

**PENGARUH TEMPAT DAN BUKTI FISIK TERHADAP
KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SMK
MUHAMMADIYAH 02 BOJA**

SKRIPSI

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



oleh:

Romdonah

NIM: 1403036073

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Romdonah
NIM : 1403036073
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH TEMPAT DAN BUKTI FISIK TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SMK MUHAMMADIYAH 02 BOJA

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

Semarang, 7 Desember 2018

Pembuat pernyataan



Romdonah
NIM. 1403036073



**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 Tempat dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja**
Nama : Romdonah
NIM : 1403036073
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, 7 Desember 2018

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Fatkurol M. Pd.

NIP. 19770415 200701 1 032

Penguji I,



Damsiri, M. Ag

NIP. 19561129 1987031 1 001

Penguji II,

Dr. Fatkurol M. Ag

NIP. 19770816 200501 1 005

Pembimbing I,

Dr. Agus Sutiyono, M. Ag

NIP. 19730710 200501 1 004

Pembimbing II,

Dr. Fatkurol M. Pd.

NIP. 19770415 200701 1032

Prof. Dr. H. Fach Syukur, M. Ag.

NIP. 19681122 199403 1003

NOTA DINAS

Semarang, 7 Desember 2018

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 : **Pengaruh Tempat dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja**
Nama : Romdonah
NIM : 1403036073
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program studi : S.1

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

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Pembimbing I

Dr. Farkuroji, M. Pd.

NIP. 19770415 200701 1032

NOTA DINAS

Semarang, 7 Desember 2018

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 : **Pengaruh Tempat dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja**
Nama : Romdonah
NIM : 1403036073
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program studi : S.1

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

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.
NIP. 19681112 199403 1003

ABSTRAK

Romdonah, 1403036073, Pengaruh Tempat dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja

Banyaknya lembaga pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) mengakibatkan persaingan yang sangat ketat antar SMK. Menghadapi hal tersebut setiap lembaga pendidikan harus memiliki strategi yang tepat untuk menarik para calon siswa agar mempertimbangkan dan memutuskan untuk memilih sekolah di lembaga pendidikan yang didambakan. Adapun rumusan masalah penelitian ini 1) Seberapa besar pengaruh tempat pendidikan dan bukti fisik pendidikan secara parsial terhadap keputusan siswa memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja? 2) Seberapa besar pengaruh tempat pendidikan dan bukti fisik pendidikan secara bersama-sama terhadap keputusan siswa memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Responden berjumlah 124 siswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi sederhana dan regresi ganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1) terdapat pengaruh signifikan antara tempat terhadap keputusan siswa 0,270 2) terdapat pengaruh signifikan antara bukti fisik terhadap keputusan siswa 0,390 3) terdapat pengaruh signifikan antara tempat dan bukti fisik terhadap keputusan siswa 0,483.

Disarankan kepada SMK Muhammadiyah 02 Boja agar menciptakan keunggulan yang tidak dimiliki oleh Sekolah Menengah Kejuruan lain, kebersihan lingkungan sekolah dan meningkatkan layanan tempat parkir serta melakukan perencanaan yang kuat dalam memilih strategi yang tepat agar dapat menarik siswa untuk memutuskan memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja.

Kata Kunci: *Tempat, Bukti Fisik, SMK Muhammadiyah 02 Boja*

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 konsisten agar 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	z	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan maad :

ā : a panjang
i : i panjang
ū : u panjang

Bacaan diftong

au = أَوْ
ai = أَيَّ
iy = أَيِّ

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. Yang senantiasa memberikan taufiq, hidayah serta inayah-Nya. Sholawat serta salam semoga dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan pengikut-pengikutnya yang senantiasa setia mengikuti dan menegakkan syariat-Nya, amin ya rabbal 'alamin.

Alhamdulillah, atas izin dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Tempat dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S.1) Pendidikan program studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. 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.
2. 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.
3. Pembimbing I Dr. Fatkhuroji, M. Pd dan Pembimbing II Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk selalu memberikan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Segenap dosen, pegawai dan seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang.
5. Kepala SMK Muhammadiyah 02 Boja, Nur Khirin, S. Pd. yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian

dan membantu penulis dalam melaksanakan penelitian di SMK Muhammadiyah 02 Boja

6. Alm. Bapak Mulyono dan Alm. Ibu Suminah, selaku orang tua, serta kakak tercinta Irwanto dan Amirul Hanif, terimakasih atas cinta, kasih sayang, nasehat, dan motivasi serta segala dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil demi terselesaikannya skripsi ini.

Kepada mereka, penulis tidak dapat memberikan sesuatu apapun selain ucapan terimakasih dengan hati lapang dan tulus serta do'a yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT menerima amal baik mereka, serta membalasnya dengan sebaik-baik balasan. *Amiin.*

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, baik dalam sistematika penulisan, pemilihan diksi, referensi, dan beberapa aspek inti didalamnya. Oleh karena itu, penulis selalu membuka kritik dan saran yang membangun demi kebaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis secara khusus dan umumnya bagi para pembaca semuanya. *Amiin.*

Semarang, 7 Desember 2018
Peneliti

Romdonah
1403036073

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
ABSTRAK.....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	11
1. Pemasaran.....	11
a. Pengertian Pemasaran.....	11
b. Faktor Pemasaran Tradisional (4P).....	15
c. Faktor Pemasaran Jasa.....	25
2. Keputusan Konsumen.....	32
B. Kajian Pustaka.....	37
C. Kerangka Berpikir.....	43
D. Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel.....	47

D. Variabel dan Indikator Penelitian	48
E. Teknik Pengumpulan Data	50
F. Teknik Analisis Data.	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Sekolah.	62
B. Deskripsi Data.....	66
1. Deskripsi Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja.	67
2. Deskripsi Pengaruh Bukti Fisik terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja..	71
C. Analisis Data.....	77
1. Analisis Pendahuluan	77
2. Uji Hipotesis.....	77
D. Pembahasan Hasil Penelitian	101
E. Keterbatasan Penelitian.....	103
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	104
B. Saran.....	106
C. Penutup.....	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Populasi Siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja..	47
Tabel 3.2	Sampel.	48
Tabel 3.3	Indikator Penelitian	49
Tabel 3.4	Alternatif dan Skor Jawaban	53
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas (X1)..	55
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas (X2).	56
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas (Y).	57
Tabel 4.1	Distribusi Jawaban Responden atas Kemudahan Transportasi.	68
Tabel 4.2	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Akses Melalui GPS.	69
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Keluasan Lahan Parkir	69
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Keamanan Sekolah.....	70
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Taman Sekolah.....	71
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Gedung Yang Menarik.....	73
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Gedung Pengembang Bakat Dan Minat.	73
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Ruang Kelas	74
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Ruang Beribadah.....	75
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi WC.....	75
Tabel 4.11	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Petunjuk Arah	76

Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Responden atas Frekwensi Disiplin Yang Tinggi dalam Berpakaian	76
Tabel 4. 13	Koefisien Korelasi X1Y.....	79
Tabel 4.14	Tingkat Koefisien Korelasi X1Y.....	79
Tabel 4.15	Koefisien Korelasi X2Y	88
Tabel 4.16	Tingkat Koefisien Korelasi X2Y.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	35
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir..	44
Gambar 4.1	Koefisien Korelasi X_1Y	79
Gambar 4.2	Uji F	84
Gambar 4.3	Uji T (Parsial).....	85
Gambar 4.4	Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	86
Gambar 4.5	Koefisien Korelasi X_2Y	89
Gambar 4.6	Uji F	93
Gambar 4.7	Uji T (Parsial)	95
Gambar 4.8	Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	96
Gambar 4.9	Uji F signifikansi	100
Gambar 4.10	R Square	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tabel Distribusi r.....	113
Lampiran 2	Tabel Distribusi F.....	114
Lampiran 3	Daftar Nilai Kritis Distribusi T.....	118
Lampiran 4	Bukti Perhitungan SPSS.....	121
Lampiran 5	Petunjuk Pengisian Angket.....	125
Lampiran 6	Surat Izin Riset.....	128
Lampiran 7	Surat Keterangan Melakukan Penelitian.....	129
Lampiran 8	Surat Keterangan Bebas Kuliah.....	130
Lampiran 9	Surat Penunjukan Pembimbing.....	131
Lampiran 10	Dokumentasi.. ..	132
Lampiran 11	Riwayat Hidup.....	134

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada umumnya setiap mendengar kata pemasaran, maka pemikiran kita selalu tertuju kepada dunia bisnis. Hal ini wajar terjadi karena istilah tersebut seringkali muncul dan berkembang di kalangan bisnis, baik bisnis jasa maupun bisnis manufaktur. Orang awam yang belum banyak mengetahui tentang marketing, merasa kaget dengan istilah marketing pendidikan. Mereka mengira bahwa sekolah itu akan dikomersialkan. Adalah tidak sama dan sebangun antara marketing dengan komersial, walaupun dua istilah itu akrab digunakan dalam dunia bisnis. Timbul pertanyaan apakah selain bidang bisnis dapat dipasarkan seperti halnya sekolah, baik sekolah negeri maupun swasta.

Banyaknya lembaga pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) mengakibatkan persaingan yang sangat ketat antar SMK. Menghadapi hal tersebut setiap lembaga pendidikan harus memiliki strategi yang tepat untuk menarik para calon siswa agar mempertimbangkan dan memilih sekolah di lembaga pendidikan yang didambakan.

SMK Muhammadiyah 02 Boja merupakan salah satu dari banyaknya sekolah menengah kejuruan di Kecamatan Boja diantaranya SMK N 3 Kendal, SMK YPPM, SMK Taman Siswa, SMK Bhakti Nusantara, dan SMK Sunan Pandanaran. Menentukan pilihan yang tepat akan dipertimbangkan calon siswa antara

sekolah menengah kejuruan mana yang layak dipilih serta mengetahui keunggulan apa saja yang sekolah tersebut miliki. Maka calon siswa bisa lebih bijak lagi dalam memilih sekolah menengah kejuruan tawarkan.

Berkaitan dengan hal di atas setiap calon siswa bebas memilih sekolah yang diinginkan. Sebagaimana firman Allah SWT pada surah An-Nahl ayat 93:

وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ يُضِلُّ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ
يَشَاءُ وَلِتَسْأَلَنَّ عَمَّا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿٩٣﴾

“dan jika Allah menghendaki, niscaya Dia menjadikan kamu satu umat (saja), tetapi Dia menyesatkan siapa yang Dia kehendaki dan memberi petunjuk kepada siapa yang dikehendaki. Tetapi kamu pasti akan ditanya tentang apa yang kamu kerjakan”.¹

Allah SWT tidak akan menghalangi orang-orang yang memilih jalan kesesatan dan berpaling dari jalan kebenaran. Demikian juga, orang-orang yang memilih jalan kebenaran, Allah akan membantu mereka meniti jalan yang benar ini. Perlu diketahui bahwa kehendak dan kebebasan untuk memilih ini bukan berarti bentuk penistaan atas tanggung jawab. Manusia harus bertanggung jawab atas apa yang mereka pilih. Manusia tidak dipaksa untuk memilih sesuatu. Setiap orang berhak menentukan pilihannya; baik itu jalan kebenaran atau kesesatan. Tapi tanggung jawab, pahala dan siksa tetap pada posisinya.

¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Surabaya: Fajar Mulya, 2010), hlm.277.

Dalam tafsir Quraish Shihab dijelaskan “ Jikalau Allah menghendaki, maka Dia akan menjadikan kalian satu umat, satu jenis, satu warna dan satu kepercayaan yang tidak ada perbedaan, dengan menciptakan kalian dalam wujud lain, seperti malaikat yang tidak memiliki kebebasan untuk memilih. Akan tetapi Allah berkehendak menjadikan kalian berlainan jenis dan warna, memberikan kalian kebebasan untuk menentukan dan memilih. Barangsiapa memilih dan lebih mengutamakan kesenangan duniawi daripada keridaan Allah, maka Allah akan membiarkannya dengan pilihan itu. Dan barang siapa memilih keridaan Allah dan mengerjakan kebajikan, maka Allah akan memudahkan jalan bagi keinginan dan maksud baiknya itu. Kemudian yakinlah sesudah itu bahwa kelak hari kiamat, Allah akan meminta pertanggungjawaban atas apa yang kalian lakukan di dunia dan Allah akan memberikan balasan setimpal dengan perbuatan kalian.²

Jika ditarik dalam dunia pendidikan, bagi setiap calon siswa diberikan kebebasan untuk memilih sekolah mana yang akan dimasukinya untuk melanjutkan pendidikannya. Akan tetapi setiap siswa harus bertanggungjawab dengan pilihannya. Artinya siswa yang sudah memilih salah satu lembaga pendidikan harus bersungguh-sungguh dalam belajar dan menjalankan segala aturan yang berlaku.

²JavanLabs, <https://tafsirq.com/16-an-nahl/ayat-93> diakses pada tanggal 7 Maret 2018

Pada umumnya para calon siswa akan tertarik pada sekolah yang memiliki keunggulan yang sesuai dengan apa yang peserta didik butuhkan. Hal itu dapat diartikan bahwa setiap sekolah harus memiliki keunggulan-keunggulan yang dapat memungkinkan untuk menarik para calon siswa agar memutuskan memilih masuk ke sekolah tersebut.

Beberapa faktor pemasaran dapat dijadikan strategi yang cocok untuk membuat para calon siswa mengetahui beberapa keunggulan yang sekolah tawarkan seperti misalnya, sekolah tersebut memiliki keunggulan dalam bentuk keterjangkauan tempat/lokasi sekolah. Pada umumnya calon siswa akan memilih sekolah yang mudah dijangkau dan calon siswa akan mempertimbangkan lingkungan dimana tempat sekolah itu berada (dekat dengan jalan utama/perumahan, kondisi lahan parkir, lingkungan belajar yang kondusif) dan transportasi (seperti kemudahan sarana transportasi menuju sekolah tersebut). Namun selain lokasi/tempat sekolah secara fisik (gedung/bangunan), tempat sekolah juga dapat dijangkau secara virtual yaitu melalui internet. Tersedianya situs suatu sekolah menjadi daya tarik, sehingga dari sana dapat diperoleh banyak informasi yang diperlukan tanpa harus datang ke lokasi sekolah tersebut.

Diduga bahwa calon siswa juga akan memilih sekolah dengan memperhatikan bukti fisik (*physical evidence*) yaitu suatu lingkungan dimana sekolah dan siswa dapat berinteraksi, dan didalamnya terdapat komponen-komponen *tangible* (berwujud)

yang bekerja mendukung kinerja atau komunikasi dari jasa pendidikan tersebut. Dalam proses penyampaian jasa pendidikan kepada siswa, harus memperhatikan gaya bangunannya (yaitu kesesuaian antara segi estetika dan fungsionalnya sebagai lembaga pendidikan) serta fasilitas penunjangnya (seperti kelengkapan sarana pendidikan, peribadahan, olahraga, dan keagamaan).

SMK Muhammadiyah 02 Boja merupakan Sekolah Menengah Kejuruan swasta yang cukup baik jika dilihat dari jumlah siswanya. Akan tetapi ada beberapa permasalahan yang dirasakan oleh siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja diantaranya, kebersihan lingkungan sekolah yang kurang terjaga, tidak adanya lahan parkir khusus, dan lokasi lapangan yang berada di depan kelas serta tidak cukup luas. Lokasi SMK Muhammadiyah 02 Boja berada tepat di pinggir jalan utama Boja-Semarang sehingga berpotensi terjadi kemacetan lalu lintas dan kebisingan mengakibatkan terganggunya proses pembelajaran sehingga dapat mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih sekolah khususnya SMK Muhammadiyah 02 Boja.³

Penelitian tentang faktor-faktor bauran pemasaran jasa telah banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Natchanan Ammarit dengan judul “Factors Influencing Bangkokian Adults’ Decision-Making in Choosing an English Language School”. *Shows that all seven marketing mix variables’ values are significant at 0.000. The level of correlation indicates that decision-making in choosing an English Language School has a*

³ Hasil wawancara dengan siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja

*positively strong relationship with people and process, a positively moderate relationship with promotion and product, and a weak relationship with price and place.*⁴

Diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia “menunjukkan bahwa semua nilai variabel bauran pemasaran signifikan pada 0.000. Tingkat korelasi menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dalam memilih sebuah Sekolah Bahasa Inggris memiliki hubungan positif dengan orang dan proses. Sedangkan menunjukkan adanya hubungan lemah yaitu korelasi promosi dan produk, dan hubungan yang lemah dengan harga dan tempat”

Penelitian ini menunjukkan hasil factor bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam memutuskan untuk memilih sekolah Bahasa Inggris dengan pengaruh yang kuat adalah produk, promosi, orang, dan proses . Sedangkan factor tempat memiliki pengaruh lemah dalam keputusan seseorang memilih sekolah Bahasa Inggris dengan tingkat korelasi 0.221 serta menunjukkan pengaruh lemah pada faktor bauran pemasaran bukti fisik dengan tingkat korelasi 0.370.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kanda Sehanate dengan judul “*The Marketing Factors Affecting Student’s Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region*”. *This study divides the analysis into 3 major parts: 1) the*

⁴Natchanan Ammarit, “Factors Influencing Bangkokian Adults’ Decision-Making in Choosing an English Language School”, *International Research E-Journal on Business and Economics* (Vol.2, No. 2, tahun 2016), hlm. 11

opinions about the environmental factors and the marketing mix that affect the decision to choose the institution; 2) marketing mix that affect the decision to select the type of institution; and 3) personal factors affecting the selection of the type of institution. Studi ini membagi analisis menjadi 3 bagian utama: 1) pendapat tentang faktor lingkungan dan bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan memilih lembaga; 2) bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan memilih jenis lembaga; dan 3) faktor personal yang mempengaruhi pemilihan jenis institusi.

