 03, Oktober 2017.

Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Prenadamedia, 2013.

Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali, 2017.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.

_____, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2004.

Syafa'ati, berjudul "Pengaruh Produk, Biaya, Lokasi Pendidikan Terhadap Citra Sekolah (Studi Kasus Di SMK Telkom Terpadu AKN Marzuki Selempong Dukuhseti Pati)". *Skripsi*, Semarang: Program S1 UIn Walisongo, 2015.

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, .Depok: Rajawali Press, 2017.

Ulfa Indah Wati, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 4, No. 7, Juli 2015.

V. Wiratna Sujarweni dan Poly endrayanto, *Statistik Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

Yoyon Bahtiar Sugianto, " Pemasarn Pendidikan", *Modul Pemasaran Pendidikan*,
http://fole.upi.edu/direktori/fip/jur._administrasi_pendidikan/196210011991021yoyon_bahtiar_irianto/modulpemasaran_pendidikan.pdf, diakses pada tanggal 21 Agustus 2018/ 23.20 WIB.

Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*,
Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Lampiran 1

Koesioner Penelitian

Angket penelitian

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA JASA PENDIDIKAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH
SEKOLAH DI SMK MUHAMMADIYAH 3 WELERI**

Nama :

Kelas :

Jurusan :

Petunjuk Pengisian:

1. Mulailah dengan membaca “*Basmallah*” dan akhiri dengan “*Hamdallah*”.
2. Isilah jawaban pertanyaan sesuai dengan pendapat dan keadaan anda yang sebenarnya, jawaban dijamin kerahasiannya.
3. Jawablah semua pertanyaan yang tersedia.
4. Berilah tanda silang (X) pada kolom pilihan jawaban berikut ini:
SS : jika pernyataan tersebut “Sangat Setuju” sesuai dengan pendapat anda.
S : jika pernyataan tersebut “Setuju” sesuai dengan pendapat anda.

N : jika pernyataan tersebut “Netral” sesuai dengan pendapat anda.

TS : jika pernyataan tersebut “Tidak Setuju” sesuai dengan pendapat anda.

STS: jika pernyataan tersebut “Sangat Tidak Setuju” sesuai dengan pendapat anda.

5. Tanyakan jika ada hal yang kurang jelas.
6. Terima kasih atas kesedian anda untuk mengisi angket ini dengan tulus dan jujur.

A. Variabel Produk Jasa Pendidikan (X_1)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Kurikulum yang terdapat di program studi SMK Muhammadiyah 3 Weleri sesuai dengan tuntutan dunia kerja					
2.	Program studi yang terdapat di SMK Muhammadiyah 3 Weleri memiliki prospek yang tinggi dalam dunia kerja					
3.	Program studi yang terdapat di SMK Muhammadiyah 3 Weleri memiliki kualitas yang lebih unggul dibanding SMK disekitarnya					

4.	Lulusan SMK Muhammadiyah 3 Weleri mampu bersaing dalam dunia kerja dan memiliki profesionalitas yang tinggi					
5.	Lulusan SMK Muhammadiyah 3 Weleri mudah diterima di dunia kerja					
6.	Lulusan SMK Muhammadiyah 3 Weleri bekerja sesuai dengan bidang keahlian yang di tekuni					
7.	SMK Muhammadiyah 3 Weleri sudah terakreditasi dengan nilai yang baik					
8.	SMK Muhammadiyah 3 Weleri menawarkan beragam ekstrakurikuler yang sesuai dengan minat dan bakat siswa					
9.	SMK Muhammadiyah 3 Weleri memiliki ekstrakurikuler yang menunjang program studi yang ditekuni					
10.	SMK Muhammadiyah 3 Weleri memiliki tingkat					

	kelulusan yang tinggi dan dengan nilai yang baik					
11.	SMK Muhammadiyah 3 Weleri menawarkan pilihan jurusan yang beragam					
12.	SMK Muhammadiyah 3 Weleri menawarkan pelayanan yang baik					

B. Variabel Harga Jasa Pendidikan (X_2)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	SPP yang dibayarkan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan					
2.	SPP yang dibayarkan terjangkau					
3.	Biaya praktikum SMK Muhammadiyah 3 Weleri sesuai dengan fasilitas yang didapatkan					
4.	Biaya praktikum SMK Muhammadiyah 3 Weleri yang dibayarkan terjangkau					
5.	Uang pembangunan gedung					

	sesuai dengan fasilitas yang didapatkan					
6.	Uang pembangunan gedung yang dibayarkan terjangkau					
7.	SMK Muhammadiyah 3 Weleri menyediakan prosedur pembayaran dan angsuran biaya pendidikan yang fleksibel					

C. Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memilih SMK Muhammaduyah 3 Weleri karena memiliki biaya pendaftaran yang terjangkau					
2.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri karena uang pembangunan gedung yang dibayar sesuai dengan fasilitas yang didapatkan					
3.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri					

	karena memiliki biaya pendidikan yang terjangkau					
4.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri karena memiliki para guru dan staf yang profesional dalam bidangnya					
5.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri karena memiliki kualitas yang lebih unggul dibanding SMK disekitarnya					
6.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri karena memiliki lingkungan yang nyaman dan aman untuk belajar					
7.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri karena memiliki program studi dengan prospek yang tinggi dalam dunia kerja					
8.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri melalui logo yang dimiliki					