Opinion about the marketing mix factors affecting school choice, the study found that the process is the most important marketing factors with $\bar{X} = 3.66$ and $S.D. = 0.801$. This followed by product ($\bar{X} = 3.61$; $S.D. = 0.806$), people ($\bar{X} = 3.59$; $S.D. = 0.795$), physical evidence ($\bar{X} = 3.57$; $S.D. = 0.808$), and price ($\bar{X} = 3.56$; $S.D. = 0.835$), respectively.⁵

Penelitian tersebut menyatakan bahwa bauran pemasaran bukti fisik memiliki pengaruh yang besar pada calon konsumen untuk memutuskan memilih lembaga pendidikan dibuktikan dengan skor rata-rata 3.57. Sedangkan faktor bauran pemasaran tempat hanya memiliki pengaruh sedang dengan skor rata-rata 3.48, dalam artian tetap dapat mempengaruhi keputusan siswa

⁵Kanda Seehanate, "The Marketing Factors Affecting Student's Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region", *Review of Integrative Business and Economics Research*(Vol. 6, tahun 2017), hlm. 279.

dalam memilih lembaga pendidikan akan tetapi tidak sebesar pengaruh faktor bauran pemasaran bukti fisik.

Terlihat bahwa dari penelitian pengaruh bauran pemasaran jasa di atas masih menunjukkan hasil yang berbeda. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan harapan dapat menerangkan pengaruh factor bauran pemasaran jasa terhadap keputusan memilih sekolah.

Dari pembahasan di atas memungkinkan bahwa pemilihan sekolah yang akan dijadikan referensi dipengaruhi oleh beberapa faktor bauran pemasaran jasa. Berangkat dari fenomena gap serta riset gap dengan hasil yang berbeda, penulis ingin memastikan apakah hasil penelitian akan sama dengan penelitian terdahulu atau bahkan menunjukkan hasil yang berbeda.

B. Rumusan Masalah

Berpijak dari latar belakang di atas, maka ada beberapa permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini. Permasalahan-permasalahan tersebut adalah:

1. Seberapa besar pengaruh tempat pendidikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja?
2. Seberapa besar pengaruh bukti fisik pendidikan terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja?
3. Seberapa besar pengaruh tempat pendidikan dan bukti fisik pendidikan secara bersama-sama terhadap keputusan siswa memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini:

- a. Untuk mengetahui pengaruh tempat pendidikan dan bukti fisik pendidikan secara parsial terhadap keputusan siswa pemilihan SMK Muhammadiyah 02 Boja
- b. Untuk menjelaskan pengaruh tempat pendidikan dan bukti fisik pendidikan secara bersama-sama terhadap keputusan siswa pemilihan SMK Muhammadiyah 02 Boja.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang mendalam dan komprehensif terhadap peneliti khususnya dan instansi atau lembaga terkait. Secara ideal penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dari beberapa aspek, diantaranya:

- a. Secara Teoritis
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran ilmu manajemen pemasaran pendidikan di institusi atau lembaga pendidikan, khususnya dalam bidang pemasaran dan keputusan siswa dalam memilih lembaga pendidikan.
 - 2) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi untuk peneliti-peneliti lain yang akan mengadakan penelitian serupa di masa yang akan datang.

b. Secara Praktis

- 1) Bagi Dinas Pendidikan Kabupaten Kendal, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran strategi pemasaran jasa sehingga diperoleh jumlah peserta didik yang sesuai dengan kriteria dan kebutuhan sekolah.
- 2) Bagi Sekolah, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan bagi pihak SMK Muhammadiyah 02 Boja khususnya dalam bidang pemasaran jasa pendidikan dimasa yang akan datang.
- 3) Bagi orangtua, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk lebih memahami keunggulan lembaga pendidikan sesuai dengan kebutuhan anak.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu definisi pemasaran terpendek adalah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”. Asosiasi Pemasaran Amerika menawarkan definisi formal berikut: *Pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.*¹

Kita dapat membedakan definisi sosial dan manajerial tentang pemasaran. Definisi sosial menunjukkan peran yang dimainkan pemasaran masyarakat. Seorang pemasar mengatakan bahwa peran pemasaran adalah “menyerahkan standar hidup yang lebih tinggi”. Disini ada definisi sosial yang menunjang tujuan kita: *Pemasaran suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.* Menurut definisi

¹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Manajemen Edisi 12 jilid 1*, (Indonesia: PT INDEKS, 2007), hlm. 6.

manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai “seni menjual produk”.²Manajemen Pemasaran dipandang sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.³

Pemasaran adalah usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain.⁴

Pemasaran memiliki definisi yang beragam, tetapi pada intinya pemasaran merupakan usaha/kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui pertukaran untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Sedangkan Jasa adalah “setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya

²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Manajemen*,... hlm.6-7.

³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), hlm. 5.

⁴Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm. 3.

tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁵Jasa sering dipandang suatu fenomena yang rumit, kata jasa *service* itu sendiri memiliki banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi *personal service* sampai jasa sebagai suatu produk. Pada dasarnya jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberi nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.

Selanjutnya untuk menarik konsumen sebuah lembaga melakukan berbagai cara atau strategi. Berikut strategi yang dapat diaplikasikan dalam menarik pelanggan pasar:

1) Pemasaran internal

Artinya menerapkan teori dan praktek pemasaran terhadap orang yang melayani langganan jadi harus dipekerjakan dan dipelihara tenaga kerja yang terbaik, dan mereka harus bekerja dengan baik. Secara jelasnya, pertama-tama harus menjual pekerjaan kepada pegawainya sebelum mereka dapat menjual jasanya kepada langganan. Layih, didik, arahkan karyawan terlebih dahulu sebelum mereka menjual atau menghubungi orang lain yang akan membeli jasa yang ditawarkan.

Agar rencana pemasaran sebuah permasalahan berhasil maka perlu dibina hubungan, bukan saja dengan pihak luar, tetapi yang lebih penting dengan karyawan sendiri. Gagal atau

⁵Ririn, Mastuti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 3.

sukses pemasaran, menarik atau merosotnya citra terhadap perusahaan sangat tergantung pada karyawan. Oleh karena itu, karyawan harus dilatih member pelayanan sebaik mungkin. Jadi internal marketing berarti menanamkan konsep pemasaran kepada karyawan.⁶

2) Pemasaran Eksternal

Berarti kegiatan yang bisa dilakukan oleh pengusaha dalam menyiapkan, member harga, mempromosikan barang, mengangkut sampai barang tersebut sampai kepada konsumen. Untuk keberhasilan pemasaran eksternal ini maka kegiatan-kegiatan tersebut terutama dalam melayani konsumen perlu dijelaskan kepada para karyawan yang menjadi pelaksana.

Keahlian karyawan sangat terkesan bagi konsumen dalam memberikan layanan yang sangat memuaskan. Karyawan betul-betul memperhatikan keinginan, menghormati konsumen secara spontan, ramah dan bersahabat.

Layanan ini akan menimbulkan kesan mendalam dan kepuasan dihati konsumen. Konsumen yang puas akan memberitahu teman-temannya sehingga dia seakan-akan mempromosikan perusahaan tersebut.

3) Pemasaran Interaktif

Dalam interaksi antara karyawan dengan konsumen maka perlu dijaga, diingat apa-apa yang telah dijanjikan kepada calon

⁶Buchari Alma, *Pemasaran Statejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 22.

konsumen, jangan sampai janji dilanggar, jangan sampai menjadi isapan jempol belaka, tak ada buktinya. Jika ini terjadi maka akan muncul kekecewaan luar biasa dari konsumen dan akan berakibat fatal terhadap lembaga pendidikannya.⁷

Dalam lembaga pendidikan jasa yang ditawarkan adalah pelayanan dalam menunjang kegiatan belajar mengajar. Dengan demikian jelas, bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengungkapkan konsep bauran pemasaran tradisional terdiri dari 4P, yaitu produk, harga, tempat/lokasi, dan promosi.⁸ Sementara itu, Menurut Rambat Lupiyoadi mengungkapkan untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan unsur *non-traditional marketing mix*, yaitu orang, fasilitas fisik/bukti fisik dan proses, sehingga menjadi tujuh unsur (7P).⁹

b. Faktor Pemasaran Tradisional (4P)

1) Produk

Produk atau jasa yang ditawarkan kepada siswa adalah reputasi, prospek dan variasi pilihan. Produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih

⁷Buchari Alma, *Pemasaran Statejik Jasa Pendidikan*, ... hlm. 118.

⁸ Philip Kotler dan kevin lane Keller, *Marketing Management: Global Edition*, (England: Pearson Education Limited, 2016), hlm. 48.

⁹Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), Ed. 2, hlm. 70

cepat dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan.¹⁰

Untuk merencanakan penawaran atau produk, pemasar perlu memahami tingkatan produk, yaitu sebagai berikut.

- a) Produk Utama/ Inti (*core benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
- b) Produk Generik, (*generic product*) yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).
- c) Produk Harapan (*expected product*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- d) Produk Pelengkap (*augmented product*), yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
- e) Produk Potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa mendatang.

¹⁰Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, ... hlm.303

Jadi pada dasarnya produk adalah sekumpulan nilai kepuasan yang kompleks. Nilai sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut.¹¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ
أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا
عَظِيمًا ﴿٧١﴾

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”

Kejujuran adalah kunci utama dalam perniagaan Nabi Muhammad SAW.

2) Harga

Harga dalam kontes jasa pendidikan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu jasa pendidikan. Penetapan harga (SPP, biaya pembangunan, biaya laboratorium), adalah elemen harga jasa pendidikan, pemberian beasiswa, prosedur pembayaran dan syarat cicilan.¹²

¹¹Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, ... hlm.156

¹²Glendi Tangkilisan, dkk, *Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah di SMK N 1 Manado*,hlm. 272.

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/ bisnis. Keputusan penentuan harga juga sangat signifikan di dalam penentuan nilai/manfaat yang dapat diberikan kepada pelanggan dan memainkan peranan penting dalam gambaran kualitas jasa.

Harga merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk. Tujuan biaya di sekolah/madrasah adalah untuk mencapai keseimbangan antara biaya yang digunakan untuk “produksi” dalam sekolah tersebut. Apabila mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi. Mutu produk akan sangat mempengaruhi posisi kompetitif terhadap sekolah/madrasah pesaing.

Selanjutnya Zeithalm dan Bitner menjelaskan tiga dasar penetapan harga yang biasa digunakan dalam menentukan harga, yaitu (1) penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*), (2) penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition-based pricing*), dan (3) penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand-based*).¹³

Harga yang adil dalam Islam adalah seimbang sama ukurannya dan harus berdasarkan konsep suka sama suka atau

¹³Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, ...160

kerelaan. Sebagaimana dalil Al-Qur'an dalam surah An-Nisa" ayat 29:

وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَأُولَٰئِكَ مَعَ الَّذِينَ أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنَ النَّبِيِّينَ
وَالصَّٰدِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّٰلِحِينَ وَحَسُنَ أُولَٰئِكَ رَفِيقًا ﴿٦١﴾

“Dan barangsiapa yang mentaati Allah dan Rasul(Nya), mereka itu akan bersama-sama dengan orang-orang yang dianugerahi nikmat oleh Allah, yaitu: Nabi-nabi, para *shiddiqiin*, orang-orang yang mati syahid, dan orang-orang saleh. Dan mereka itulah teman yang sebaik-baiknya”

Menurut dalil di atas maka penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi minat produk serta keputusan konsumen untuk membeli.

3) Tempat

Tempat adalah lokasi dimana lembaga pendidikan memasarkan jasa kepada konsumen atau pelanggan sehingga peserta didik mudah menjangkau, mengakses, dan memperoleh layanan produk dalam rangka memenuhi kebutuhannya.

Lokasi adalah tempat jasa pendidikan yang akan mempengaruhi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi perlu mempertimbangkan lingkungan dimana lokasi itu berada. Dekat dengan pusat kota atau perumahan, kondisi lahan parkir, lingkungan belajar yang kondusif dan transportasi. Selain lokasi secara fisik, jasa pendidikan juga dapat dijangkau secara virtual melalui internet.

Place biasanya diterjemahkan sebagai saluran pemasaran. Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan tidak terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Dalam konteks jasa pendidikan, yang dimaksud *place* adalah lokasi.¹⁴

Definisi lokasi tersebut diartikan sebagai kumpulan dari organisasi-organisasi yang bebas yang membuat suatu barang atau jasa menjadi tersedia, sehingga pelanggan dapat menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Strategi *place* meliputi keputusan penting yang menyangkut: dimana? Kapan? Dan bagaimana pelanggan akan mengakses tawaran, kebanyakan berkaitan dengan saluran distribusi.¹⁵ Persepsi mengenai akses yang menyenangkan akan ditentukan oleh berbagai variabel seperti lokasinya, tempat parkir, terdapat kantin, mushola, lapangan, dll.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani “Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara

¹⁴Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 309

¹⁵Nandan Limakrisna dan Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis) Edisi 2*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017) hlm.72.

penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis”¹⁶.

a) Tipe interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan pemilihan lokasi antara lain:

(1) Pelanggan mendatangi penyedia jasa. Pada tipe ini, lokasi menjadi sangat penting. Di dalam interaksi ini penyedia jasa yang menginginkan pertumbuhan dapat mempertimbangkan menawarkan jasa di beberapa lokasi untuk mempermudah pelanggan.

(2) Penyedia jasa mendatangi pelanggan. Pada tipe ini dapat dikatakan lokasi tidak terlalu penting meskipun perlu dipertimbangkan pula kedekatan terhadap pelanggan untuk menjaga kualitas jasa yang akan diterima. Tipe ini mengharuskan kuantitas dari tenaga pemasar yang banyak untuk menjangkau seluruh sasaran dari organisasi.

(3) Penyedia dan pelanggan melakukan interaksi melalui perantara. Letak lokasi dapat diabaikan dalam tipe ini meskipun beberapa media perantara memerlukan interaksi fisik antara penyedia jasa dengan pelanggan.

Berdasarkan ketiga tipe di atas, dapat disimpulkan dalam jasa pendidikan yakni pelanggan yang mendatangi

¹⁶Ulfa Indah Wati, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, (Vol. 4, No. 7, 2015).

penyedia jasa. Sehingga perlu lokasi yang mudah dijangkau untuk seluruh siswa.¹⁷

b) Pertimbangan pemilihan lokasi pendidikan

Pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor sebagai berikut:

- (1) Transportasi, misal lokasi yang mudah dijangkau dan diakses oleh kendaraan
- (2) Lokasi virtual, dapat diakses melalui internet atau GPS
- (3) Lingkungan sekolah, meliputi lahan parkir yang luas dan adanya sistem keamanan Tempat parkir yang luas, dengan adanya tempat parkir yang luas akan menjadikan pelanggan merasa nyaman meninggalkan kendaraan yang dimiliki.

Lingkungan, lingkungan ataupun situasi di lingkungan lembaga yang tenang juga mampu menarik pelanggan untuk bergabung dengan lembaga.

- (4) Visibilitas, lokasi yang mudah dilihat dengan jelas dari tepi jalan.

Lokasi yang strategis dan mudah dicapai kendaraan umum akan menjadi daya tarik bagi calon peserta didik.¹⁸

¹⁷Supriyani dan Heryanto Susilo, *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Madrasah Aliyah Negeri Tuban*, Hlm. 69-70.

4) Promosi

Merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus berusaha mempengaruhi calon siswa untuk menciptakan permintaan atas produk tersebut kemudian dipelihara dan dikembangkan. Kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi.¹⁹

الترويج هو "ذلك العنصر المتعدد الاءشكال والمتفاعل مع غيره من عنا صر
المزيج التسويقي عملية الاتصال اناجمة بين ما تقدمه المؤسسات من السلع
أو الخدمات, أو افكار تعمل على اشباع حاجات ورغبات الزبائن وقف
ءامكاناتهم وتو قعاتهم"²⁰

Promosi adalah suatu kegiatan yang meliputi penggunaan metode dan alat untuk menyebarkan informasi tentang organisasi atau produknya. Barang atau jasa di segmen pasar sasaran, pengiriman informasi yang diperlukan pada waktunya. Kepuasan yang sesuai bagi konsumen tentang produk adalah bentuk membujuk atau mempengaruhi konsumen agar membeli produk.

¹⁸Supriyani dan Heryanto Susilo, *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Madrasah Aliyah Negeri Tuban..* Hlm. 69-71.

¹⁹Assauri dan sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 264

²⁰محمد ابراهيم عبيدات . مبادئ التسويق مدخل سلوكي . دار المستقبل . ١٩٩٩ ص ٣٣٨

Dalam dunia pendidikan promosi merupakan daya tarik teknik-teknik yang digunakan untuk menarik calon orang tua siswa atau siswanya itu sendiri. Kegiatan promosi sekolah dapat dilakukan melalui media komunikasi massa misalnya; Koran, majalah, televisi, radio, bioskop, papan reklame, layar dan gambar temple. Disamping itu dapat juga dilakukan dengan kegiatan promosi pendukung, yaitu pameran sekolah. Pameran merupakan salah satu contoh dari kegiatan promosi pemasaran, karena dalam pameran dipasang berbagai macam gambar, papan reklame, dan contoh produk lembaga.²¹

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.²²

Selanjutnya peneliti akan menguraikan tiga faktor bauran pemasaran jasa yang merupakan tambahan dari faktor bauran pemasaran tradisional (4P).

c. Faktor-Faktor Pemasaran Jasa

Untuk menjangkau pasar sasaran yang telah ditetapkan, maka setiap lembaga pendidikan harus menciptakan layanan yang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka lembaga pendidikan harus menciptakan bauran pemasaran diantaranya:

²¹Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Dharma Aksara Persada, 1988), hlm. 178

²²Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, ... hlm. 162

1) Orang

Sumber daya manusia atau people adalah semua orang atau perilaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen, seperti para personel penyedia jasa, pelanggan dan para pelanggan lain yang terkait dengan jasa tersebut. Sumber daya manusia dalam jasa pendidikan, dikelompokkan menjadi 3 yaitu administrator, guru dan karyawan. People adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.²³

Untuk mencapai kualitas terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Pentingnya orang dalam pemasaran jasa berkaitan erat dengan pemasaran internal. Pemasaran internal adalah interaksi atau hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu perusahaan yang dalam hal ini dapat diposisikan sebagai konsumen internal dan pemasok internal.²⁴

Semua karyawan yang berhubungan dengan konsumen dapat disebut sebagai tenaga penjual. Dengan kata lain, dalam pengertian yang lebih luas, pemasaran merupakan pekerjaan semua personel organisasi jasa. Oleh karena itu penting

²³Glendi Tangkilisan, dkk, *Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah di SMK N 1 Manado*, ..hlm. 272.

²⁴Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ... hlm. 75

kiranya semua perilaku karyawan jasa harus diorientasikan kepada konsumen. Itu berarti organisasi jasa harus merekrut dan mempertahankan karyawan yang mempunyai *skill*, sikap, komitmen, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen.

2) **Bukti Fisik**

The intangibility of service products makes it difficult for consumers to evaluate service offerings, particularly quality and value for money, prior to purchase. Also this intangibility can make it difficult for the marketer to position new service product offerings. In view of this, marketers often need to "tangibilize" the service offering through the way they manage the physical evidence that accompanies the service. Physical evidence includes aspects such as the service provider's building/facilities and staff appearance; other aspects are personal hygiene and uniforms. In addition, promotional materials and branding strategies are all elements of physical evidence that serve to tangibilize a service offering to a customer. These physical evidence cues are what potential customers use to evaluate accurately or inaccurately things like service quality.²⁵

Produk layanan yang tidak jelas akan menyulitkan konsumen untuk mengevaluasi pelayanan, terutama kualitas dan jumlah harga sebelum membeli. Intangibility ini bisa menyulitkan pemasar untuk memposisikan penawaran produk layanan baru. Dalam pandangan ini, pemasar sering perlu "menyimpang" dalam penawaran layanan melalui cara

²⁵Asiegbu, Ikechukwu F. Igwe, Peace dkk, Physical Evidence and Marketing Performance of Commercial Airlines in Nigeria Vol. 2 No. 12; December 2012 hlm 138.

mengelola bukti fisik. Bukti fisik mencakup aspek-aspek seperti fasilitas penyedia bangunan / layanan dan penampilan staf, aspek lain kebersihan pribadi dan seragam. Selain itu, materi promosi dan strategi branding adalah semua elemen bukti fisik yang berfungsi untuk menyamakan penawaran layanan kepada pelanggan. Sinyal bukti fisik ini adalah potensial apa yang digunakan untuk mengevaluasi secara akurat atau tidak akurat hal-hal seperti kualitas layanan.

Bukti fisik atau sarana dan prasarana merupakan suatu lingkungan dimana siswa dapat berinteraksi dan terdapat komponen *tangible* (berwujud) yang mendukung kinerja atau komunikasi dari jasa pendidikan, seperti gaya bangunan, fasilitas penunjang (kelengkapan sarana pendidikan, peribadatan, olahraga dan keamanan).²⁶

Bukti fisik (*physical evidence*) merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen²⁷ dalam hal pendidikan berarti lingkungan fisik pendidikan tempat jasa dan konsumen (peserta didik) berinteraksi.

Menurut Zeithaml and Bitner “*The environment in which the service is delivered and where firm and customer interact*

²⁶Glendi Tangkilisan, dkk, *Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah di SMK N 1 Manado*, (Jurnal EMBA, Vol.2 No.4 Desember 2014), hlm. 272.

²⁷Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009) hlm. 71.

and any tangible component that facilitate performance or communication of the service". Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.²⁸ Bukti fisik jasa mencakup representasi *tangible* tentang jasa seperti periklanan dan bentuk-bentuk komunikasi lain yang mencakup lingkungan fisik di dalam dimana jasa disajikan dan konsumen-karyawan organisasi berinteraksi.²⁹

Unsur-unsur yang termasuk di dalam sarana fisik antara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan *service* seperti tiket sampul, label, dan lain sebagainya.³⁰

Pada sebuah lembaga pendidikan tentu yang merupakan physical evidence adalah gedung atau bangunan dan segala sarana fasilitas yang terdapat di dalamnya. Termasuk pula bentuk-bentuk desain interior.³¹

²⁸Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima* ,,, hlm. 306.

²⁹Ulfa Indah Wati, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, (Vol. 4, No. 7, 2015)

³⁰Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima* ,... hlm. 166

³¹Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima* ,... hlm. 168

Dalam konteks jasa pendidikan, *physical evidence* (bukti fisik) merupakan suatu lingkungan dimana lembaga pendidikan dan peserta didik dapat berinteraksi, dan di dalamnya terdapat komponen tangible (berwujud) yang mendukung kinerja atau komunikasi dari jasa tersebut. Dalam proses penyampaian jasa pendidikan kepada peserta didik harus memperhatikan gaya bangunan sekolah (yaitu antara segi estetika atau fungsionalnya sebagai lembaga pendidikan) serta fasilitas penunjang (seperti kelengkapan sarana pendidikan, peribadahan, olahraga dan keamanan).

a) Jenis bukti fisik

(1) Bukti penting (*essential evidence*): merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak (*layout*) dari gedung, ruang, dan lain-lain. Bukti penting dapat berupa :

- a) Gedung yang menarik
- b) Gedung pengembang baka dan minat
- c) Ruang kelas
- d) Ruang beribadah
- e) WC

(2) Bukti pendukung (*peripheral evidence*) : merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berarti apa-apa. Jadi, hanya berfungsi sebagai

pelengkap saja, sekalipun demikian perannya sangat penting dalam proses produksi jasa.³²

Bukti pendukung dapat berupa:

- a) Petunjuk arah
 - b) Identitas sekolah
- b) Unsur penting bukti fisik
- (1) Lingkungan (*environment*)
Lingkungan sekolah dapat berbentuk bangunan sekolah skala besar sampai tampilan fisik peralatan dan perlengkapan yang ada di sekolah.
 - (2) Petunjuk fisik (*tangible clues*)
Jasa pendidikan biasanya memiliki produk jasa pendidikan kecil yang terkait dengan sekolahnya, seperti kartu perpustakaan. Oleh karena itu, perancangan dan kualitas dari seluruh produk jasa pendidikan akan membuat pernyataan komunikasi pemasaran jasa pendidikan menjadi efektif.
 - (3) Barang-barang fisik (*facilitating goods*)
Barang fisik terkait dengan proses perubahan ” jasa” ke bentuk ”produk”. Barang fisik merupakan produk jasa pendidikan, yang dapat atau tidak disediakan penyediaan jasa.

³²Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ... hlm. 73.

(4) Umpan balik dan pengendalian (*feedback and control*)

Pemeriksaan bukti-bukti fisik jasa pendidikan dapat dilakukan mengacu pada standar-standar fasilitas pendidikan.³³

3) Proses

Proses atau manajemen layanan merupakan suatu prosedur, mekanisme dan serangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen. Proses ini sangat berkaitan dengan sumber daya manusia yang akan menyampaikan jasa kepada konsumen. Proses atau manajemen layanan merupakan serangkaian kegiatan yang dialami siswa selama dalam pendidikan seperti proses belajar mengajar, ujian dan lainnya.³⁴ Proses merupakan gabungan semua aktifitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan konsumen.³⁵

Proses dalam jasa merupakan factor utama dalam bauran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan system penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri.

³³ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 210-211

³⁴ Glendi Tangkilisan, dkk, *Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah di SMK N 1 Manado*, ..hlm. 272.

³⁵ Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ... hlm. 76

Selain itu keputusan dalam manajemen operasi adalah sangat penting untuk kesuksesan pemasaran jasa.³⁶

Dalam hal ini perlu diperhatikan dan ditingkatkan, bagaimana proses yang terjadi dalam penyaluran jasa dari produsen sampai konsumen. Dalam lembaga pendidikan tentunya menyangkut produk utamanya ialah proses belajar mengajar, dari guru kepada siswa. Apakah kualitas jasa atau pengajaran yang diberikan oleh guru cukup bermutu, atau bagaimana penampilan dan penguasaan bahan dari guru. Jika dianalogikan dengan usaha bisnis maka pelanggan jasa atau masyarakat akan mempersepsikan system penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri.³⁷

2. Keputusan Konsumen

a. Pengertian Keputusan Konsumen

Sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternative atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternative harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sedangkan konsumen adalah seseorang yang membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan sebuah

³⁶ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, ... hlm. 167

³⁷ E-book: Human Abid Luthfi *Pengaruh Pemasaran JAsa Pendidikan Terhadap Citra Lembaga dalam Perspektif Masyarakat Pengguna di SMP Islam Ak Azhar 14 Semarang* (Semarang: JptainWalisongo Semarang, 2012), hlm. 24

lembaga. Keputusan konsumen untuk menetapkan pilihan terhadap suatu produk dan pilihan-pilihan jasa dapat berubah secara terus-menerus. Setelah mendapatkan informasi dan merancang sejumlah pertimbangan dari produk yang tersedia, konsumen siap untuk membuat suatu keputusan.³⁸

Keputusan memilih merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen yang berarti suatu proses yang melibatkan seseorang ataupun suatu kelompok untuk memilih, membeli, menggunakan dan memanfaatkan barang-barang, pelayanan ide ataupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Memutuskan berarti memilih salah satu dari dua atau lebih alternatif. Meskipun pemasar sering merujuk tentang pemilihan obyek (barang, merk, toko/tempat berbelanja).³⁹ Keputusan Konsumen menurut Schiffman dan Kanuk, menyatakan bahwa setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian, pembelian, penggunaan beragam produk, dan merek pada setiap periode tertentu. Berbagai macam keputusan mengenai aktivitas kehidupan seringkali harus dilakukan oleh setiap konsumen pada setiap hari. Konsumen melakukan keputusan setiap hari atau setiap periode tanpa menyadari bahwa mereka telah mengambil keputusan.

³⁸Glendi Tangkilisan, dkk, *Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah di SMK N 1 Manado*, ... hlm. 271.

³⁹J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana, 2011), hlm 377.

Memilih sekolah tidak ada bedanya dengan keputusan di dalam melakukan pembelian barang/jasa. Oleh karena itu tahapan proses pengambilan keputusan akan dikaitkan dengan tujuan pembelian ataupun pemilihan jasa tersebut. Pemakai jasa dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu konsumen akhir (individual) dan konsumen organisasional (konsumen industrial, konsumen antara, konsumen bisnis).⁴⁰

b. Peran dalam Pembelian

Bagi banyak produk, tidaklah sukar mengidentifikasi pembelinya. Dalam hal ini pada umumnya SMK cenderung banyak dipilih oleh konsumen laki-laki (siswa laki-laki). Akan tetapi terdapat pula konsumen dalam keputusan memilih melibatkan *unit pengambilan keputusan* yang meliputi lebih dari satu orang. Jadi, kita dapat membedakan peran yang dimainkan orang dalam keputusan pembelian:

- 1) *Pencetus ide (initiator)*: Orang yang pertama kali mengusulkan untuk membeli produk atau jasa tertentu.
- 2) *Pemberi pengaruh (influence)*: Orang yang pandangan atau pendapatnya mempengaruhi keputusan. Dalam memilih sekolah sering dipengaruhi oleh beberapa pihak baik sengaja ataupun tidak sengaja. Calon peserta didik memutuskan memilih sekolah A bisa karena dipengaruhi

⁴⁰Endang Rusdianti, dkk, "Studi Tentang Keputusan Siswa Melanjutkan Studi Di Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Kabupaten Semarang", *Artikel*, http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/File/605/pdf_49 diakses pada tanggal 27 Maret 2018.

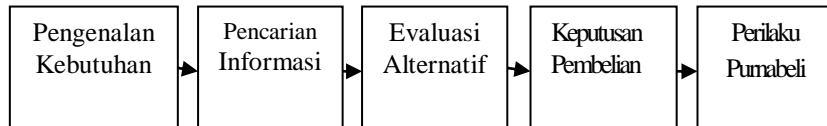
atau dibujuk oleh teman, saudara, keluarga atau bisa saja calon peserta didik melihat sekolah A secara langsung kemudian tertarik untuk sekolah di sekolah A.

- 3) *Pengambilan keputusan (decider)*: Orang memutuskan setiap komponen dalam keputusan pembelian: apakah membeli, apa yang dibeli, bagaimana membeli, dan dimana membeli.⁴¹ Seorang siswa SD mungkin saja saat ingin bersekolah sesuai pilihan ayah atau ibunya. Akan tetapi untuk siswa SMK sebagian besar berkeinginan masuk ke sebuah lembaga pendidikan dengan mengambil keputusan sesuai yang dia sukai.

c. Proses Keputusan Pembelian

Pada umumnya, dalam melakukan pembelian konsumen melalui lima tahap proses pembelian.

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian



1) Pengenalan Kebutuhan

Pembeli ingin melakukan pembelian setelah merasakan adanya kebutuhan dan kebutuhan ini bisa timbul dari stimuli internal dan eksternal.⁴²

⁴¹Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 124.

⁴² Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002) hlm. 235.

2) Pencarian Informasi

Seorang calon peserta didik aktif mencari informasi mengenai sekolah yang dipicu oleh keinginan yang kuat untuk masuk ke sekolah tersebut. Informasi tersebut bisa didapat dari beberapa dua sumber: Sumber Pribadi: Keluarga, teman, tetangga, Sumber komersial: Promosi pihak sekolah (iklan, brosur, pamflet, dll)

3) Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi mengenai merk/ jasa pendidikan yang bersaing dan membuat pertimbangan akhir mengenai nilainya? Ternyata bahwa tidak ada proses evaluasi tunggal dan sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau bahkan oleh seorang konsumen dalam semua situasi pembelian.⁴³

4) Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi diantara merk-merk dalam kelompok pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk minat pembelian untuk membeli merk yang paling ia sukai.

5) Perilaku Purnabeli

Setelah membeli produk, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Konsumen juga

⁴³ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran, ...*, hlm. 131

akan melakukan tindakan purnabeli dan menggunakan produk tersebut.⁴⁴

Dalam variabel penelitian ini adalah sampai dengan keputusan pembelian, dikarenakan variabel perilaku purnabeli mengarah pada kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini hanya akan membahas pengaruh tempat dan bukti fisik terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja.

B. Kajian Pustaka

Secara substansial penelitian ini sama sekali tidak baru. Kajian pustaka di sini akan mendeskripsikan berbagai karya atau penelitian yang ada relevansinya dengan judul Pengaruh Tempat dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja antara lain:

Pertama, penelitian dengan judul “ The Marketing Factors Affecting Student’s Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region” ditulis oleh Kanda Seehanate.

This study divides the analysis into 3 major parts: 1) the opinions about the environmental factors and the marketing mix that affect the decision to choose the institution; 2) marketing mix that affect the decision to select the type of institution; and 3) personal factors affecting the selection of the type of institution.

⁴⁴Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran, ...*, hlm. 132-133

Studi ini membagi analisis menjadi 3 bagian utama: 1) pendapat tentang faktor lingkungan dan bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan memilih lembaga; 2) bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan memilih jenis lembaga; dan 3) faktor personal yang mempengaruhi pemilihan jenis institusi.

Opinion about the marketing mix factors affecting school choice, the study found that the process is the most important marketing factors with $\bar{X} = 3.66$ and $S.D. = 0.801$. This followed by product ($\bar{X} = 3.61$; $S.D. = 0.806$), people ($\bar{X} = 3.59$; $S.D. = 0.795$), physical evidence ($\bar{X} = 3.57$; $S.D. = 0.808$), and price ($\bar{X} = 3.56$; $S.D. = 0.835$), respectively, as illustrated in table.⁴⁵

Penelitian tersebut menyatakan bahwa bauran pemasaran (produk, harga, orang, proses, dan bukti fisik) dengan masing-masing nilainya (3.61, 3.56, 3.59, 3.66, dan 3.57) memiliki pengaruh yang besar pada calon konsumen untuk memutuskan memilih lembaga pendidikan. Sedangkan faktor bauran pemasaran (lokasi dan promosi) dengan masing-masing nilainya (3.48 dan 3.44) hanya memiliki pengaruh sedang, dalam artian tetap dapat mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih lembaga pendidikan akan tetapi tidak sebesar pengaruh faktor bauran pemasaran produk, harga, orang, proses, dan bukti fisik.

⁴⁵Kanda Seehanate, "The Marketing Factors Affecting Student's Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region", *Review of Integrative Business and Economics Research*..... hlm. 279.

Hasil jurnal internasional di atas menunjukkan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh besar pada keputusan siswa dalam memilih lembaga pendidikan. Jurnal di atas memiliki kesamaan pada penelitian ini, bahwa bukti fisik merupakan peranan penting dalam pemilihan lembaga pendidikan.

Kedua, penelitian dengan judul “ Factors Influencing Bangkokian Adults’ Decision-Making in Choosing an English Language School” yang ditulis oleh Natchanan Ammarit.

Shows that all seven marketing mix variables’ values are significant at 0.000. The level of correlation indicates that decision-making in choosing an English Language School has a positively strong relationship with people and process, a positively moderate relationship with promotion and product, and a weak relationship with price and place.

Menunjukkan bahwa semua nilai variabel bauran pemasaran signifikan pada 0.000. Tingkat korelasi menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dalam memilih sebuah Sekolah Bahasa Inggris memiliki hubungan positif dengan orang dan proses. Sedangkan menunjukkan adanya hubungan lemah yaitu korelasi promosi dan produk, dan hubungan yang lemah dengan harga dan tempat.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa factor bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam memutuskan untuk memilih sekolah Bahasa Inggris dengan pengaruh yang kuat adalah factor produk (0.561), promosi (0.576), orang (0.623), proses (0.621). Sedangkan factor harga (0.291), tempat

(0.221), dan bukti fisik (0.370) memiliki pengaruh lemah dalam keputusan seseorang memilih sekolah Bahasa Inggris.⁴⁶

Berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti angkat, tempat pendidikan dan bukti fisik tidak begitu kuat untuk mempengaruhi seseorang untuk memilih lembaga pendidikan yang ditawarkan.