9.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri karena mendapat rekomendasi dari keluarga dan teman					
10.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri karena memiliki program studi yang saya minati					
11.	Saya memilih SMK Muhammadiyah 3 Weleri karena memiliki prosedur dan angsuran pembayaran biaya pendidikan yang fleksibel					

Lampiran 2

**DAFTAR HASIL JAWABAN RESPONDEN ANKET
PRODUK JASA PENDIDIKAN SMK MUHAMMADIYAH 3
WELERI**

No. Resp	Tabulasi data Produk Jasa Pendidikan (x1)												total x1	
	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12		
1	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	5	4	49
2	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	51
3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	55
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	50
6	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	42
7	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	50
8	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	49
9	2	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	3	47
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	48
11	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	50
12	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51
13	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	57
14	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	45
15	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
16	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	3	4	52
17	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	3	4	48
18	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	54
19	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	51
20	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	5	4	49
21	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
22	3	5	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	45
23	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
24	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	49
25	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	50
26	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	51
27	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	53
28	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
30	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	3	52
31	4	5	5	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	48
32	4	5	5	5	3	3	5	4	4	4	5	4	4	51
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	4	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	41
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
37	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	46
38	4	3	5	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	42
39	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
41	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	4	3	3	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	46

44	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	56
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
46	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	51
47	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
48	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	54
49	4	5	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	49
50	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	51
51	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	52
52	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	47
53	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	51
54	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	45
55	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	56
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
57	5	5	4	3	4	5	3	3	3	3	4	2	44
58	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	5	4	49
59	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	5	4	50
60	3	4	5	4	5	5	4	3	3	5	4	4	49
61	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	54
62	4	4	3	4	5	5	2	4	4	3	5	1	44
63	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
64	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
65	5	5	5	5	3	5	3	3	4	5	5	5	53
66	5	5	5	5	3	5	3	3	4	5	5	5	53
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
68	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
69	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	5	48
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	51
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
74	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	4	3	43
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
77	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	57
78	4	3	5	5	5	4	3	3	3	5	4	5	49
79	4	3	5	5	5	4	5	2	4	5	4	5	51
80	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	3	5	49
81	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	50
82	4	4	2	4	2	4	4	4	2	2	4	2	38
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	53

85	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	55	
86	4	3	4	4	5	3	3	2	3	4	4	43	
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
88	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	45	
89	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	52
90	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	56
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
92	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	53
93	4	5	3	4	2	3	5	4	2	1	4	3	40
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
95	5	5	3	3	4	1	1	2	5	4	3	3	39
96	5	3	4	1	3	4	2	3	2	3	2	3	35
97	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	49
98	3	3	5	3	3	3	4	4	3	4	3	3	41
99	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	47
100	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	48
101	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	48
102	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	53
103	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	49
104	4	4	3	5	4	3	4	3	5	4	3	5	47
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
106	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	51
107	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	53
108	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	55
109	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	53
110	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	53
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
112	5	5	3	5	5	3	4	5	1	4	3	4	47
113	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	52
114	5	5	3	5	5	3	4	5	1	4	3	5	48
115	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	5	3	48
116	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	5	3	40
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
119	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	55
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

121	4	3	4	3	3	5	3	4	3	3	5	5	45
122	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	56
123	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	56
124	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	45
125	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	50
126	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	53
127	4	5	4	4	3	5	3	5	3	3	4	2	45
128	5	4	5	3	4	2	5	3	4	1	3	5	44
129	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	57
130	4	5	5	4	3	3	5	4	4	5	5	5	52
131	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	53
132	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	55
133	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	49
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
135	4	4	4	4	3	2	5	4	4	4	4	3	45
136	4	3	5	3	3	4	5	5	3	4	5	4	48
137	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	54
138	3	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	44
139	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
140	4	3	5	3	3	5	5	5	4	3	5	5	50
141	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	5	46
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
144	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	54
145	3	3	4	3	2	3	4	2	3	4	4	3	38
146	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	53
147	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
148	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	49
149	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	49
150	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	52
151	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	48
152	5	4	5	4	4	5	4	5	2	4	5	5	52
153	4	4	5	3	3	3	5	5	5	4	5	4	50
154	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	44
155	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	47
156	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	3	40
157	5	4	3	4	5	5	3	5	5	4	5	3	51
158	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
159	5	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	4	50
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