Ketiga, penelitian dengan judul *“The Effect of Service Marketing Mix in Choosing the Decision to Consumer Services Hotel: Studies in Hotel Grand Zuri Pekanbaru”* yang ditulis oleh Gatot Wijayanto.. Seluruh factor bauran pemasaran (7P) produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), promosi (X_4) dan proses (X_5), orang (X_6), dan bukti fisik (X_7) telah diteliti dan diuji. Demikian hasil penelitian Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dalam Memilih Keputusan Terhadap Layanan Konsumen Hotel: Studi di Grand Zuri Hotel Pekanbaru. *Based on table above then be explained that there are four (4) variables that influence is not insignificant against the decision of the consumer in choosing a hotel is the product (X_1), place (X_2), promotion (X_3) and processes (X_4). This is shown from the results of the value t-test her less than t-table or greater than the value of the Sig of 0.05. While the variables that influence the consumer's decision against significant in choosing a hotel is the price (X_2), people (X_5) and physical evidence (X_7). This is shown from the results*

⁴⁶Natchanan Ammarit, “Factors Influencing Bangkokian Adults’ Decision-Making in Choosing an English Language School”, *International Research E-Journal on Business and Economics*,hlm. 11-12.

*of his t-test value greater than t-table or of the value of Sig is smaller than 0.05.*⁴⁷

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa terdapat empat (4) variabel yang tidak signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih hotel adalah produk(0.150), tempat (0.774), promosi (0.564) dan proses (0.012). Ini adalah Hasil uji t hitung dari nilai t-nya kurang dari t-tabel atau lebih besar dari nilai Sig sebesar 0,05. Sedangkan variabel mempengaruhi keputusan konsumen signifikan dalam memilih hotel adalah harga (0.012), orang (0.331) dan bukti fisik (0.024). Hal ini ditunjukkan dari hasil nilai t-test-nya lebih besar dari t-table atau nilai Sig lebih kecil dari 0,05.

Penelitian di atas menunjukkan bahwa terdapat tolak belakang dengan hipotesis penelitian yang peneliti angkat yaitu factor bauran pemasaran (tempat) tidak signifikan dalam mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih suatu jasa. Akan tetapi factor bauran pemasaran (bukti fisik) menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dalam keputusan seseorang untuk memilih jasa tersebut.

Keempat, penelitian ilmiah dengan judul “Analysis Of Effect Of Promotion Mix, Price, Location, Image Campus, Students Choose The Decision Institute Of Islamic Religious Affairs (IAIN) Ambon” yang ditulis oleh Maimunah Toatobun dan Khaeril, Hasil penelitian tersebut adalah :

⁴⁷Gatot Wijayanto, “*The Effect of Service Marketing Mix in Choosing the Decision to Consumer Services Hotel: Studies in Hotel Grand Zuri Pekanbaru*” *Mediterranean Journal of Social Sciences*, (Vol 6 No 5 S5 , tahun 2015), hlm. 94.

Based on the results it is empirically found that the Promotion mix (X_1) has a negative and insignificant effect on the Students decision choose Campus IAIN Ambon, Based on the results of the research it is found that the independent variable price (X_2) have significant positive influence on the students choose IAIN Ambon campus, According to the research it is found that the location (X_3) has significant positive effect on student's decision to choose IAIN Ambon, Based on the research it is found that the image of the campus (X_4) positive and significant impact on student decisions in choosing the campus IAIN Ambon.

Berdasarkan hasil penelitian empiris ditemukan bahwa bauran promosi (X_1) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pelajar memilih kampus IAIN Ambon, Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel bebas harga (X_2) memiliki signifikan Pengaruh positif pada siswa memilih kampus IAIN Ambon, Menurut penelitian ditemukan bahwa lokasi (X_3) berpengaruh signifikan secara signifikan terhadap keputusan siswa memilih IAIN Ambon, Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa citra kampus (X_4) Dampak positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kampus IAIN Ambon.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya persamaan dengan hipotesis yang peneliti angkat. Bahwa lokasi/ tempat pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan siswa dalam memilih sekolah/ lembaga pendidikan.⁴⁸

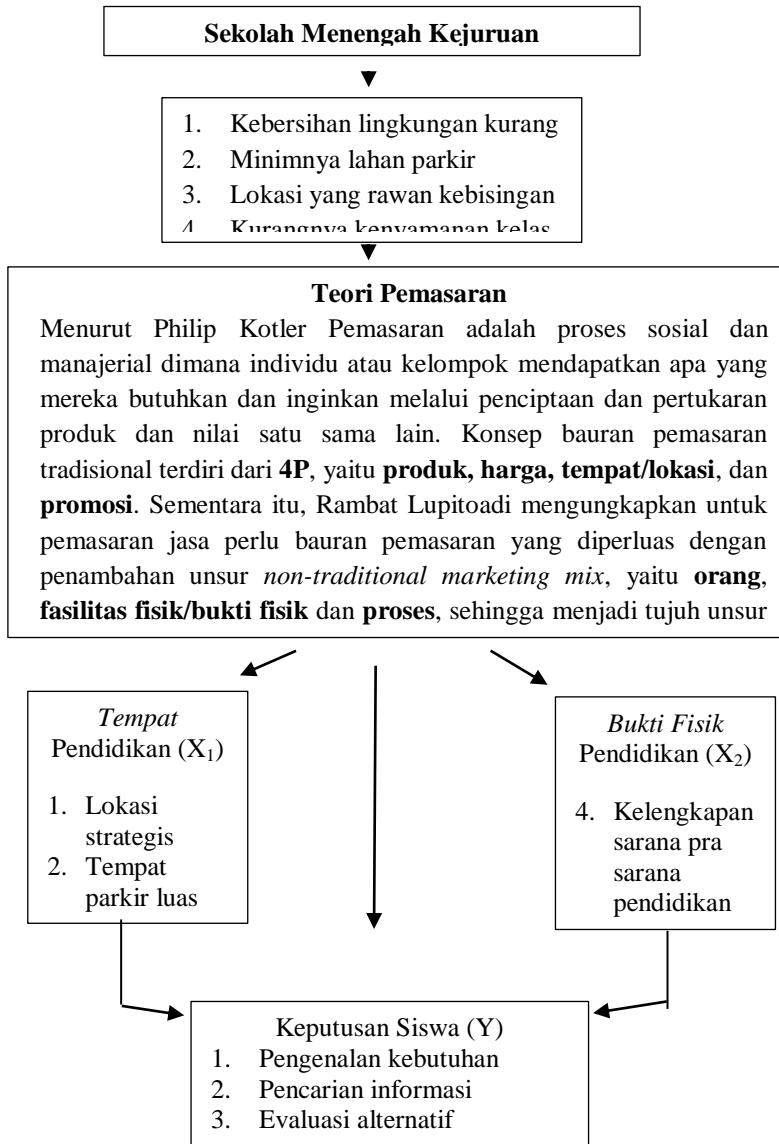
⁴⁸MaimunahToatobun, Khaeril, ” Analysis Of Effect Of Promotion Mix, Price, Location, Image Campus, Students Choose The Decision Institute of Islamic Religious Affairs (IAIN) Ambon”, <http://serialsjournals.com/serial-journal-manager/pdf/1481888565.pdf>, diakses pada tanggal 15 Februari 2018.

C. Kerangka Berpikir

SMK Muhammadiyah 02 Boja merupakan salah satu lembaga pendidikan menengah kejuruan yang memiliki cukup banyak peserta didik jika dilihat dari jumlah siswanya. Akan tetapi terdapat beberapa masalah yang dirasa oleh siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja diantaranya, siswa merasa lingkungan sekolahnya memiliki tingkat kebersihan yang kurang, lahan parkir yang menyatu dengan lapangan olah raga dirasa cukup mengganggu, serta kebisingan yang diakibatkan karena letak SMK Muhammadiyah 02 Boja tepat berada disamping jalan raya utama Boja-Semarang.

Riset tentang bauran pemasaran masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti factor bauran pemasaran tempat dan bukti fisik terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja.

Gambar 2.2 Kerangka berpikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara. Maksudnya, peneliti belum melakukan penelitian, melainkan baru rencana dan menduga-duga hasilnya.⁴⁹

Hipotesis ini untuk sementara dianggap yang paling dekat kebenarannya. Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara tempat pendidikan terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja
- H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik pendidikan terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja
- H₃: Terdapat pengaruh tempat dan bukti fisik pendidikan secara bersama-sama terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah di Muhammadiyah 02 Boja.

⁴⁹ Heri jauhari, *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010), hlm. 39.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka)¹ dengan bertujuan untuk menggambarkan suatu realita sosial tertentu atau dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata yang berlangsung sekarang. Tujuan utama menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan, dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tersebut.² Penelitian melakukan analisisnya sampai taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami.³

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada 30 April 2018 sampai dengan 30 Mei 2018. Tempat penelitian dilakukan di SMK Muhammadiyah 02 Boja yang beralamat di Jl. Semarang KM. 1 Boja, Tampingan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah.

¹ Suranto, *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan dengan Program SPSS*, (Semarang: Ghyas Putra, 2009), hlm. 25.

² Suranto, *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan dengan Program SPSS*, hlm. 22.

³ Suranto, *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan dengan Program SPSS*,... hlm. 25.

C. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian.⁴ Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja dengan jumlah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Populasi Siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja

No	Kelas	Jumlah
1	X	345 Siswa
2	XI	272 Siswa
Jumlah		617 Siswa

Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi. Kata sampel bisa dipadankan dengan contoh atau wakil. Dalam mengambil sampel, ada aturannya, yaitu dipersenkan dari jumlah yang ada. Cara pengambilannya pun tidak bisa sembarangan untuk menghindari subjektivitas, melainkan harus dengan cara acak atau random yang biasa disebut *random sampling* yaitu setiap elemen populasi mempunyai kesempatan yang sama dan diketahui untuk diseleksi.⁶

Menurut Suharsimi Arikunto apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan

⁴M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ... hlm. 99.

⁵ Heri Jauhari, *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010) hlm. 41 .

⁶ Rully Indrawan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, (Bandung : PT Rafika Aditama, 2014), hlm. 95

penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15 % atau 20-25% atau lebih.⁷

Tabel 3.2. Sampel

No	Kelas	Jumlah	Sampel
1	X	345 Siswa	69
2	XI	272 Siswa	55
Jumlah		617 Siswa	124

Dengan demikian sampel penelitian dilakukan pada siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja sejumlah 124 responden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel padanan katanya adalah *peubah*, artinya bagian dari subjek penelitian atau kelompok subjek penelitian.⁸ Dalam penelitian ini menggunakan dua macam variabel yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen atau independen (X) yaitu variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini variable independen terdiri dari dua variabel X_1 *Tempat* dan X_2 *Bukti fisik*, sedangkan variabel endogen atau variabel dependen (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja.

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (jakarta: PT Rineka Cipta, 2006). Hlm. 112

⁸ Heri Jauhari, *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aplikasi*, ... hlm. 38.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.3. Indikator penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Tempat (X1)	1. Transportasi 2. Lokasi virtual 3. Lingkungan sekolah 4. Visibilitas	1.1 kemudahan transportasi	1
		2.1 akses melalui internet atau GPS	2
		3.1 lahan parkir yang luas	3
		3.2 keamanan	4
		4.1 taman sekolah	5
Bukti Fisik (X2)	1. Bukti Penting 2. Bukti Pendukung	1.1 Gedung yang menarik	1
		1.2 Gedung pengembang bakat dan minat	2
		1.3 Ruang Kelas	3
		1.4. Ruang Beribadah	4
		1.5 . WC	5
		1.1 Petunjuk arah	6
		1.2 Seragam sekolah	7
Keputusan siswa dalam memilih sekolah (Y)	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan Pembelian	1.1 Sesuai kebutuhan	1
		2.1 Sumber informasi dari keluarga	2
		2.2 Sumber informasi dari teman	3
		2.3 Sumber informasi dari tetangga	4
		2.4 Sumber informasi dari iklan	5
		2.5 Sumber informasi dari brosur	6
		2.6 Sumber informasi dari pamflet	7
		3.1 Kualitas sekolah	8
		4.1 Kecermatan keputusan pembelian	9

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai *sumber*, dan berbagai *cara*. Dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data⁹ ada beberapa teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Angket

Angket atau kuesioner (*questionnaire*) merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan responden). Instrumen atau alat pengumpulan datanya berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab atau direspon oleh responden.¹⁰

Angket atau kuesioner tersebut ditujukan kepada sampel siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja. Angket tersebut berisi beberapa pernyataan tertutup, responden hanya perlu memberikan tanda centang (v) pada kolom yang sudah disediakan.

Dikarenakan penelitian dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas, kuesioner diantar langsung dalam waktu yang tidak lama dan langsung sampai kepada responden. Peneliti

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan :Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 193.

¹⁰Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 219.

cukup menunggu pengisian angket selesai diisi oleh semua responden.¹¹

Penggunaan angket dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data dari responden (siswa) secara mendalam dan akurat tentang dua faktor yaitu tempat dan bukti fisik pendidikan yang mempengaruhi siswa dalam memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dokumen. Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti.¹²

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya. Dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik.¹³

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mengetahui daftar nama siswa, jumlah siswa, dan

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 142.

¹²Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017), hlm. 75.

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 240.

dokumentasi tentang informasi-informasi SMK Muhammadiyah 02 Boja.

3. Wawancara

Wawancara atau interviu (*interview*) merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Wawancara dilaksanakan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual maupun kelompok.¹⁴

Wawancara digunakan oleh peneliti guna mendapatkan data penelitian berupa *fenomena gap* untuk melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/ kecil.

Wawancara dalam penelitian ditujukan kepada siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja dengan wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.¹⁵

¹⁴ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 216.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ... hlm. 140.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penyajian data analisis deskriptif yang digunakan adalah tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, presentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase.¹⁶

1. Analisis Pendahuluan

Pengolahan data angket responden kedalam tabel data frekuensi. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik statistik dengan memberikan penilaian berdasarkan atas jawaban positif angket yang telah disebarkan kepada responden, dimana pada masing-masing item diberi alternatif jawaban . Untuk mempermudah penggolongan data statistik, setiap item diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.4. Alternatif dan Skor Jawaban

NO	Alternatif	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	4
2	S	Setuju	3
3	TS	Tidak Setuju	2
4	STS	Sangat Tidak Setuju	1

¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm. 147-148.

2. Analisis Uji Coba Instrumen Tes

Instrumen penelitian yang reliabilitasnya diuji dengan tes-pretes dilakukan dengan cara mencobakan instrumen beberapa kali pada responden. Jadi dalam hal ini instrumennya sama, respondennya sama, dan waktunya yang berbeda. Reliabilitas diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel.¹⁷

a. Uji Validitas

Untuk menentukan validitas masing-masing butir soal digunakan rumus chi kuadrat (chi kuadrat), yaitu:

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h} + \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h} + \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan :

X^2 = Chi Kuadrat

f_o = frekuensi yang diobservasi

f_h = frekuensi yang diharapkan¹⁸

Kemudian diuji apakah korelasi tersebut signifikan atau tidak dengan mengkonsultasikan harga kritis produk momen (r tabel) jika hasil r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel) maka instrumen tersebut valid. Dari hasil validitas butir pernyataan yang tidak valid akan dibuang dan tidak digunakan. Sedangkan butir yang dinyatakan valid digunakan sebagai alat untuk memperoleh data.

¹⁷Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 354.

¹⁸Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, hlm. 107.

Instrumen penelitian yang diujikan kepada 30 responden dengan taraf signifikansi 5% maka didapat r tabel = 0,361. Daftar r tabel terdapat dalam lampiran 1.

Peneliti menguji validitas kuesioner peneliti menggunakan bantuan Program Aplikasi Microsoft Excel. Dari hasil uji validitas masing-masing variabel dapat diketahui dinyatakan valid atau tidak valid dengan perincian pada tabel berikut:

Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel X₁
(Tempat Pendidikan)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kisi-kisi	Item	Ket
Tempat (X ₁)	1. Transportasi	1.1 kemudahan transportasi	1.1 Lokasi SMK Muhammadiyah 02 Boja mudah dijangkau oleh transportasi	1	Valid
	2. Lokasi virtual	2.1 akses melalui internet atau GPS	2.1 Lokasi SMK Muhammadiyah 02 Boja dapat diakses melalui internet (GPS)	2	Valid
			3.1 SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki lahan parkir yang luas	3	Valid
	3. Lingkungan sekolah	3.2 keamanan	3.2 SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki keamanan lingkungan sekolah (satpam)	4	Valid
			4.1 taman sekolah	4.1 SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki taman yang nyaman	5

Untuk analisis variabel tempat pendidikan diketahui bahwa 5 pernyataan semua dinyatakan valid atau mempunyai nilai signifikan > 5% dengan r tabel (0,361). Maka semua pernyataan pada variabel X₁ (tempat pendidikan) dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Variabel X₂ (Bukti Fisik Pendidikan)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kisi-kisi	Item	Ket
Bukti Fisik (X2)	1. Bukti Penting	1.1 Gedung yang menarik	1.1 SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki gedung yang menarik	1	Valid
		1.2 Gedung pengembang bakat dan minat	1.2 SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki gedung pengembang bakat dan minat	2	Valid
		1.3 Ruang Kelas	1.3 SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki ruang kelas yang nyaman	3	Valid
		1.4 Ruang Beribadah	1.4 SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki ruang ibadah yang nyaman	4	Valid
		1.5 WC	1.5 SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki WC yang bersih	5	Valid
	2. Bukti Pendukung	2.1 Petunjuk arah	2.1 Untuk menuju SMK Muhammadiyah 02 Boja terdapat petunjuk arah yang jelas	6	Valid
		2.2 Kedisiplinan	2.2 SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki disiplin yang tinggi dalam berpakaian	7	Valid

Untuk analisis variabel X2 (bukti fisik pendidikan) diketahui bahwa 7 pernyataan semua dinyatakan valid atau memiliki nilai signifikan >5% dengan r tabel (0.361). Sehingga seluruh jumlah pernyataan dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 3.7. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Siswa)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kisi-kisi	Item	Ket	
Keputusan siswa dalam memilih sekolah (Y)	1. Pengenalan kebutuhan	1.2 Sesuai kebutuhan	1.2 Saya memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja sesuai dengan kebutuhan saya	1	Valid	
		2. Pencarian informasi	2.1 Sumber informasi dari keluarga	2.1 Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari keluarga	2	Valid
	2.2 Sumber informasi dari teman		2.2 Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari teman	3	Valid	
	2.3 Sumber informasi dari tetangga		2.3 Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari tetangga	4	Valid	
	2.4 Sumber informasi dari iklan		2.4 Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari iklan	5	Valid	
	2.5 Sumber informasi dari brosur		2.5 Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari brosur	6	Valid	
	2.6 Sumber informasi dari pamflet		2.6 Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari pamflet	7	Valid	
	3. Evaluasi alternatif		3.1 Kualitas sekolah	3.1 Saya memutuskan untuk sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja karena banyaknya pilihan jurusan	8	Valid
			4. Keputusan Pembelian	4.1 Kecermatan keputusan pembelian	4.1 Keputusan saya memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja sudah final dengan hasil pertimbangan pribadi	9

Untuk analisis Variabel Y (keputusan siswa) diketahui bahwa dari 9 pernyataan terdapat 1 pernyataan dinyatakan tidak valid atau mempunyai nilai signifikan <5% yaitu pernyataan nomor 9 sehingga dikeluarkan dari daftar pernyataan. Hal ini dikarenakan pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator dari variabel keputusan siswa.

b. Uji Reliabilitas

Untuk menentukan reliabilitas masing-masing butir soal digunakan rumus Kuder Richardson 21,¹⁹ yaitu:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{M(k-M)}{k s_t^2} \right)$$

Keterangan :

K = jumlah item dalam instrumen

M = mean skor total

s_t^2 = varians total

r_i = reliabilitas internal seluruh instrumen.

c. Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

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

¹⁹Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*,... hlm. 361.

Keterangan :

\hat{Y} = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

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

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.²⁰

d. Regresi Ganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.²¹ Variabel yang pertama disebut dengan bermacam-macam istilah: *variabel penjelas*, *variabel independen*, atau variabel bebas, *variabel X*. Variabel yang kedua adalah variabel adalah variabel yang dipengaruhi, *variabel dependen*, atau *variabel Y*. Analisis regresi dua prediktor adalah sebuah teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua

²⁰Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*,... hlm. 261.

²¹Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*,... hlm. 275.

prediktor (X_1 dan X_2) dengan kriterium.²² Dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara Tempat (X_1) dan Bukti Fisik (X_2) terhadap keputusan memilih sekolah pada siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja (Y).

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = variabel keputusan siswa memilih sekolah

a = bilangan konstanta

b_1 = koefisien regresi *place*

b_2 = koefisien regresi *physical evidence*

X_1 = tempat

X_2 = bukti fisik

2 Analisis Lanjutan

Analisis lanjutan merupakan pengelolaan lebih lanjut dari hasil analisis uji hipotesis. Dalam analisis ini penulis memuat interpretasi dari hasil analisis regresi dua prediktor dengan skor mentah yang telah di ketahui dengan jalan membandingkan antara F_{reg} dengan F_{tabel} untuk taraf signifikan 1% atau 5% ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{reg} > F_{tabel}$ yang ada pada taraf 1% atau 5%, maka harga F_{reg} yang diperoleh berarti signifikan, atau hipotesis diterima.

²²Tomo Djudin, *Statistika Parametrik: Dasar Pemikiran dan Penerapannya dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2013), hlm. 112.

- b. Jika $F_{reg} < F_{tabel}$ yang ada pada taraf 1% atau 5%, maka harga F_{reg} yang diperoleh berarti tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Sekolah

1. Sejarah Berdirinya SMK Muhammadiyah 02 Boja

SMK Muhammadiyah 02 Boja berdiri pada tanggal 18 Juli tahun 1990 masih menumpang di SMA Muhammadiyah 2 Boja dalam proses pembelajarannya masuk siang sehingga saat jam pagi digunakan oleh SMA Muhammadiyah 2 Boja. Jurusan yang dibuka saat itu hanya Teknik Elektro dan Teknik Otomotif masing-masing 1 kelas dengan jumlah siswa 27 untuk teknik otomotif dan 20 siswa untuk teknik elektro, pendirian tersebut dengan pengajuan MPK Muhammadiyah Kendal pada tanggal 10 November 1989 nomor E.6/MPK/117/189 dan dengan surat persetujuan pendirian/ persetujuan penyelenggaraan sekolah swasta kepala kantor wilayah departemen pendidikan dan kebudayaan provinsi jawa tengah dengan nomor 676/ 103/ I/ 90 tertanggal 17 Mei 1990.

Tahun ke tahun animo masyarakat mengalami peningkatan maka pimpinan cabang muhammadiyah Boja majelis dikedasmen berupaya secara maksimal untuk bisa memiliki tanah yang digunakan untuk SMK Muhammadiyah 2 Boja, secara bertahap membeli tanah seluas 7.121 M. Pembelian tanah tersebut dengan cara dilelang kepada warga Muhammadiyah dan sesudah tanah terbeli secara bertahap

pula membangun gedung, berdasarkan rapat PCM dan Dikdasmen serta panitia pembangunan sepakat membangun gedung A 3 lantai dengan dana salah satunya pinjam KOSMPIN JASA Weleri.

Dengan dana yang dimiliki dan hasil pinjaman membuat 4 dak 2 lantai sudah jadi untuk meneruskannya kehabisan dana, pada tahun 1999 ada workshop yang diselenggarakan oleh majelis dikdasmen pimpinan pusat muhammadiyah yang pada saat itu diketuai oleh Prof. Yunan Yusuf. Pada saat itu beliau menyampaikan bahwa majelis dikdasmen pimpinan pusat muhammadiyah memiliki dana. Setelah serangkaian acara workshop tersebut selesai, pimpinan cabang Muhammadiyah Boja bersilaturahmi dan mencoba pengusulan peminjaman uang sejumlah Rp. 100.000.000. Syukur alhamdulillah terkabulkan dengan catatan adanya pertemuan dua belah pihak antara pimpinan cabang Boja dengan pimpinan pusat.

Secara bertahap bangunan gedung diatas lahan seluas 7.121 m yang berlokasi di RT 5 RW 5 Tampingan Boja dapat ditempati. Secara keseluruhan siswa pindah dari SMA Muhammadiyah 2 Boja ke lokasi baru pada tahun 2004 dengan ruang lantai 3 dan lantai 1. Setelah menempati gedung milik sendiri mulailah animo masyarakat meningkat tajam yakni menjadi 16 kelas. Memandang animo yang begitu tinggi maka pada tahun pelajaran 2009/2010 menambah jurusan

perbankan syariah dan busana butik mendapatkan respon sangat baik dari masyarakat. Setelah tiga tahun kemudian tepatnya pada tahun 2013/2014 menambah lagi paket keahlian yakni teknik computer jaringan dan pada tahun 2016/2017.

2. Visi, Misi, dan Tujuan SMK Muhammadiyah 02 Boja

a. Visi

Adapun visi SMK Muhammadiyah 02 Boja adalah: Menjadi pusat pendidikan dan pelatihan kejuruan yang menghasilkan tamatan kompeten, berjiwa wirausaha untuk memenuhi tuntutan dunia usaha/dunia industri dan pendidikan yang lebih tinggi dengan dilandasi iman dan taqwa.

b. Misi

Sedangkan Misi SMK Muhammadiyah 02 Boja sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan pembelajaran secara efektif dan terpadu yang berorientasi pada kecerdasan dan keterampilan
- 2) Memberikan pelayanan secara optimal kepada peserta didik, orang tua dan masyarakat serta dunia usaha/dunia industry
- 3) Membekali peserta didik dengan jiwa wirausaha
- 4) Menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri untuk meningkatkan keterampilan peserta didik dan pemenuhan tenaga kerja

- 5) Menciptakan lingkungan yang religious untuk menumbuhkan kepribadian yang beriman dan bertakwa pada peserta didik.

c. Tujuan

Berikut adalah tujuan SMK Muhammadiyah 02 Boja:

- 1) Mempersiapkan peserta didik agar menjadi manusia produktif, mampu bekerja mandiri, mengisi lowongan pekerjaan yang ada di DU/DI sebagai tenaga kerja tingkat menengah sesuai dengan kompetensi dalam program keahliannya,
- 2) Membekali peserta didik agar mampu memilih karir, ulet dan gigih dalam berkompetisi di lingkungan kerja dan mengembangkan sikap professional dalam bidang keahlian yang diminatinya
- 3) Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni agar mampu mengembangkan diri dikemudian hari baik secara mandiri maupun melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

3. Kondisi Guru dan Peserta Didik SMK Muhammadiyah 02 Boja

a. Kondisi Guru

SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki tenaga pendidik sebanyak 55 orang dengan guru tetap sejumlah 6

orang dan guru tidak tetap 49 orang. Kemudian tenaga kependidikan atau pegawai sejumlah 20 orang.

b. Jumlah Peserta Didik

Jumlah siswa keseluruhan SMK Muhammadiyah

02 Boja sebanyak 834 siswa:

- | | |
|------------------------|-------------|
| 1) Kelas X (11 kelas) | : 345 siswa |
| 2) Kelas XI (10 kelas) | : 272 siswa |
| 3) Kelas XII (8 kelas) | : 217 siswa |

B. Deskripsi Data

Penelitian ini membahas tentang deskripsi masing-masing variabel penelitian dan pengaruh dua variable bebas (tempat dan bukti fisik) dengan variabel terikat (keputusan siswa) memilih Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 02 Boja. Setelah melakukan penelitian, maka diperoleh data tentang pengaruh tempat dan bukti fisik terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja dengan menggunakan angket. Sebelum instrumen angket tersebut digunakan untuk penelitian perlu diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Adapun jumlah pernyataan yang digunakan untuk uji coba instrument sejumlah 21 item yang terdiri dari 5 item instrument variabel tempat, 7 item variabel bukti fisik, dan 9 item untuk instrument variabel keputusan siswa yang disebar kepada 30 responden siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja kelas X TKJ 2 dan XI TKR 1.

Adapun hasil dari uji instrument tersebut didapatkan 20 item pernyataan dinyatakan valid dan 1 item pernyataan dinyatakan

tidak valid. Seluruh pernyataan pada variabel tempat dan bukti fisik dinyatakan valid dan reliable dan 1 item pada variabel keputusan siswa dinyatakan tidak valid dan tidak reliable.

1. Deskripsi Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa F hitung sebesar 9.627023 dengan tingkat kesalahan 0,000%. Oleh karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi bahwa tempat pendidikan berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Kemudian pengujian terhadap hipotesis pertama yaitu “ada pengaruh dari tempat pendidikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah”, dengan analisis regresi sederhana menggunakan program SPSS 16.0, menunjukkan koefisien korelasi yaitu $r = 0.270442$. Hal ini menunjukkan ada pengaruh rendah antara kedua variabel.

Dari analisis tersebut juga dapat diketahui nilai koefisien Determinasi R^2 (R Square) sebesar 0,073. Ini menunjukkan bahwa sebesar 7,3% keputusan siswa dapat dijelaskan oleh variabel tempat pendidikan. Sedangkan sisanya sebesar 92,7% keputusan siswa ditentukan oleh variabel lain yang tidak diungkap oleh penelitian ini, misalnya produk, proses, promosi, orang, harga, dan sebab-sebab yang lain.

Uji t (uji kebermaknaan variabel) diperoleh bahwa t hitung untuk variabel tempat pendidikan sebesar 3,10 pada

taraf signifikansi 0,000 bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh tempat terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah.

Kemudian deskripsi tanggapan responden atas variabel tempat pendidikan dapat dilihat dari uraian berdasarkan hasil tanggapan dari 124 responden mengenai variabel tempat pendidikan ini terdiri 5 item pertanyaan yang selanjutnya akan diuraikan jawaban responden sebagai berikut:

- a. Indikator membicarakan kemudahan transportasi dapat dilihat pada pemaparan berikut:

Tabel 4.1 Distribusi jawaban responden atas kemudahan transportasi

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	82	66.1
2	Setuju	40	32.2
3	Tidak Setuju	2	1.6
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan kemudahan transportasi menunjukkan 66.1% responden dengan kategori sangat setuju. Terdapat 1,6% responden dengan kategori tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa kemudahan transportasi untuk berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh atas kemudahan transportasi.

- b. Indikator akses melalui GPS dapat dilihat pada pemaparan berikut ini.

Tabel 4.2. Distribusi jawaban responden atas frekwensi akses melalui GPS

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	63	50.8
2	Setuju	55	44.3
3	Tidak Setuju	6	4.8
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan frekwensi akses melalui GPS menunjukkan 50.8% responden dengan sangat setuju dan terdapat 4,8% responden menjawab tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa kemudahan pencarian lokasi melalui GPS atau internet berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh atas kemudahan pencarian lokasi SMK Muhammadiyah 02 Boja melalui GPS atau internet.

- c. Indikator mengenai keluasan lahan parkir dapat dilihat pada pemaparan berikut ini.

Tabel 4.3. Distribusi jawaban responden atas frekwensi keluasan lahan parkir

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	23.3
2	Setuju	58	46.7
3	Tidak Setuju	37	29.8
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	124	100

Tanggapan Jawaban responden atas pernyataan keluasan lahan parkir menunjukkan 46,7% responden dengan kategori sangat setuju dan 29,8% menyatakan tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa keluasan parkir berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh atas keluasan parkir sekolah.

- d. Indikator mengenai keamanan sekolah dapat dilihat pada pemaparan berikut ini.

Tabel 4.4. Distribusi jawaban responden atas frekwensi keamanan sekolah

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	76	61.2
2	Setuju	44	35.4
3	Tidak Setuju	3	2.4
4	Sangat Tidak Setuju	1	0.8
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan keamanan sekolah menunjukkan 61.2% responden dengan kategori sangat setuju. Terdapat 0.8% responden dengan kategori sangat tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa keamanan sekolah berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh atas keamanan sekolah.

- e. Indikator mengenai taman sekolah dapat dilihat pada pemaparan berikut ini.

Tabel 4.5. Distribusi jawaban responden atas frekwensi taman sekolah

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	16	12.9
2	Setuju	68	54.8
3	Tidak Setuju	36	29
4	Sangat Tidak Setuju	4	3.2
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan taman sekolah menunjukkan 54,8% responden dengan kategori setuju dan terdapat 3,2% dalam kategori sangat tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa kebersihan taman sekolah berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh atas kebersihan taman sekolah.

Dari deskripsi data pada setiap indikator pernyataan variabel tempat dapat dinyatakan baik dengan hasil presentase setiap indikator pernyataan.

2. Deskripsi Pengaruh Bukti Fisik Pendidikan terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa F hitung sebesar 22.0 dengan tingkat kesalahan 0,000%. Oleh karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi bahwa bukti fisik pendidikan berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam

memilih sekolah. Kemudian pengujian terhadap hipotesis pertama yaitu “ada pengaruh dari bukti fisik pendidikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah”, dengan analisis regresi sederhana menggunakan program SPSS 16.0, menunjukkan koefisien korelasi yaitu $r = 0.390$. Hal ini menunjukkan ada hubungan rendah antara kedua variabel.

Dari analisis tersebut juga dapat diketahui nilai koefisien Determinasi R^2 (R Square) sebesar 0,153. Ini menunjukkan bahwa sebesar 15% keputusan siswa dapat dijelaskan oleh variabel bukti fisik pendidikan. Sedangkan sisanya sebesar 85% keputusan siswa ditentukan oleh variabel lain yang tidak diungkap oleh penelitian ini, misalnya produk, proses, promosi, orang, harga, tempat dan sebab-sebab yang lain.

Uji t (uji kebermaknaan variabel) diperoleh bahwa t hitung untuk variabel tempat pendidikan sebesar 4,69 pada taraf signifikansi 0,000 bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh tempat terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah.

Deskripsi tanggapan responden atas variabel tempat pendidikan dapat dilihat dari uraian berdasarkan hasil tanggapan dari 124responden mengenai variabel tempat pendidikan ini terdiri 7 item pertanyaan yang selanjutnya akan diuraikan jawaban responden sebagai berikut:

- a. Indikator mengenai gedung yang menarik dapat dilihat pada pemaparan berikut ini:

Tabel 4.6. Distribusi jawaban responden atas frekwensi gedung yang menarik

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	24.1
2	Setuju	77	62
3	Tidak Setuju	17	13.7
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan gedung yang menarik menunjukkan 62% responden dengan kategori setuju dan terdapat 13,7% responden dengan kategori tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa gedung yang menarik berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh atas gedung yang menarik.

- b. Indikator mengenai gedung pengembang bakat dan minat dapat dilihat pada pemaparan berikut ini:

Tabel 4.7. Distribusi jawaban responden atas frekwensi gedung pengembang bakat dan minat

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	18.5
2	Setuju	84	67.7
3	Tidak Setuju	17	13.7
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan gedung pengembang bakat dan minat menunjukkan 67%

responden dengan kategori setuju terdapat 13.7% responden dengan kategori tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa gedung pengembang bakat dan minat berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh gedung pengembang bakat dan minat.

- c. Indikator mengenai ruang kelas dapat dilihat pada pemaparan berikut ini.

Tabel 4.8. Distribusi jawaban responden atas frekwensi ruang kelas

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	20.1
2	Setuju	86	69.3
3	Tidak Setuju	13	10.4
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan ruang kelas yang nyaman menunjukkan 69,3% responden dengan kategori setuju dan terdapat 10.4% responden dengan kategori tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa ruang kelas yang nyaman berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh ruang kelas yang nyaman.

- d. Indikator mengenai ruang beribadah dapat dilihat pada pemaparan berikut ini.

Tabel 4.9. Distribusi jawaban responden atas frekwensi ruang beribadah

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	55	44.3
2	Setuju	65	52.4
3	Tidak Setuju	4	3.2
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan ruang beribadah yang nyaman menunjukkan 52,4% responden dengan kategori setuju dan terdapat 3.2% responden dengan kategori tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa ruang ibadah yang nyaman berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh ruang ibadah yang nyaman.

- e. Indikator mengenai WC yang bersih dapat dilihat pada pemaparan berikut ini.

Tabel 4.10. Distribusi jawaban responden atas frekwensi WC

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	12	9.6
2	Setuju	85	68.5
3	Tidak Setuju	22	17.7
4	Sangat Tidak Setuju	5	4
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan WC yang bersih menunjukkan 68,5% responden dengan kategori sangat setuju dan 4% memilih kategori sangat tidak setuju

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa WC yang bersih berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh WC yang bersih.

- f. Indikator mengenai petunjuk arah dapat dilihat pada pemaparan berikut ini.