161	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
162	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	45	
163	5	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	51	
164	5	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	3	48	
165	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	54	
166	5	5	5	5	3	2	5	5	5	4	5	4	53	
167	5	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	4	50	
168	5	4	3	4	4	2	5	4	4	4	4	4	47	
169	5	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	50	
170	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	
171	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	46	
172	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	5	4	46	
173	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4	3	38	
174	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	55	
175	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	54	
176	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	54	
177	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	55	
178	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	56	
179	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	55	
180	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	56	
181	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	56	
182	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	56	
183	4	5	3	3	2	2	5	4	4	4	5	4	45	
184	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	53	
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
186	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	55	
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
188	2	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	48	
189	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	47	
190	4	5	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	51	
191	4	5	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	51	
192	4	5	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	51	
193	4	5	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	53	
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	
195	3	4	5	4	3	5	3	4	5	5	5	5	51	
196	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59	
197	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
198	4	5	4	5	3	3	5	3	4	4	4	5	49	
199	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
201	5	3	4	3	4	4	4	3	2	4	3	3	42	
202	5	5	5	5	5	2	3	5	4	5	4	4	52	
203	3	3	3	5	4	3	5	5	3	3	5	5	47	
204	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	53	
205	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	45	
206	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	53	
207	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	28	
208	4	4	4	3	3	2	4	5	5	4	4	3	45	
Jumlah	894	900	905	894	832	836	894	869	833	860	906	867	10490	

DAFTAR HASIL JAWABAN RESPONDEN ANKET HARGA JASA PENDIDIKAN SMK MUHAMMADIYAH 3 WELERI

no. Resp.	Tabulasi Data Harga Jasa Pendidikan (X2)							total
	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	
1	3	5	5	3	3	5	3	27
2	3	5	5	3	3	5	3	27
3	4	4	5	3	5	4	5	30
4	4	3	4	4	4	4	4	27
5	3	5	5	3	4	2	4	26
6	3	4	4	3	4	4	4	26
7	4	3	4	4	4	4	3	26
8	3	5	5	3	4	2	4	26
9	3	3	3	3	3	3	3	21
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	4	4	4	4	4	4	5	29
12	3	3	3	3	3	3	4	22
13	4	3	4	4	4	4	4	27
14	4	4	4	4	4	4	4	28
15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	4	4	4	4	4	3	4	27
17	3	3	5	4	3	3	4	25
18	3	3	5	4	3	3	4	25
19	3	3	4	3	4	4	4	25
20	3	5	5	3	2	3	3	24
21	5	4	4	4	4	4	4	29
22	3	2	3	3	3	3	3	20
23	3	3	3	3	3	3	4	22
24	4	4	4	4	4	4	4	28
25	3	3	3	3	3	3	3	21
26	4	4	4	5	4	5	4	30
27	3	2	3	3	3	3	3	20
28	3	3	4	3	3	3	3	22
29	3	3	3	3	5	5	5	27
30	3	2	3	3	3	3	3	20
31	3	3	3	3	3	3	3	21
32	4	3	4	3	4	3	4	25
33	3	4	5	5	4	4	4	29
34	4	3	4	3	2	2	3	21
35	3	2	3	2	3	2	3	18
36	4	3	3	3	4	3	4	24
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	3	3	3	4	3	3	3	22
40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	3	3	3	3	3	3	3	21
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	4	4	3	4	4	4	4	27

44	3	3	3	3	4	3	3	22
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	3	3	4	5	3	3	4	25
47	3	3	4	4	4	4	4	26
48	5	4	5	4	5	4	4	31
49	5	4	5	4	4	3	3	28
50	5	4	5	4	4	3	4	29
51	4	3	4	3	4	3	3	24
52	4	2	3	2	4	2	3	20
53	3	2	3	2	4	3	3	20
54	3	2	3	2	4	3	3	20
55	3	3	3	3	4	3	3	22
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	3	3	3	3	3	3	4	22
58	4	4	4	3	3	3	4	25
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	3	3	4	4	4	4	4	26
61	4	3	4	3	4	3	3	24
62	4	3	4	4	4	3	4	26
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	4	4	4	4	4	4	4	28
65	4	4	5	3	3	4	3	26
66	4	4	5	3	3	4	3	26
67	5	5	5	5	5	5	5	35
68	5	5	5	5	5	5	5	35
69	4	4	4	4	4	4	2	26
70	5	4	5	4	5	5	5	33
71	3	3	4	3	3	3	4	23
72	5	5	5	5	4	4	3	31
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	4	4	3	3	4	3	4	25
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	5	4	5	4	5	4	5	32
78	3	3	4	5	3	4	5	27
79	5	2	4	5	2	5	3	26
80	3	3	3	4	4	3	4	24
81	4	3	3	3	3	3	3	22
82	4	2	2	4	4	4	2	22
83	4	4	5	4	4	5	5	31
84	4	3	4	3	5	3	4	26
85	5	3	4	3	5	3	3	26
86	4	3	4	4	3	3	3	24
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	3	3	3	3	3	3	3	21