Tabel 4.11. Distribusi jawaban responden atas frekwensi petunjuk arah

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	40	32.2
2	Setuju	65	52.4
3	Tidak Setuju	18	14.5
4	Sangat Tidak Setuju	1	0.8
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan penunjuk arah yang jelas menunjukkan 52.4% responden dengan kategori setuju dan terdapat 0,8% responden dengan kategori sangat tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa WC yang bersih berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh WC yang bersih.

- g. Indikator mengenai petunjuk arah dapat dilihat pada pemaparan berikut ini.

Tabel 4.12. Disiplin yang tinggi dalam berpakaian

No	Kategori	Frekwensi	Persentase
1	Sangat Setuju	46	37
2	Setuju	68	54,8
3	Tidak Setuju	10	8
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	124	100

Tanggapan responden atas pernyataan penunjuk arah yang jelas menunjukkan 54,8% responden dengan kategori setuju dan terdapat 8% responden dengan kategori tidak setuju.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa petunjuk arah yang jelas berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu terdapat sebagian siswa tidak pengaruh petunjuk arah yang jelas.

Dari deskripsi data pada setiap indikator pernyataan variabel bukti fisik dapat dinyatakan baik dengan hasil presentase setiap indikator pernyataan.

C. Analisis Data

1. Analisis Pendahuluan

Pada tahap analisis pendahuluan adalah untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja, pengaruh bukti fisik terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja, dan pengaruh yang signifikan antara tempat dan bukti fisik terhadap keputusan memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja. Peneliti menggunakan uji statistic regresi sederhana dan berganda dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara tempat dan bukti fisik terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja.

2. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas permasalahan yang dirumuskan, Oleh sebab itu, jawaban sementara ini harus diuji kebenarannya secara empirik. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik regresi sederhana dan regresi berganda dua prediktor.

a. Pengaruh Tempat Pendidikan Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja

1) Analisis Korelasi

Mencari korelasi antara X_1 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

$$\begin{aligned} r_{x_1y} &= \frac{n\sum x_1y - (\sum x_1)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x_1^2 - (\sum x_1)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}} \\ r_{x_1y} &= \frac{124.1162.0 - 405.8.353.5}{\sqrt{(124.1345.3 - (405.8)^2)(124.1028.3 - (124962.3)}} \\ r_{x_1y} &= 0.270442 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien $r_{x_1y}=0,270$ Selanjutnya hasil perhitungan r_{x_1y} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 124$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel}=0.178$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{x_1y} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{x_1y} > r_{tabel}$ ($0.270 > 0.178$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara tempat (X_1) terhadap keputusan siswa (Y) adalah signifikan.

Tabel 4.13 Koefisien Korelasi X_1Y

N	r_{x_1y}	r_{tabel}	Kesimpulan
		5%	
124	0.270	0.178	Signifikan
		1%	
124	0.270	0.230	Signifikan

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

Tabel 4.14 Tingkat Koefisien Korelasi X_1Y

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi tempat (X_1) terhadap keputusan siswa (Y) sebesar 0.270 dalam kategori Rendah pada interval 0,20-0,399. Data tersebut diperkuat dengan menggunakan SPSS 16 sebagai berikut:

Gambar 4.1 koefisien korelasi X_1y

Correlations

		tempat	VAR00001
tempat	Pearson Correlation	1	.270**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	124	124
VAR00001	Pearson Correlation	.270**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	124	124

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

Koefisien korelasi antara tempat (X_1) dan keputusan Siswa (Y) sebagai variabel kontrolnya adalah 0,270. Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi positif antar tempat (X_1) dan keputusan siswa (Y). Dapat diartikan bahwa semakin baik tempat (X_1), maka semakin tinggi keputusan siswa dalam memilih sekolah.

2) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis seberapa besar pengaruh tempat terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja. Untuk menguji hipotesis dan membuktikan yang dilakukan oleh peneliti maka digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

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

- a) Mencari persamaan garis regresi dengan rumus:

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \cdot \sum X_1 Y - \sum X_1 \sum Y}{n \cdot \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2}$$

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X_1^2) - (\sum X_1)(\sum X_1 Y)}{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2}$$

Harga b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{1241161,95 - 405,8353,5}{1241345,32 - 164673,6} = 0,29$$

Jadi harga $b = 0,29$. Sedang untuk mencari a adalah menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum x^2) - (\sum X)(\sum X_1 Y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$= \frac{(353.5)(1345.32) - (405.8.1161,95)}{124.(1345,32) - 164673,6} = 1.9$$

Diketahui b sebesar 0.29 dan nilai a sebesar 1.9 maka persamaan garis regresinya adalah:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 1.9 + 0.29x$$

Misalkan apabila nilai tempat = 10, maka nilai rata-rata keputusan siswa adalah 4,8 . Hal ini disebabkan

$$Y = a + bx = 1,9 + 0,29(10) = 4,8$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut, maka dapat diartikan bahwa:

y = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas

a= 1.9 merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa keputusan siswa (Y) akan konstan sebesar 1.9 satuan jika ada pengaruh dari tempat (X₁).

b= 0.29 merupakan besarnya kontribusi variabel tempat X₁ mempengaruhi variabel keputusan siswa (Y). Koefisien b=0.29 dengan tanda positif, hasil tersebut berarti bahwa keputusan siswa (Y) akan berubah sebesar 0.29 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel X₁ berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka keputusan siswa (Y) akan naik sebesar

0.29 satuan. Demikian juga sebaliknya , jika variabel tempat berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka keputusan siswa (Y) akan turun sebesar 0.29 satuan.

Disimpulkan bahwa semakin baik tempat yang ada maka semakin besar pula keputusan siswa dalam memilih sekolah.

b) Uji F atau Uji Simultan

Sebelum mencari uji F, maka tentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 122 (dari $N-2=124-2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 3.92.

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

- 1) Mencari jumlah kuadrat total (JK(T)) dengan rumus :

$$\begin{aligned} JK(T) &= \sum Y^2 \\ &= 1028.25 \end{aligned}$$

- 2) Mencari Jumlah kuadrat koefisien a (JK(a)) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{\sum Y^2}{n} \\ &= \frac{124962.3}{124} \\ &= 1007.76 \end{aligned}$$

- 3) Mencari Jumlah kuadrat regresi (JK(a|b))

$$\begin{aligned}
 JK(b|a) &= b \left\{ \sum X1Y - \frac{(\sum X1)(\sum Y)}{n} \right\} \\
 &= \frac{[n\sum X1Y - (\sum X1)(\sum Y)]^2}{n[n\sum X^2 - (\sum X)^2]} \\
 &= \frac{[124.1161,95 - (405,8)(353.5)]^2}{124[124.1345.32 - 164673.6]} \\
 &= 1.498605
 \end{aligned}$$

- 4) Mencari Jumlah kuadrat Sisa (JK(S)) dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b|a) \\
 &= 1028.25 - 1007.76 - 1.498605 \\
 &= 18.99131
 \end{aligned}$$

- 5) Mencari Jumlah Kuadrat Tuna Cocok (JK(TC)) dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 JK(TC) &= JK(S) - JK(G) \\
 &= 0.67
 \end{aligned}$$

- 6) Menguji hipotesis nol, dipakai statistic $F = \frac{S^2_{reg}}{S^2_{sis}}$ (F hitung) dibandingkan dengan F tabel dengan dk pembilang 1 dan dk penyebut =n-2. *Untuk menguji hipotesis nol, kriterianya adalah tolak hipotesis nol apabila koefisien F hitung lebih besar dari harga F tabel berdasarkan taraf kesalahan 5% dan dk.*

$$F = \frac{S^2_{reg}}{S^2_{sis}} = 9.627$$

Diperkuat dengan perhitungan SPSS 16

Gambar 4.2 Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1.499	1	1.499	9.627	.002 ^a
Residual	18.991	122	.156		
Total	20.490	123			

a. Predictors: (Constant), tempat

b. Dependent Variable: keputusan_siswa

Dalam penelitian ini, $F_{\text{tabel}} 5\% = 0,178$. Kemudian dimasukkan kedalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka artinya signifikan tetapi apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ artinya tidak signifikan. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $F_{\text{hitung}} = 9.627$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $F_{\text{hitung}} = 9.627 > F_{\text{tabel}} (0.178)$ pada taraf signifikansi 5%. Kemudian apabila menggunakan F tabel taraf signifikansi 1% = 0.230 juga dianggap hipotesis diterima karena $F_{\text{hitung}} (9.627) > F_{\text{tabel}} (0,230)$.

c) Uji t (parsial)

Sebelum mencari nilai t, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 122 (dari $N - 2 = 124 - 2$), maka diperoleh $t_{\text{tabel}} 5\%$ adalah 1,658. Setelah taraf signifikan t_{tabel} diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga t dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$= \frac{0.270\sqrt{122}}{\sqrt{1-0.073}}$$

$$= \frac{2.98}{0.96} = 3.10$$

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{hitung} = 3.10$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $t_{hitung} = 3.10 > t_{tabel} (1,658)$ pada taraf signifikansi 5%.

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

Gambar 4.3 Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1(Constant)	1.888	.312		6.043	.000	1.269	2.506
tempat	.294	.095	.270	3.103	.002	.107	.482

a. Dependent Variable: keputusan_siswa

Model persamaan regresi untuk memperkirakan keputusan siswa (Y) yang dipengaruhi oleh tempat (X1) adalah:

- (1) Jika seseorang memutuskan memilih sekolah ($X=0$), maka diperkirakan faktor tempat sebesar 1,9. Sedangkan jika tingkat keputusan siswa bertambah 1 point ($X=5$), maka tingkat faktor tempat naik sebesar $1,9+0,29(5)=3,35$.

(2) Koefisien regresi=0,29 menunjukkan besaran penambah poin tingkat keputusan siswa.

d) Kontribusi antara variabel X dan variabel Y (R Square)

Selanjutnya mencari sumbangan efektif dari tempat terhadap keputusan siswa dengan mencari koefisien determinasi (*R square*) terlebih dahulu dengan cara sebagai berikut :Diketahui $rxly=2.70$

$$\begin{aligned}
 R &= rxly^2 \times 100\% \\
 &= 0.270^2 \times 100\% \\
 &= 0.073 \times 100\% \\
 &= 7.3\%
 \end{aligned}$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan menggunakan Program SPSS:

Gambar 4.4 Koefisien determinasi (*R square*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.270 ^a	.073	.066	.39455	.073	9.627	1	122	.002

a. Predictors: (Constant), tempat

b. Dependent Variable:keputusan_siswa

Pada gambar model summary, didapat R(korelasi) sebesar 0.270 menunjukkan hubungan tempat (X1) dengan keputusan siswa (Y) rendah. R Square (korelasi koefisien) sebesar 7.3% menunjukkan kontribusi yang disumbangkan X1 kepada Y.

Adapun kontribusi tempat pendidikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah sebesar 7,3% meliputi kemudahan transportasi, akses lokasi melalui GPS atau internet, keluasan lahan parkir, memiliki keamanan lingkungan, dan taman yang nyaman.

b. Pengaruh Bukti Fisik Pendidikan Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja

1) Analisis Korelasi

Mencari korelasi antara X_2 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

$$r_{X_1Y} = \frac{n\sum x_2y - (\sum x_2)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x_2^2 - (\sum x_2)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{124 \cdot 1125,845 - 388,84 \cdot 353,5}{\sqrt{(124 \cdot 1236,542 - (151196,5)^2)(124 \cdot 1028,25 - (124962,3)^2)}}$$

$$r_{X_1Y} = 0,391$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien $r_{X_1Y} = 0,391$

Selanjutnya hasil perhitungan r_{x_2y} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 124$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,178$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{x_2y} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{x_2y} > r_{tabel} (0,391 > 0,178)$. Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang

positif antara bukti fisik (X1) terhadap keputusan siswa (Y) adalah signifikan.

Tabel 4.15 Koefisien Korelasi X_2Y

N	r_{x1y}	r_{tabel}	Kesimpulan
		5%	
124	0.391	0.178	Signifikan
		1%	
124	0.391	0.230	Signifikan

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

Tabel 4.16 Tingkat Koefisien Korelasi X_2Y

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi bukti fisik (X2) terhadap keputusan siswa (Y) sebesar 0.391 dalam kategori Rendah pada interval 0,20-0,399.

Data tersebut diperkuat dengan menggunakan SPSS 16 sebagai berikut:

Gambar 4.5 Koefisien korelasi

Correlations

		bukti_fisik	keputusan_siswa
bukti_fisik	Pearson Correlation	1	.391**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	124	124
keputusan_siswa	Pearson Correlation	.391**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	124	124

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

Koefisien korelasi antara bukti fisik (X_2) dan keputusan Siswa (Y) sebagai variabel kontrolnya adalah 0,391. Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi positif antar bukti fisik (X_2) dan keputusan siswa (Y). Dapat diartikan bahwa semakin baik bukti fisik (X_2), maka semakin tinggi keputusan siswa dalam memilih sekolah.

2) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis seberapa besar pengaruh bukti fisik terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja. Untuk menguji hipotesis dan membuktikan yang dilakukan oleh peneliti maka digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

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

a) Mencari persamaan garis regresi dengan rumus:

$$y=a+bx$$

$$b=\frac{n\cdot\sum X_2Y-\sum X_2\sum Y}{n\cdot\sum X_2^2-(\sum X_2)^2}$$

$$a=\frac{(\sum Y)(\sum X_2^2)-(\sum X_2)(\sum X_2Y)}{n\sum X_2^2-(\sum X_2)^2}$$

Harga b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$b=\frac{124.1115,8-388,84.353,5}{124.1236,5-151196,5}$$

$$=0.426$$

Jadi harga b = 0.426. Sedang untuk mencari a adalah menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a=\frac{(\sum Y)(\sum X_2^2)-(\sum X_2)(\sum X_2Y)}{n\sum X_2^2-(\sum X_2)^2}$$

$$=\frac{(353,5)(1236,5)-(388,84.1115,8)}{124.(1236,5)-151196,5}$$

$$=1.514$$

Diketahui b sebesar 0.426 dan nilai a sebesar 1.514 maka persamaan garis regresinya adalah:

$$Y=a+bx$$

$$Y=1.514+0.426x$$

Misalkan apabila nilai bukti fisik=10, maka nilai rata-rata keputusan siswa adalah 5,7 . Hal ini disebabkan

$$Y=a+bx = 1,514+0,426(10)=5,7$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut, maka dapat diartikan bahwa:

y = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas

a = 1.514 merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa keputusan siswa (Y) akan konstan sebesar 1.514 satuan jika ada pengaruh dari bukti fisik (X_2).

b = 0.426 merupakan besarnya kontribusi variabel tempat X_1 mempengaruhi variabel keputusan siswa (Y). Koefisien $b=0.426$ dengan tanda positif, hasil tersebut berarti bahwa keputusan siswa (Y) akan berubah sebesar 0.426 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel X_2 berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka keputusan siswa (Y) akan naik sebesar 0.426 satuan. Demikian juga sebaliknya, jika variabel bukti fisik berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka keputusan siswa (Y) akan turun sebesar 0.426 satuan.

Disimpulkan bahwa semakin baik tempat yang ada maka semakin besar pula keputusan siswa dalam memilih sekolah.

b) Uji F atau Uji Simultan

Sebelum mencari uji F, maka tentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 122 (dari $N-2=124-2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 3.92.

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

- 1) Mencari jumlah kuadrat total (JK(T)) dengan rumus :

$$\begin{aligned} JK(T) &= \sum Y^2 \\ &= 1028.25 \end{aligned}$$

- 2) Mencari Jumlah kuadrat koefisien a (JK(a)) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{\sum Y^2}{n} \\ &= \frac{124962.3}{124} = 1007.76 \end{aligned}$$

- 3) Mencari Jumlah kuadrat regresi (JK(a|b))

$$\begin{aligned} JK(b|a) &= b \left\{ \sum X^2 Y - \frac{(\sum X^2)(\sum Y)}{n} \right\} \\ &= \frac{[n \sum X^2 Y - (\sum X^2)(\sum Y)]^2}{n[n \sum X^2 - (\sum X)^2]} \\ &= \frac{[124.1115,8 - (388,84)(353.5)]^2}{124[124.1236,5 - 151196,5]} \\ &= 3,127 \end{aligned}$$

- 4) Mencari Jumlah kuadrat Sisa (JK(S)) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b|a) \\ &= 1028.25 - 1007.76 - 3,127 \\ &= 17,4 \end{aligned}$$

- 5) Mencari Jumlah Kuadrat Tuna Cocok (JK(TC)) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK(TC) &= JK(S) - JK(G) \\ &= 1.9 \end{aligned}$$

- 6) Menguji hipotesis nol, dipakai statistic $F = \frac{S^2_{reg}}{S^2_{sis}}$ (F hitung) dibandingkan dengan F tabel dengan dk pembilang 1 dan dk penyebut =n-2. Untuk menguji hipotesis nol, kriterianya adalah tolak hipotesis nol apabila koefisien F hitung lebih besar dari harga F tabel berdasarkan taraf kesalahan 5% dan dk.

$$F = \frac{S^2_{reg}}{S^2_{sis}} = 22.0$$

Diperkuat dengan perhitungan SPSS 16.0

Gambar 4.6 Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.134	1	3.134	22.027	.000 ^a
	Residual	17.356	122	.142		
	Total	20.490	123			

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik

b. Dependent Variable: keputusan_siswa

Dalam penelitian ini, $F_{tabel} 5\% = 0,178$. Kemudian dimasukkan kedalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya signifikan tetapi apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ artinya tidak signifikan. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $F_{hitung} = 22.0$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $F_{hitung} = 22.0 > F_{tabel} (0.178)$ pada taraf signifikansi 5%. Kemudian apabila menggunakan F tabel taraf signifikansi 1% = 0.230 juga dianggap hipotesis diterima karena $F_{hitung} (22.0) > F_{tabel} (0,230)$.

c) Uji T (parsial)

Sebelum mencari nilai t, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 122 (dari $N - 2 = 124 - 2$), maka diperoleh $t_{\text{tabel}} 5\%$ adalah 1,658. Setelah taraf signifikan t_{tabel} diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga t dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0.391\sqrt{122}}{\sqrt{1-0.153}} \\ &= \frac{4.3}{0.92} = 4.69 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{\text{hitung}} = 4.69$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $t_{\text{hitung}} = 4.69 > t_{\text{tabel}} (1,658)$ pada taraf signifikansi 5%.

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

Gambar 4.7 Uji T (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1.515	.287		5.282	.000	.947	2.082
	bukti_fisik	.426	.091	.391	4.693	.000	.246	.606

a. Dependent Variable:
keputusan_siswa

Model persamaan regresi untuk memperkirakan keputusan siswa (Y) yang dipengaruhi oleh bukti fisik (X₂) adalah:

- (1) Jika seseorang memutuskan memilih sekolah (X=0), maka diperkirakan faktor bukti fisik sebesar 1,51. Sedangkan jika tingkat keputusan siswa bertambah 1 point (X=5), maka tingkat faktor tempat naik sebesar $1,51+0,42(5)=3,61$.
- (2) Koefisien regresi=0,42 menunjukkan besaran penambahan poin tingkat keputusan siswa.

d) Kontribusi antara variabel X₂ dan variabel Y (R Square)

Selanjutnya mencari sumbangan efektif dari tempat terhadap keputusan siswa dengan mencari koefisien determinasi (R square) terlebih dahulu dengan cara sebagai berikut :

Diketahui $r_{x_2y}=0.391$

$$R=r^2 \times 100\%$$

$$R=0.391^2 \times 100\%$$

$$R=0.153 \times 100\%$$

$$=15\%$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan menggunakan Program SPSS

Gambar 4.8 Koefisien determinasi (*R square*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.391 ^a	.153	.146	.37718	.153	22.027	1	122	.000

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik

b. Dependent Variable: keputusan_siswa

Pada gambar model summary didapat, Korelasi (R)= 0,391 secara simultan antara variabel bukti fisik (X₂) dengan keputusan siswa (Y) diperoleh R Square (korelasi koefisien) sebesar 15% menunjukkan kontribusi yang disumbangkan X₂ kepada Y.

c. Pengaruh antara tempat dan bukti fisik secara bersama-sama terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja

1) Analisis Regresi berganda

a) Menghitung harga-harga a, b₁, b₂ dapat menggunakan persamaan berikut:

$$\sum Y = a + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Bila harga-harga dari data dimasukkan dalam persamaan, maka:

$$1. \sum Y = a n + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$353,5 = a \cdot 124 + b_1 \cdot 405,8 + b_2 \cdot 338,84$$

$$2. \sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$1162 = a \cdot 405,8 + b_1 \cdot 1345,32 + b_2 \cdot 1280,85$$

$$3. \sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

$$1115,85 = a \cdot 388,84 + b_1 \cdot 1280,85 + b_2 \cdot 1236,54$$

4. Mencari a dengan persamaan 1 dan 2

$$353,5 = a \cdot 124 + b_1 \cdot 405,8 + b_2 \cdot 338,84 \quad \} \times 405,8$$

$$1162 = a \cdot 405,8 + b_1 \cdot 1345,32 + b_2 \cdot 1280,85 \quad \} \times 124$$

$$143503 = a \cdot 50319,2 + b_1 \cdot 164673,6 + b_2 \cdot 1577913$$

$$\underline{144088 = a \cdot 50319,2 + b_1 \cdot 166819,7 + b_2 \cdot 158825,4}$$

$$637,7 = a \cdot 0 + b_1 \cdot 2146,04 + b_2 \cdot 1034,128$$

5. Persamaan 2 dan 3

$$1162 = a \cdot 405,8 + b_1 \cdot 1345,32 + b_2 \cdot 1280,85 \quad \} \times 338,84$$

$$1115,85 = a \cdot 388,84 + b_1 \cdot 1280,85 + b_2 \cdot 1236,54 \quad \} \times 405,8$$

$$451832,1 = a \cdot 157791,3 + b_1 \cdot 523114,2 + b_2 \cdot 498045,7$$

$$\underline{4528119 = a \cdot 157791,3 + b_1 \cdot 5197689 + b_2 \cdot 501787,9}$$

$$979,85 = 0 - 3345,3 + 3742,218$$

6. Mencari b2 dengan persamaan 4 dan 5

$$637,7 = 0 + b_1 \cdot 2145,04 + b_2 \cdot 1034,128 \quad \text{]x} 3742,218$$

$$979,85 = 0 + (-33345,3) + b_2 \cdot 3742,218 \quad \text{]x} 1034,128$$

$$2386412 = 0 + b_1 \cdot 8027207 + b_2 \cdot 3869932$$

$$\underline{1013290 = 0 + b_1 \cdot (-3,4) + b_2 \cdot 3869932}$$

$$1373122 = 0 + 42510516 + 0$$

$$b_1 = 1373122 : 42510516$$

$$= 0,032301$$

Substitusi 6 pada persamaan 4 = $637,7 + 0 + 2146,04 + 1034,128$

$$637,7 + 0 + 69,31872969 + 1034,128$$

$$b_2 = (637,7 - 69,31872969) : 1034,128$$

$$0,549627$$

Selanjutnya diperoleh hasil bahwa variabel

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2$$

$$Y = 637,7 + 0,032301 \cdot X_1 + 0,549627 \cdot X_2$$

b) Mencari koefisien korelasi ganda

Mencari koefisien korelasi antara X_1 , X_2 dan Y dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} R_{yx_1x_2} &= \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1} \cdot r_{yx_2} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}} \\ &= \sqrt{\frac{0,073 + 0,152 - 2 \cdot 0,270 \cdot 0,390 \cdot 0,483}{1 - 0,233}} \\ &= 0,402 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{xy} = 0,402$. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r tabel dengan $N = 124$ dari

taraf signifikansi 5% ($r_{\text{tabel}}=0,178$) dengan criteria pengujiannya adalah jika $r_{xy}>r_{\text{tabel}}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{xy}>r_{\text{tabel}}$ ($0,402>0,178$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi antara tempat (X1) dan bukti fisik (X2) secara bersama-sama terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah.

c) Uji F signifikansi

Sebelum mencari F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 2 dan pembagi 122 (dari $N-2=124-2=122$), maka diperoleh F_{tabel} 5% sebesar 3,07.

$$F = \frac{R^2(N-m-1)}{m(1-R^2)}$$

N = Jumlah responden

M =Jumlah variabel bebas

$$F = \frac{0,161(124-2-1)}{2(1-0,161)}$$

$$=11,6$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

Gambar 4.9 Uji F signifikansi
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.309	2	1.654	11.652	.000 ^a
	Residual	17.181	121	.142		
	Total	20.490	123			

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik, tempat

b. Dependent Variable: keputusan_siswa

Berdasarkan tabel hasil pengujian hipotesis uji ANOVA atau F dengan menggunakan perhitungan analisa regresi berganda menggunakan program SPSS maka, dapat diperoleh F hitung sebesar 11,653 yaitu berarti > (lebih besar dari) F tabel yang bernilai 0,178. Penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak.

2) Kontribusi antara Variabel X₁, X₂ dan Variabel Y (R Square)

Sumbangan efektif dari tempat dan bukti fisik secara bersama-sama terhadap keputusan siswa dengan mencari koefisien determinasi (R Square) terlebih dahulu dengan cara sebagai berikut:

Diketahui r_{xy} 0,402

$$R = (R_{x_1x_2y})^2 \cdot 100\%$$

$$R = (0,402)^2 \cdot 100\%$$

$$R = 0,161$$

$$R = 16\%$$

Gambar 4.10 R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.402 ^a	.161	.148	.37682	.161	11.652	2	121	.000

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik, tempat

Pada tabel model summary , didapat $R=0,161$ menunjukkan bahwa koefisien antara tempat (X1) dan bukti fisik (X2) secara bersama-sama terhadap keputusan siswa (Y). Kemudian nilai R square =0,161 jika diubah dalam bentuk persen adalah 16%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi tempat (X1) dan bukti fisik (X2) secara bersama-sama terhadap keputusan siswa (Y) 16% dan sisanya sebesar 84% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan angket (kuesioner) yang kemudian dianalisis data. Maka untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan suatu hipotesis yaitu tempat dan bukti fisik berpengaruh positif terhadap keputusan siswa.. Hal itu sesuai teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller bahwa keputusan konsumen dapat dipengaruhi *product, price, place, process, promotion, people, and physical evidence*. Persaingan antar Sekolah Menengah Atas/Kejuruan sangatlah ketat, untuk menarik perhatian siswa agar memutuskan bersekolah di suatu lembaga x,

setiap lembaga diharuskan memiliki strategi pemasaran yang tepat agar siswa dapat memutuskan untuk sekolah di lembaga tersebut. Pada umumnya siswa akan memilih sekolah yang memiliki beberapa factor pemasaran yang diunggulkan seperti keterjangkauan tempat dan lengkapnya fasilitas sekolah (bukti fisik) untuk menunjang proses pembelajaran.

Dari hasil perhitungan r_{xy} diformulasikan kedalam hitungan persen (%) yang disebut dengan R Square maka hasilnya pengaruh tempat pendidikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah adalah 7,3% dan sisanya sebesar 92,7% dipengaruhi oleh factor-faktor lain. Hal tersebut menunjukkan korelasi antara tempat terhadap keputusan siswa. Pengaruh bukti fisik terhadap keputusan siswa memilih sekolah sebesar 15% dan sisanya 85% dipengaruhi oleh factor-faktor lain dan pengaruh antara tempat dan bukti fisik secara bersama-sama sebesar 16% dan sisanya 84% dipengaruhi factor-faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Seperti pada penelitian “The Marketing Factors Affecting Student’s Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region” ditulis oleh Kanda Sehanate yang menyatakan bahwa bauran pemasaran (produk, harga, orang, proses, dan bukti fisik) dengan masing-masing nilainya (3.61, 3.56, 3.59, 3.66, dan 3.57) memiliki pengaruh yang besar pada calon konsumen untuk memutuskan memilih lembaga pendidikan. Sedangkan faktor bauran

pemasaran (lokasi dan promosi) dengan masing-masing nilainya (3.48 dan 3.44) hanya memiliki pengaruh sedang, dalam artian tetap dapat mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih lembaga pendidikan akan tetapi tidak sebesar pengaruh faktor bauran pemasaran produk, harga, orang, proses, dan bukti fisik. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian ini.

E. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini pasti terjadi banyak kendala dan hambatan. Hal tersebut bukan karena sebuah kesengajaan akan tetapi adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian.

1. Penelitian ini hanya dilakukan di SMK Muhammadiyah 02 Boja, peneliti mengambil sampel 124 siswa. Oleh karena itu, hasil penelitian ini hanya berlaku siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja
2. Peneliti juga hanya memfokuskan penelitiannya pada tempat dan bukti fisik pendidikan terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja. 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 tempat dan bukti fisik terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja selanjutnya akan disimpulkan sebagai berikut:

1. Besar pengaruh tempat terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja sebesar 7,3% sedangkan 92,7% dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, produk, proses, promosi, dan orang . Karena $F_{hitung} = 9.62 > F_{tabel} = 0.178$ pada taraf signifikansi 5% maka analisis regresi sederhana sebelumnya diperoleh hasil bahwa variabel tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja. Kemudian persamaan regresi dapat dianalisis bahwa $y = 1.9 + 0.29x$. Kemudian koefisien determinasi didapatkan $R_{x_1y} = 0.270$ kemudian nilai R Square = 0.073. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternative (H_a) yang berbunyi “terdapat pengaruh signifikan antara tempat terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja diterima”.

Sementara jawaban responden dari variabel tempat khususnya tentang kebersihan taman sekolah menunjukkan 12.9% dengan kategori sangat setuju. Kemudian jawaban paling sedikit menunjukkan 3,2% dengan kategori sangat

tidak setuju. Hal ini menunjukkan pengaruh kebersihan taman terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja.

2. Besar pengaruh bukti fisik terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja sebesar 15% sedangkan sisanya sebesar 85% keputusan siswa ditentukan oleh faktor lain misalnya produk, proses, promosi, orang, harga, tempat dan sebab-sebab yang lain. Karena $F_{hitung} = 22,0 > F_{tabel} = 0,178$ pada taraf signifikansi 5% dari analisis regresi sederhana sebelumnya diperoleh bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja. Kemudian persamaan regresi dapat dianalisis bahwa $Y = 1.514 + 0.426x$. Kemudian koefisien determinasi didapatkan nilai $R_{x^2y} = 0,390$ dan nilai (R Square) sebesar 0,153. Ini menunjukkan bahwa hipotesis alternative (H_a) yang berbunyi “terdapat pengaruh signifikan antara bukti fisik terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja diterima”.

Sementara jawaban responden dari variabel bukti fisik khususnya tentang WC yang bersih menunjukkan 9,6% dengan kategori sangat setuju. Kemudian jawaban paling sedikit menunjukkan 4% dengan kategori sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan pengaruh WC yang bersih terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja.

3. Besar pengaruh tempat dan bukti fisik secara bersama-sama terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja sebesar 23% sedangkan sisanya sebesar 85% keputusan siswa ditentukan oleh variabel lain misalnya produk, proses, promosi, orang, harga dan sebab-sebab yang lain. Karena $F_{hitung}=11,63 > F_{tabel}=0,178$ pada taraf signifikansi 5%. Dari analisis regresi berganda sebelumnya diperoleh hasil bahwa variabel $Y=637,7+0,032301.X_1+0,549624.X_2$. Kemudian koefisien determinasi didapatkan nilai $R= 0,483$ dan nilai (R Square) sebesar 0,233. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi tempat (X_1) dan bukti fisik (X_2) terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja (Y). Hipotesis alternative (H_a) yang berbunyi “terdapat pengaruh signifikan antara tempat (X_1) dan bukti fisik (X_2) secara bersama-sama terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja (Y) diterima”.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di SMK Muhammadiyah 02 Boja tentang pengaruh yang signifikan antara tempat dan bukti fisik terhadap keputusan siswa memilih SMK, maka penulis menyarankan agar supaya:

1. Tempat dalam jasa pendidikan hanya menyumbang 7,3% terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja

- a. indikator tentang keluasan lahan parkir 37 responden atau 29,8% memilih kategori “Tidak Setuju”, sehingga disarankan SMK Muhammadiyah 02 Boja agar membuat lahan parkir khusus demi kenyamanan siswa.
 - b. Selanjutnya, pada indicator taman sekolah yang bersih terdapat 36 responden atau 29% memilih alternative jawaban “Tidak Setuju”, sehingga disarankan SMK Muhammadiyah 02 Boja meningkatkan kebersihan taman sekolah dengan cara misalnya, membuat program cinta kebersihan sekolah minimal dilaksanakan seminggu sekali.
2. Bukti fisik dalam jasa pendidikan menyumbang 15% terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja. Indikator tentang WC yang bersih terdapat 22 responden atau 17% memilih alternative jawaban “Tidak Setuju”, sehingga SMK Muhammadiyah 02 Boja disarankan agar meningkatkan kebersihan WC sekolah dengan cara misalnya, membuat program cinta kebersihan sekolah minimal dilaksanakan seminggu dua kali.
 3. Tempat dan Bukti Fisik secara bersama- menyumbang 23% sama terhadap keputusan siswa memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja. Melihat jumlah kontribusi variabel tersebut disarankan agar SMK Muhammadiyah memilih strategi yang tepat bagi jasa pendidikan.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari penuh bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Hal tersebut semata-mata bukan karena sebuah kesengajaan melainkan keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan hasil yang telah didapat.

Penulis sangat berterimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir ini baik secara materiil dan non materiil. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait khususnya lembaga pendidikan dan pembaca pada umumnya. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Alma , Buchari dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Ammarit, Natchanan “Factors Influencing Bangkokian Adults’ Decision-Making in Choosing an English Language School”, *International Research E-Journal on Business and Economics* . Vol.2, No. 2, tahun 2016.
- Asiegbu, Ikechukwu F. Igwe, Peace dkk, *Physical Evidence and Marketing Performance of Commercial Airlines in Nigeria* Vol. 2 No. 12; December 2012.
- Assauri dan sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Bungin , M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur’an Tajwid dan Terjemah*, Surabaya: Fajar Mulya, 2010.
- Djudin, Tomo, *Statistika Parametrik: Dasar Pemikiran dan Penerapannya dalam Penelitian*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2013.
- E-book: Human Abid Luthfi *Pengaruh Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Citra Lembaga dalam Perspektif Masyarakat Pengguna di SMP Islam Ak Azhar 14 Semarang*, Semarang: JptainWalisongo Semarang, 2012.
- Jauhari, Heri, *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aplikasi*, Bandung: Pustaka Setia, 2010.
- JavanLabs, <https://tafsirq.com/16-an-nahl/ayat-93> diakses pada tanggal 7 Maret 2018

- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Indonesia: PT Ondeks, 2007.
- Limakrisna, Nandan dan Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis) Edisi 2*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- Lupiyoadi, Rambat dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Rahyubi, Heri, *Teori-teori Belajar dan Aplikasi Pembelajaran Motorik: Deskripsi dan tinjauan Kritis*, Majalengka: Referens, 2012.
- Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Ed. 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Ririn, Mastuti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Rusdianti, Endang, dkk, "Studi Tentang Keputusan Siswa Melanjutkan Studi di Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Kabupaten Semarang", *Artikel*, [http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view File/605/pdf_49](http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/File/605/pdf_49) diakses pada tanggal 27 Maret 2018.
- Seehanate, Kanda "The Marketing Factors Affecting Student's Decision of Choosing Higher Education Institution in South-Northeastern Region", *Review of Integrative Business and Economics Research*. Vol. 6, tahun 2017.
- Sudijono, Anas, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2002.