89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	4	4	4	3	4	3	26
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	3	2	3	2	3	2	3	18
93	5	3	4	5	3	5	2	27
94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	5	5	4	2	3	3	1	23
96	5	4	5	2	2	3	3	24
97	3	3	3	3	3	3	4	22
98	3	4	4	4	4	3	2	24
99	4	4	4	3	3	3	3	24
100	4	2	4	2	3	2	5	22
101	4	2	4	2	3	2	4	21
102	5	4	3	5	4	4	5	30
103	4	2	4	2	3	2	4	21
104	5	2	4	3	4	3	5	26
105	4	4	4	4	4	4	4	28
106	4	5	4	4	4	5	4	30
107	3	2	3	2	3	2	3	18
108	4	4	4	4	5	4	4	29
109	3	2	3	2	3	2	3	18
110	3	2	3	2	3	2	3	18
111	4	5	5	4	5	4	4	31
112	5	4	3	5	3	5	2	27
113	5	4	5	4	4	4	4	30
114	5	4	3	5	3	5	2	27
115	5	4	3	4	4	4	3	27
116	3	4	3	3	3	3	3	22
117	4	4	5	5	5	5	5	33
118	4	4	4	4	4	4	4	28
119	4	5	5	5	4	4	5	32
120	4	4	5	5	5	5	4	32
121	3	4	5	4	4	3	3	26
122	4	5	5	5	4	4	5	32
123	2	5	4	5	2	5	4	27
124	3	4	5	4	3	5	4	28
125	4	4	4	4	4	4	4	28
126	3	2	3	2	3	2	3	18
127	3	4	4	5	5	5	4	30
128	5	3	3	5	3	2	4	25
129	5	4	4	3	4	4	4	28
130	5	4	4	4	4	4	4	29
131	4	4	5	4	4	4	5	30
132	4	5	5	5	5	5	4	33
133	3	2	4	3	4	3	3	22

134	3	2	4	3	5	3	4	24
135	4	5	5	5	5	5	4	33
136	4	3	4	3	4	3	4	25
137	4	3	3	3	3	3	3	22
138	3	3	4	3	3	3	4	23
139	4	3	3	3	4	4	4	25
140	4	3	4	3	4	3	5	26
141	4	4	4	3	5	4	3	27
142	4	4	4	3	3	4	4	26
143	5	4	4	4	4	3	3	27
144	3	5	3	3	3	3	3	23
145	3	3	3	3	3	3	2	20
146	4	4	3	3	3	3	3	23
147	4	4	4	5	4	4	4	29
148	4	4	4	4	4	4	4	28
149	3	3	4	3	3	3	4	23
150	3	3	4	3	4	3	4	24
151	3	3	4	4	3	2	3	22
152	5	5	4	5	5	4	4	32
153	4	4	4	4	3	4	4	27
154	4	4	4	4	4	4	4	28
155	4	4	4	4	4	4	4	28
156	4	4	4	4	4	4	4	28
157	4	4	5	4	4	4	3	28
158	5	5	5	5	5	5	5	35
159	3	4	5	4	4	4	4	28
160	3	3	4	4	3	3	4	24
161	4	4	4	4	5	4	4	29
162	3	3	4	3	4	3	3	23
163	5	4	5	4	5	5	4	32
164	4	4	4	4	4	4	4	28
165	3	3	3	3	3	3	4	22
166	4	2	4	3	4	3	4	24
167	5	2	4	3	4	3	3	24
168	4	4	4	4	4	4	4	28
169	4	4	4	4	4	4	4	28
170	5	4	4	4	5	4	5	31
171	4	4	4	4	4	4	4	28
172	5	4	5	4	5	4	4	31
173	4	2	3	2	4	5	4	24
174	4	4	5	5	4	5	4	31
175	4	4	5	5	4	5	4	31
176	4	4	5	5	4	5	4	31

177	4	4	5	5	4	5	4	31
178	5	4	5	4	5	5	5	33
179	4	4	5	5	4	5	4	31
180	5	4	5	5	4	5	5	33
181	5	4	5	5	4	5	4	32
182	5	4	5	5	4	5	5	33
183	4	4	4	4	4	4	4	28
184	5	4	5	4	5	4	4	31
185	5	5	5	5	5	5	4	34
186	4	4	4	5	5	4	5	31
187	3	5	5	4	4	4	4	29
188	3	5	5	4	4	4	4	29
189	3	5	5	4	4	4	4	29
190	4	2	4	3	4	3	4	24
191	4	2	3	3	4	3	4	23
192	4	2	4	3	4	3	4	24
193	4	2	3	3	4	3	4	23
194	5	4	5	5	4	5	5	33
195	4	3	5	4	5	4	3	28
196	5	4	5	5	4	5	5	33
197	3	3	4	4	3	3	5	25
198	5	3	4	4	5	3	4	28
199	4	3	4	3	3	3	3	23
200	5	5	5	5	5	5	5	35
201	3	3	4	3	3	2	2	20
202	3	2	5	3	5	3	4	25
203	3	3	4	3	4	3	4	24
204	3	3	4	3	4	3	3	23
205	4	4	4	4	4	4	4	28
206	3	3	4	3	4	3	3	23
207	4	4	4	4	4	4	4	28
208	4	4	4	4	4	4	4	28
	803	742	841	770	796	763	784	5499

**DAFTAR HASIL JAWABAN RESPONDEN ANKET
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH DI SMK
MUHAMMADIYAH 3 WELERI**

no. resp	TABULASI DATA PENGAMBILAN KEPUTUSAN (Y)											total
	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	
1	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	40
2	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	43
3	4	4	4	5	3	4	3	4	3	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	2	2	4	4	5	5	5	2	4	5	4	42
6	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	40
7	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	46
8	2	2	4	4	5	5	5	2	4	5	4	42
9	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	34
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
11	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	41
12	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	39
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
14	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
16	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	38
17	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	44
18	3	3	3	4	5	4	5	3	3	5	4	42
19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
20	3	4	4	5	3	3	4	3	3	4	3	39
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
22	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	34
23	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	36
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
25	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	40
26	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	3	40
27	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	35
28	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	34
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
30	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	35
31	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	37
32	3	3	3	4	5	4	5	4	5	5	3	44
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
34	3	3	1	3	5	4	3	1	3	4	2	32
35	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	2	40
36	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	39
37	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	38
38	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	41
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
40	2	4	2	3	3	3	4	4	2	4	4	35
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44

43	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	41
44	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	44
45	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	38
46	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
48	5	5	3	3	4	3	4	3	3	3	4	40
49	4	5	3	4	4	4	4	2	4	4	3	41
50	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	46
51	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	42
52	3	4	3	4	4	3	5	3	4	5	3	41
53	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	2	42
54	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	42
55	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	44
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
57	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	44
58	4	4	3	4	4	5	5	3	3	4	4	43
59	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	45
60	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	41
61	3	4	3	5	4	4	5	3	3	3	3	40
62	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
65	4	3	3	5	5	4	5	3	4	4	3	43
66	4	3	3	5	5	4	5	3	4	4	3	43
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
68	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	45
70	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	53
71	3	3	3	4	4	5	5	4	5	4	3	43
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
73	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	49
74	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	39
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
77	4	5	4	5	5	5	5	3	2	5	5	48
78	3	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	48
79	5	3	5	5	4	3	5	5	2	1	5	43
80	3	3	3	3	3	4	5	3	3	5	3	38
81	4	3	4	5	5	5	5	5	3	5	3	47
82	2	4	4	4	4	2	2	2	4	2	2	32
83	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	51
84	3	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	45
85	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	4	46

86	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	41
87	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	48
88	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	39
89	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	49
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
91	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	45
92	5	4	5	4	5	3	2	3	3	4	1	39
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
94	5	5	3	2	5	5	1	3	2	2	5	38
95	3	4	5	4	2	3	2	4	3	2	3	35
96	4	4	3	3	4	4	4	3	1	4	4	38
97	3	4	3	2	4	3	3	5	3	4	3	37
98	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	42
99	4	3	4	5	5	4	3	4	5	4	2	43
100	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	38
101	2	3	2	4	4	4	4	2	3	2	4	34
102	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	47
103	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	38
104	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	45
105	4	4		3	3	4	3	4	4	3	3	35
106	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1	4	42
107	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	45
108	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	47
109	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	45
110	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	45
111	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	49
112	5	3	5	5	4	4	4	4	4	3	3	44
113	4	3	3	4	5	4	5	2	4	4	3	41
114	5	3	3	2	1	2	4	5	4	3	2	34
115	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	44
116	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	33
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
119	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	43
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
121	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	43
122	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	52
123	4	2	5	5	5	4	5	2	5	5	5	47
124	4	3	4	3	5	4	3	4	5	4	3	42
125	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	41
126	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	45
127	4	4	3	3	4	5	5	4	4	3	3	42
128	5	5	5	4	5	3	5	4	3	3	5	47
129	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	50
130	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	47
131	5	5	3	5	5	4	5	3	5	5	4	49
132	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	47
133	4	5	3	4	3	4	4	3	5	5	4	44
134	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
135	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	43

136	2	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	39
137	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	39
138	3	3	3	4	4	3	4	2	5	4	3	38
139	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	42
140	2	4	3	5	3	2	1	2	3	5	5	35
141	4	3	4	4	3	4	4	2	4	5	3	40
142	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	47
143	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	49
144	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	39
145	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	36
146	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	47
147	3	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	46
148	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	43
149	3	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	39
150	4	4	3	5	3	4	5	3	5	5	4	45
151	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	2	37
152	5	4	4	3	4	5	5	5	3	5	5	48
153	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	42
154	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4	3	33
155	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	34
156	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	35
157	2	4	2	3	4	3	4	2	2	4	4	34
158	5	5	4	5	5	5	5	4	2	5	4	49
159	3	4	3	4	5	5	4	4	3	5	5	45
160	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	39
161	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	48
162	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	35
163	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	43
164	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	3	39
165	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
166	2	4	2	4	5	5	4	4	4	4	2	40
167	4	4	3	4	4	3	5	3	5	5	4	44
168	4	5	3	4	3	3	5	3	4	4	4	42
169	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52
170	4	4	3	4	4	3	3	2	4	5	4	40
171	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	50
172	3	4	3	5	5	4	4	3	5	5	4	45
173	3	4	2	4	4	3	3	1	3	5	3	35
174	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	50
175	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	50
176	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	48
177	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	50
178	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	51

179	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	50
180	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	51
181	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	51
182	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	51
183	3	3	3	4	5	4	5	2	4	5	3	41
184	3	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	48
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
186	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	51
187	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	45
188	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	45
189	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	45
190	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
191	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42
192	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42
193	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42
194	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	50
195	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	49
196	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	49
197	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3	44
198	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	49
199	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	46
200	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	52
201	2	4	4	4	4	2	2	2	4	2	2	32
202	4	4	3	5	5	4	5	3	4	5	4	46
203	3	4	3	3	4	5	4	3	3	5	3	40
204	4	4	3	4	5	5	5	3	3	5	4	45
205	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	39
206	4	4	3	4	5	5	4	3	3	5	3	43
207	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	42
208	4	5	5	5	5	4	3	4	3	5	2	45
	753	805	772	844	872	849	864	764	805	864	768	8960

Lampiran 3

**HASIL PERHITUNGAN SPSS UJI VALIDITAS DAN
RELIABILITAS INSTRUMEN PRODUK JASA PENDIDIKAN,
HARGA JASA PENDIDIKAN DAN PENGAMBILAN
KEPUTUSAN MEMILIH SMK MUHAMMADIYAH 3 WELERI**

1. Uji Validitas dan Reliabilitas
 - a. Variabel Produk Jasa Pendidikan

Produk Jasa Pendidikan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Produk Jasa Pendidikan
X1.1	Pearson Correlation	1	.439 ^{**}	.194 ^{**}	.261 ^{**}	.235 ^{**}	.201 ^{**}	.228 ^{**}	.282 ^{**}	.287 ^{**}	.258 ^{**}	.327 ^{**}	.318 ^{**}	.535 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000	.001	.004	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.2	Pearson Correlation	.439 ^{**}	1	.237 ^{**}	.502 ^{**}	.271 ^{**}	.178 ^{**}	.222 ^{**}	.350 ^{**}	.304 ^{**}	.312 ^{**}	.336 ^{**}	.225 ^{**}	.583 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.010	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.3	Pearson Correlation	.194 ^{**}	.237 ^{**}	1	.378 ^{**}	.386 ^{**}	.215 ^{**}	.227 ^{**}	.169 ^{**}	.327 ^{**}	.430 ^{**}	.284 ^{**}	.403 ^{**}	.576 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.005	.001		.000	.000	.002	.001	.015	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.4	Pearson Correlation	.261 ^{**}	.502 ^{**}	.378 ^{**}	1	.476 ^{**}	.308 ^{**}	.331 ^{**}	.356 ^{**}	.344 ^{**}	.467 ^{**}	.292 ^{**}	.438 ^{**}	.707 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.5	Pearson Correlation	.235 ^{**}	.271 ^{**}	.386 ^{**}	.476 ^{**}	1	.372 ^{**}	.069	.191 ^{**}	.199 ^{**}	.422 ^{**}	.112	.277 ^{**}	.563 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.322	.006	.004	.000	.106	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.6	Pearson Correlation	.201 ^{**}	.178 ^{**}	.215 ^{**}	.306 ^{**}	.372 ^{**}	1	.178 ^{**}	.302 ^{**}	.192 ^{**}	.330 ^{**}	.253 ^{**}	.211 ^{**}	.538 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.004	.010	.002	.000	.000		.010	.000	.005	.000	.000	.002	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.7	Pearson Correlation	.228 ^{**}	.222 ^{**}	.227 ^{**}	.331 ^{**}	.069	.178 ^{**}	1	.462 ^{**}	.354 ^{**}	.308 ^{**}	.389 ^{**}	.383 ^{**}	.567 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.000	.322	.010		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.8	Pearson Correlation	.282 ^{**}	.350 ^{**}	.169 ^{**}	.356 ^{**}	.191 ^{**}	.302 ^{**}	.462 ^{**}	1	.394 ^{**}	.324 ^{**}	.423 ^{**}	.299 ^{**}	.622 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.015	.000	.006	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

X1.9	Pearson Correlation	.287**	.304**	.327**	.344**	.199**	.192**	.354**	.394**	1	.487**	.417**	.402**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.005	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.10	Pearson Correlation	.258**	.312**	.430**	.467**	.422**	.330**	.308**	.324**	.487**	1	.321**	.454**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.11	Pearson Correlation	.327**	.336**	.264**	.292**	.112	.253**	.389**	.423**	.417**	.321**	1	.368**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.106	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
X1.12	Pearson Correlation	.318**	.225**	.403**	.438**	.277**	.211**	.383**	.296**	.402**	.454**	.368**	1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Produk	Pearson Correlation	.535**	.583**	.576**	.707**	.563**	.538**	.567**	.622**	.645**	.701**	.605**	.656**	1
Jasa	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
Pendidikan	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	12

b. Variabel Harga Jasa Pendidikan

PRICE (X2)

		Correlations							Price
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
X2.1	Pearson Correlation	1	.299**	.305**	.401**	.398**	.405**	.221**	.602**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208
X2.2	Pearson Correlation	.299**	1	.564**	.576**	.287**	.584**	.244**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208
X2.3	Pearson Correlation	.305**	.564**	1	.464**	.370**	.463**	.387**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208
X2.4	Pearson Correlation	.401**	.576**	.464**	1	.358**	.715**	.377**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208
X2.5	Pearson Correlation	.398**	.287**	.370**	.358**	1	.425**	.450**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208
X2.6	Pearson Correlation	.405**	.584**	.463**	.715**	.425**	1	.362**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208
X2.7	Pearson Correlation	.221**	.244**	.387**	.377**	.450**	.362**	1	.604**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208
Price	Pearson Correlation	.602**	.738**	.713**	.804**	.649**	.816**	.604**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	208	208	208	208	208	208	208	208

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	7

c. Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

PENGAMBILAN KEPUTUSAN (Y)

		Correlations										Pengambilan Keputusan	
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	
Y.1	Pearson Correlation	1	.466**	.484**	.258**	.267**	.302**	.180**	.409**	.218**	.155**	.370**	.615**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.002	.026	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Y.2	Pearson Correlation	.466**	1	.336**	.325**	.254**	.237**	.075	.252**	.176**	.254**	.386**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.279	.000	.011	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Y.3	Pearson Correlation	.484**	.336**	1	.455**	.262**	.309**	.143**	.455**	.345**	.131	.394**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.039	.000	.000	.058	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Y.4	Pearson Correlation	.258**	.325**	.455**	1	.414**	.383**	.406**	.178**	.334**	.366**	.314**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Y.5	Pearson Correlation	.267**	.254**	.262**	.414**	1	.550**	.430**	.177**	.287**	.391**	.187**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.011	.000	.000	.007	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Y.6	Pearson Correlation	.302**	.237**	.309**	.383**	.550**	1	.524**	.513**	.343**	.380**	.404**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Y.7	Pearson Correlation	.180**	.075	.143**	.406**	.430**	.524**	1	.285**	.276**	.389**	.277**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.009	.279	.039	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Y.8	Pearson Correlation	.409**	.252**	.455**	.178**	.177**	.513**	.285**	1	.287**	.065	.364**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.010	.011	.000	.000		.000	.351	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

Y.9	Pearson Correlation	.218**	.176*	.345**	.334**	.287**	.343**	.276**	.287**	1	.371**	.230**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.002	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Y.10	Pearson Correlation	.155*	.254**	.131	.366**	.391**	.380**	.389**	.065	.371**	1	.261**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.026	.000	.058	.000	.000	.000	.000	.351	.000		.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Y.11	Pearson Correlation	.370**	.386**	.394**	.314**	.187**	.404**	.277**	.364**	.230**	.261**	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.001	.000		.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Pengambilan Keputusan	Pearson Correlation	.615**	.548**	.645**	.647**	.614**	.730**	.591**	.606**	.577**	.552**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	11

2. Uji nilai F

a. Variabel produk terhadap pengambilan keputusan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.586 ^a	.344	.341	4.333

a. Predictors: (Constant), Produk Jasa Pendidikan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2027.662	1	2027.662	107.977	.000 ^b
	Residual	3868.415	206	18.779		
	Total	5896.077	207			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan
b. Predictors: (Constant), Produk Jasa Pendidikan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.187	2.798		5.070	.000
	Produk Jasa Pendidikan	.573	.055	.586	10.391	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Variabel harga terhadap pengambilan keputusan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.361	.358	4.277

a. Predictors: (Constant), Price

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2127.388	1	2127.388	116.285	.000 ^b
	Residual	3768.689	206	18.295		
	Total	5896.077	207			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan
b. Predictors: (Constant), Price

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.128	2.059		10.263	.000
	Price	.831	.077	.601	10.784	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

- c. Variabel produk dan harga secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.526	3.676

a. Predictors: (Constant), Price, Produk Jasa Pendidikan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3126.344	2	1563.172	115.697	.000 ^b
	Residual	2769.733	205	13.511		
	Total	5896.077	207			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Price, Produk Jasa Pendidikan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.888	2.588		1.889	.060
	Produk Jasa Pendidikan	.426	.050	.436	8.599	.000
	Price	.632	.070	.457	9.018	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Lampiran 4

Surat Izin Penelitian

 **KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II Ngaliyan Telp. 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185

Nomor : B- 5320/Un.10.3/D.1/TL.00.11/2018 Semarang, 27 November 2018
Lampiran : -
Hal : **Mohon Izin Riset**
a.n. : Zulfah Atiqotur Rohmah
NIM : 1403036064

Kepada Yth.
Kepala SMK Muhammadiyah 3 Weluri
Di Weluri

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.
Dibutuhkan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, bersama ini kami hadapkan mahasiswa :

Nama : Zulfah Atiqotur Rohmah
NIM : 1403036064
Alamat : Desa Kebondalem Rt 04/ Rw 01, Kec. Gringsing, Kab. Batang
Judul Skripsi : **Pengaruh Produk dan Harga Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Milih Sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weluri.**

Pembimbing :
1. Drs. Abdul Wahid, M.Ag.
2. Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

Bahwa mahasiswa tersebut membutuhkan data dengan tema/ judul skripsi yang sedang disusun, oleh karena itu kami mohon Mahasiswa tersebut di ijinakan melaksanakan riset selama 07 hari, mulai tanggal 30-11-2018 samapai dengan 5-12-2018.
Demikian atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Sdr. Disampaikan terimakasih.
Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.



A.n. Dekan,
Ketua PPM MPI

 **Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag**
681212 199403 1 003

Tembusan :
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang
(sebagai laporan)

Lampiran 5

Surat Keterangan Melakukan Penelitian

	MAJELIS PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN SMK MUHAMMADIYAH 3 WELERI Alamat : Jl. Bahari No.345 Weleri, Kendal 51355-42 (0294) 641743, Fax (0294) 642877 E-Mail : info@smkmugaweleri.sch.id , Website : www.smkmugaweleri.sch.id	KTU/PKTU/FO-003 Rev. 01/12 Januari 2017
		

SURAT KETERANGAN
Nomor : 385/KET/III.4.AU/D/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H. Yusuf Darmawan, S.Pd., M. Pd
NBM : 543 622
Jabatan : Kepala SMK Muhammadiyah 3 Weleri

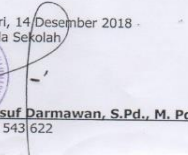
Dengan ini menerangkan bahwa :


Nama : **ZULFAH ATIQOTUR ROHMAH**
NIM : 1403036064
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
Judul Penelitian : " Pengaruh Produk dan Harga Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Milih Sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri "

Tanggal Penelitian : 30 November s/d 05 Desember 2018
Keterangan : Bahwa Nama Tersebut Di atas Benar-benar telah Mengadakan Penelitian di SMK Muhammadiyah 3 Weleri.

Demikian surat ini kami sampaikan, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Weleri, 14 Desember 2018
Kepala Sekolah


H. Yusuf Darmawan, S.Pd., M. Pd
NBM. 543 622



Lampiran 6

Surat Penunjukan Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II Ngaliyan Telp. 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185

Nomor : B- 456/J.3/PP.00.9/1931/2017 Semarang, 30 November 2017
Lampiran : -
Perihal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth.

1. Drs. Abdul Wahid, M.Ag.
2. Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan hasil pembahasan usulan judul Penelitian di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan menyetujui judul Skripsi

Mahasiswa :

Nama : Zulfah Atiqotur Rohmah
NIM : 1403036064
Judul : **Pengaruh Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Milih Sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal**

Dan menunjuk :

1. Pembimbing I : Drs. Abdul Wahid, M.Ag.
2. Pembimbing II : Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

Demikian penunjukan pembimbing Skripsi ini disampaikan, dan atas kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan,
Mengetahui
Ketua Prodi MPI



Fahrurrozi, M.Ag

70816 200501 1 033

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Walisongo Semarang
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 7

Sertifikat TOEFL



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
PUSAT PENGEMBANGAN BAHASA
Jl. Prof. Dr. Hamka KM. 02 Kampus III Ngaliyan Telp./Fax. (024) 7614453 Semarang 50185
email : ppb@walisongo.ac.id

شهادة

B-4203/Un.10.0/P3/PP.00.9/07/2018

يشهد مركز تنمية اللغة جامعة والي سونجو الإسلامية الحكومية بأن

ZULFAH ATIQOTUR ROHMAH : الطالبة

Batang, 5 Agustus 1996 : تاريخ و محل الميلاد

1403036064 : رقم القيد

قد نجحت في اختبار معيار الكفاءة في اللغة العربية (IMKA) بتاريخ ٩ يوليو ٢٠١٨

بتقدير: مقبول (٣١١)

وحررت لها الشهادة بناء على طلبها.

سمارانج، ١٧ يوليو ٢٠١٨

مدير،

الدكتور محمد سعيد

رقم التوظيف : ١٠٣١٠٠٣


٥٠٠ - ٤٥٠ : ممتاز
٤٤٩ - ٤٠٠ : جيد جدا
٣٩٩ - ٣٥٠ : جيد
٣٤٩ - ٣٠٠ : مقبول
٢٩٩ : راسب وأدائها

رقم الشهادة : 220182025



Lampiran 8

Sertifikat IMKA



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY WALISONGO
LANGUAGE DEVELOPMENT CENTER
Jl. Prof. Dr. Hamka KM. 02 Kampus III Ngaliyan Telp./Fak. (024) 7814463 Semarang 50185
email : pph@walisongo.ac.id

Certificate
Nomor : B-0486/Un-16.0/FP3/FP.00.9/02/2018

This is to certify that


ZULFAH ATIQOTUR ROHMAH
Date of Birth: August 15, 1996
Student Reg. Number: 1403036064

the TOEFL Preparation Test

Conducted by
Language Development Center
of State Islamic University (UIN) "Walisongo" Semarang
On February 1st, 2018
and achieved the following scores:

Listening Comprehension	: 42
Structure and Written Expression	: 37
Reading Comprehension	: 41
TOTAL SCORE	: 400

February 9th, 2018
Director,
Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
19700321 199603 1 003



Certificate Number : 120180204
* TOEFL is registered trademark by Educational Testing Service.
This program or test is not approved or endorsed by ETS.

BIODATA PENELITIAN

A. Identitas Diri

1. Nama : Zulfah Atiqotur Rohmah
2. Tempat & Tgl. Lahir : Batang, 15 Agustus 1996
3. Alamat Rumah : Desa Kebondalem Rt 04/ Rw 01,
Kec. Gringsing, Kab. Batang
4. No. Hp : 085816331474
5. E-mail : atiqoturzulfah@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Nurul Huda Kebondalem tahun 2004
 - b. MI Kebondalem 01 tahun 2009
 - c. SMP N 4 Gringsing tahun 2013
 - d. SMA N 1 Kaliwungu tahun 2014
2. Pendidikan Non Formal
 - a. PPTQ Miftahul Huda Kaliwungu
 - b. Ma'had Al-Jamiah Walisongo

Semarang, 14 Januari 2019

Zulfah Atiqotur Rohmah

1403036064