- Supranto, J dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Mitra Wacana, 2011.
- Supriyani dan Heryanto Susilo, *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Madrasah Aliyah Negeri Tuban*, Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan, Vol. 1 No. 1 Tahun 2016.
- Suranto, *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan dengan Program SPSS*, Semarang: Ghyyas Putra, 2009.
- Sutojo , Siswanto, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Dharma Aksara Persada, 1988.
- Syaodih, Nana, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Tangkilisan, Glendi, dkk, *Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah di SMK N 1 Manado*, Jurnal EMBA, Vol.2 No.4 Desember 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Toatobun, Maimunah, Khaeril, ” Analysis Of Effect Of Promotion Mix, Price, Location, Image Campus, Students Choose The Decision Institute Of Islamic Religious Affairs (IAIN) Ambon”, <http://serialsjournals.com/serialjournalmanager/pdf/1481888565.pdf>, diakses pada tanggal 15 Februari 2018.
- Wati, Ulfa Indah, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 4, No. 7, 2015.
- Wijaya , David, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Wijayanto, Gatot , “The Effect of Service Marketing Mix in Choosing the Decision to Consumer Services Hotel: Studies in Hotel

Grand Zuri Pekanbaru ”*Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol 6 No 5 S5 , tahun 2015.

محمد ابراهيم عميدات . مبادئ التسويق مدخل سلوكي . دار المستقبل . ١٩٩٩ ص ٣٣٨

Lampiran 1

Tabel Distribusi r

n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	10	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	12	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	15	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	17	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	20	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	30	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	40	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	50	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	60	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Tabel distribusi F

V ₁ = dk Pembilang	V ₂ = dk Pembilang																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0	
1	461	200	215	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	246	248	249	250	251	252	253	253	254	254	254	254
2	4.052	4.589	5.403	5.825	5.784	5.859	5.928	5.981	6.022	6.055	6.082	6.106	6.142	6.169	6.203	6.234	6.259	6.286	6.302	6.323	6.334	6.352	6.361	6.366	
3	18,51	19,00	19,16	19,25	19,30	19,33	19,36	19,37	19,38	19,39	19,4	19,41	19,42	19,43	19,44	19,45	19,45	19,47	19,47	19,48	19,49	19,49	19,50	19,50	
4	58,48	62,00	69,17	72,45	70,71	70,24	70,91	71,67	72,49	73,34	74,23	75,16	76,12	77,10	78,10	79,14	80,21	81,31	82,44	83,60	84,79	86,01	87,25	88,51	
5	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,88	8,84	8,81	8,78	8,76	8,74	8,71	8,69	8,66	8,64	8,62	8,60	8,58	8,57	8,56	8,54	8,54	8,53	
6	34,12	30,81	29,46	28,71	28,24	27,91	27,67	27,49	27,34	27,23	27,13	27,05	26,92	26,83	26,69	26,59	26,50	26,41	26,35	26,27	26,23	26,18	26,14	26,12	
7	7,71	6,94	6,59	6,39	6,28	6,16	6,09	6,04	6,00	5,95	5,93	5,91	5,87	5,84	5,80	5,77	5,74	5,71	5,70	5,68	5,66	5,65	5,64	5,63	
8	21,20	18,00	16,69	15,98	15,52	15,21	14,98	14,80	14,66	14,54	14,45	14,37	14,24	14,15	14,02	13,93	13,83	13,74	13,69	13,61	13,57	13,52	13,48	13,46	
9	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,78	4,74	4,70	4,68	4,64	4,60	4,56	4,53	4,50	4,46	4,44	4,42	4,40	4,39	4,37	4,36	
10	16,25	13,27	12,06	11,39	10,97	10,67	10,45	10,27	10,15	10,05	9,96	9,89	9,77	9,68	9,55	9,47	9,38	9,29	9,24	9,17	9,13	9,07	9,04	9,02	
11	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,03	4,00	3,96	3,92	3,87	3,84	3,81	3,77	3,75	3,72	3,71	3,69	3,68	3,67	
12	13,74	10,92	9,76	9,15	8,75	8,47	8,26	8,10	7,98	7,87	7,79	7,72	7,60	7,52	7,39	7,31	7,23	7,14	7,09	7,02	6,94	6,94	6,90	6,88	
13	5,59	4,74	4,35	4,14	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60	3,57	3,51	3,48	3,44	3,41	3,38	3,34	3,32	3,29	3,28	3,25	3,24	3,23	
14	12,25	9,65	8,45	7,85	7,46	7,19	7,00	6,84	6,71	6,62	6,54	6,47	6,35	6,27	6,15	6,07	5,98	5,90	5,85	5,78	5,75	5,70	5,67	5,65	
15	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,34	3,31	3,28	3,23	3,20	3,15	3,12	3,08	3,05	3,03	3,00	2,98	2,95	2,94	2,93	
16	11,26	8,65	7,59	7,01	6,63	6,37	6,19	6,03	5,91	5,82	5,74	5,67	5,56	5,48	5,35	5,28	5,20	5,11	5,06	5,00	4,96	4,91	4,88	4,86	
17	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,13	3,10	3,07	3,02	2,98	2,93	2,90	2,86	2,82	2,80	2,77	2,76	2,73	2,72	2,71	
18	10,56	8,02	6,99	6,42	6,05	5,80	5,62	5,47	5,35	5,25	5,18	5,11	5,00	4,92	4,80	4,73	4,64	4,56	4,51	4,45	4,41	4,36	4,33	4,31	
19	4,95	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,97	2,94	2,91	2,86	2,82	2,77	2,74	2,70	2,67	2,64	2,61	2,59	2,56	2,55	2,54	
20	10,04	7,56	6,55	5,99	5,64	5,39	5,21	5,06	4,95	4,85	4,78	4,71	4,60	4,52	4,41	4,33	4,25	4,17	4,12	4,05	4,01	3,96	3,93	3,91	
21	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,89	2,85	2,82	2,79	2,74	2,70	2,65	2,61	2,57	2,53	2,50	2,47	2,45	2,42	2,41	2,40	
22	9,85	7,20	6,22	5,67	5,32	5,07	4,89	4,74	4,63	4,54	4,46	4,40	4,29	4,21	4,10	4,02	3,94	3,86	3,80	3,74	3,70	3,66	3,62	3,60	

V _z =dk Penyebut	V _i = dk pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
12	4,75	3,88	3,49	3,26	3,11	3,00	2,92	2,85	2,80	2,76	2,72	2,69	2,64	2,60	2,54	2,50	2,46	2,42	2,40	2,36	2,35	2,32	2,31	2,30
13	9,33	6,93	5,95	5,41	5,06	4,82	4,65	4,50	4,39	4,30	4,22	4,16	4,05	3,98	3,86	3,78	3,70	3,61	3,56	3,49	3,46	3,41	3,38	3,36
14	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,55	2,51	2,46	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,22	2,21
15	9,07	6,71	5,74	5,20	4,86	4,62	4,44	4,30	4,19	4,10	4,02	3,96	3,85	3,78	3,67	3,59	3,51	3,42	3,37	3,30	3,27	3,21	3,18	3,16
16	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,77	2,70	2,65	2,60	2,56	2,53	2,48	2,44	2,39	2,35	2,31	2,27	2,24	2,21	2,19	2,16	2,14	2,13
17	8,66	6,51	5,56	5,03	4,69	4,46	4,28	4,14	4,03	3,94	3,86	3,80	3,70	3,62	3,51	3,43	3,34	3,26	3,21	3,14	3,11	3,06	3,02	3,00
18	4,54	3,68	3,29	3,05	2,90	2,79	2,70	2,64	2,59	2,55	2,51	2,48	2,43	2,39	2,33	2,29	2,25	2,21	2,18	2,15	2,12	2,10	2,08	2,07
19	8,68	6,36	5,42	4,89	4,55	4,32	4,14	4,00	3,89	3,80	3,73	3,67	3,56	3,48	3,36	3,29	3,20	3,12	3,07	3,00	2,97	2,92	2,89	2,87
20	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,45	2,42	2,37	2,33	2,28	2,24	2,20	2,16	2,13	2,09	2,07	2,04	2,02	2,01
21	8,53	6,23	5,29	4,77	4,44	4,20	4,03	3,89	3,78	3,69	3,61	3,55	3,45	3,37	3,25	3,18	3,10	3,01	2,96	2,89	2,86	2,80	2,77	2,75
22	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,62	2,55	2,50	2,45	2,41	2,38	2,33	2,29	2,23	2,19	2,15	2,11	2,08	2,04	2,02	1,99	1,97	1,95
23	8,40	6,11	5,18	4,67	4,34	4,10	3,93	3,79	3,68	3,59	3,52	3,45	3,35	3,27	3,16	3,08	3,00	2,92	2,86	2,79	2,76	2,70	2,67	2,65
24	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,37	2,34	2,29	2,25	2,19	2,15	2,11	2,07	2,04	2,00	1,98	1,95	1,93	1,92
25	8,28	6,01	5,09	4,58	4,25	4,01	3,85	3,71	3,60	3,51	3,44	3,37	3,27	3,19	3,07	3,00	2,91	2,83	2,78	2,71	2,68	2,62	2,59	2,57
26	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,55	2,48	2,43	2,38	2,34	2,31	2,26	2,21	2,15	2,11	2,07	2,02	2,00	1,96	1,94	1,91	1,90	1,88
27	8,18	5,93	5,01	4,50	4,17	3,94	3,77	3,63	3,52	3,43	3,36	3,30	3,19	3,12	3,00	2,92	2,84	2,76	2,70	2,63	2,60	2,54	2,51	2,49
28	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,52	2,45	2,40	2,35	2,31	2,28	2,23	2,18	2,12	2,08	2,04	1,99	1,96	1,92	1,90	1,87	1,85	1,84
29	8,10	5,85	4,94	4,43	4,1	3,87	3,71	3,56	3,45	3,37	3,30	3,23	3,13	3,05	2,94	2,86	2,77	2,69	2,63	2,56	2,53	2,47	2,44	2,42
30	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,28	2,25	2,20	2,15	2,09	2,05	2,00	1,96	1,93	1,89	1,87	1,84	1,82	1,81
31	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51	3,40	3,31	3,24	3,17	3,07	2,99	2,88	2,80	2,72	2,63	2,58	2,51	2,47	2,42	2,38	2,36
32	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,47	2,40	2,35	2,30	2,26	2,23	2,18	2,13	2,07	2,03	1,99	1,93	1,91	1,87	1,84	1,81	1,80	1,78
33	7,94	5,72	4,82	4,31	3,99	3,76	3,59	3,45	3,35	3,26	3,18	3,12	3,02	2,94	2,83	2,75	2,68	2,58	2,53	2,46	2,42	2,37	2,33	2,31
34	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,45	2,38	2,32	2,28	2,24	2,20	2,14	2,10	2,04	2,00	1,96	1,91	1,88	1,84	1,82	1,79	1,77	1,76
35	7,88	5,66	4,76	4,26	3,94	3,71	3,54	3,41	3,30	3,21	3,14	3,07	2,97	2,89	2,78	2,70	2,62	2,53	2,48	2,41	2,37	2,32	2,28	2,26
36	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,43	2,36	2,30	2,26	2,22	2,18	2,13	2,09	2,02	1,98	1,94	1,89	1,86	1,82	1,80	1,76	1,74	1,73
37	7,82	5,61	4,72	4,22	3,90	3,67	3,50	3,36	3,25	3,17	3,09	3,03	2,93	2,85	2,74	2,66	2,58	2,49	2,44	2,36	2,33	2,27	2,23	2,21

V ₂ = dk Penyebut	V ₁ = dk pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
25	4,24	3,38	2,99	2,76	2,60	2,49	2,41	2,34	2,28	2,24	2,20	2,16	2,11	2,06	2,00	1,96	1,92	1,87	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72	1,71
	7,77	5,57	4,68	4,18	3,86	3,63	3,46	3,32	3,21	3,13	3,05	2,99	2,89	2,81	2,70	2,62	2,54	2,45	2,40	2,32	2,29	2,23	2,19	2,17
26	4,22	3,34	2,98	2,74	2,59	2,47	2,39	2,32	2,27	2,22	2,18	2,15	2,10	2,05	1,99	1,95	1,90	1,85	1,82	1,78	1,76	1,72	1,70	1,69
	7,72	5,53	4,64	4,14	3,82	3,59	3,42	3,29	3,17	3,09	3,02	2,96	2,86	2,77	2,66	2,58	2,50	2,41	2,36	2,28	2,25	2,19	2,15	2,13
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57	2,46	2,37	2,30	2,25	2,20	2,16	2,13	2,08	2,03	1,97	1,93	1,88	1,84	1,80	1,76	1,74	1,71	1,68	1,67
	7,68	5,49	4,60	4,11	3,79	3,56	3,39	3,26	3,14	3,06	2,98	2,93	2,83	2,74	2,63	2,55	2,47	2,38	2,33	2,25	2,21	2,16	2,12	2,10
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56	2,44	2,36	2,29	2,24	2,19	2,15	2,12	2,06	2,02	1,96	1,91	1,87	1,81	1,78	1,75	1,72	1,69	1,67	1,65
	7,64	5,45	4,57	4,07	3,76	3,53	3,36	3,23	3,11	3,03	2,95	2,90	2,80	2,71	2,60	2,52	2,44	2,35	2,30	2,22	2,18	2,13	2,09	2,06
29	4,18	3,33	2,93	2,70	2,54	2,43	2,35	2,28	2,22	2,18	2,14	2,10	2,05	2,00	1,94	1,90	1,85	1,80	1,77	1,73	1,71	1,68	1,65	1,64
	7,60	5,42	4,54	4,04	3,73	3,50	3,33	3,20	3,08	3,00	2,92	2,87	2,77	2,68	2,57	2,49	2,41	2,32	2,27	2,19	2,15	2,10	2,06	2,03
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,34	2,27	2,21	2,16	2,12	2,09	2,04	1,99	1,93	1,89	1,84	1,79	1,76	1,72	1,69	1,66	1,64	1,62
	7,56	5,39	4,51	4,02	3,70	3,47	3,30	3,17	3,06	2,98	2,90	2,84	2,74	2,66	2,55	2,47	2,38	2,29	2,24	2,16	2,13	2,07	2,03	2,01
32	4,15	3,30	2,90	2,67	2,51	2,40	2,32	2,25	2,19	2,14	2,10	2,07	2,02	1,97	1,91	1,86	1,82	1,76	1,74	1,69	1,67	1,64	1,61	1,59
	7,50	5,34	4,46	3,97	3,66	3,42	3,25	3,12	3,01	2,94	2,86	2,80	2,70	2,62	2,51	2,42	2,34	2,25	2,20	2,12	2,08	2,02	1,98	1,96
34	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49	2,38	2,30	2,23	2,17	2,12	2,08	2,05	2,00	1,95	1,89	1,84	1,80	1,74	1,71	1,67	1,64	1,61	1,59	1,57
	7,44	5,29	4,42	3,93	3,61	3,38	3,21	3,08	2,97	2,89	2,82	2,76	2,66	2,58	2,47	2,38	2,30	2,21	2,15	2,08	2,04	1,98	1,94	1,91
36	4,11	3,25	2,85	2,63	2,48	2,36	2,28	2,21	2,15	2,10	2,06	2,03	1,98	1,93	1,87	1,82	1,78	1,72	1,69	1,65	1,62	1,59	1,56	1,55
	7,39	5,25	4,38	3,89	3,58	3,35	3,18	3,04	2,94	2,86	2,78	2,72	2,62	2,54	2,43	2,35	2,26	2,17	2,12	2,04	2,00	1,94	1,9	1,87
38	4,10	3,25	2,85	2,62	2,46	2,35	2,26	2,19	2,14	2,09	2,05	2,02	1,96	1,92	1,85	1,80	1,76	1,71	1,67	1,63	1,6	1,57	1,54	1,53
	7,35	5,21	4,34	3,86	3,54	3,32	3,15	3,02	2,91	2,82	2,75	2,69	2,59	2,51	2,40	2,32	2,22	2,14	2,08	2,00	1,97	1,90	1,86	1,84
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,07	2,04	2,00	1,95	1,90	1,84	1,79	1,74	1,69	1,66	1,61	1,59	1,55	1,53	1,51
	7,31	5,18	4,31	3,83	3,51	3,29	3,12	2,99	2,88	2,80	2,73	2,66	2,56	2,49	2,37	2,29	2,20	2,11	2,05	1,97	1,94	1,88	1,84	1,81
42	4,07	3,22	2,83	2,60	2,44	2,32	2,24	2,17	2,11	2,06	2,02	1,99	1,94	1,89	1,82	1,78	1,73	1,68	1,64	1,6	1,57	1,54	1,51	1,49
	7,27	5,15	4,29	3,80	3,49	3,26	3,10	2,96	2,86	2,77	2,70	2,64	2,54	2,46	2,35	2,26	2,17	2,08	2,02	1,94	1,91	1,85	1,80	1,78
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43	2,31	2,23	2,16	2,10	2,05	2,01	1,98	1,92	1,88	1,81	1,76	1,72	1,66	1,63	1,58	1,56	1,52	1,50	1,48
	7,24	5,12	4,26	3,78	3,46	3,24	3,07	2,94	2,84	2,75	2,68	2,62	2,52	2,44	2,32	2,24	2,15	2,06	2,00	1,92	1,88	1,82	1,78	1,75
46	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42	2,30	2,22	2,14	2,09	2,04	2,00	1,97	1,91	1,87	1,80	1,75	1,71	1,65	1,62	1,57	1,54	1,51	1,48	1,46
	7,21	5,10	4,24	3,76	3,44	3,22	3,05	2,92	2,82	2,73	2,66	2,60	2,50	2,42	2,30	2,22	2,13	2,04	1,98	1,90	1,86	1,80	1,76	1,72

Vz= dk Penyebut	Vi = dk pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
48	4,04	3,19	2,80	2,56	2,41	2,30	2,21	2,14	2,08	2,03	1,99	1,96	1,90	1,86	1,79	1,74	1,70	1,64	1,61	1,56	1,53	1,50	1,47	1,45
	7,19	5,08	4,22	3,74	3,42	3,20	3,04	2,90	2,80	2,71	2,64	2,58	2,48	2,40	2,28	2,20	2,11	2,02	1,96	1,88	1,84	1,78	1,73	1,70
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,98	1,95	1,90	1,85	1,78	1,74	1,69	1,63	1,60	1,55	1,52	1,48	1,46	1,44
	7,17	5,06	4,20	3,72	3,41	3,18	3,02	2,88	2,78	2,70	2,62	2,56	2,46	2,39	2,26	2,18	2,10	2,00	1,94	1,86	1,82	1,76	1,71	1,68
55	4,02	3,17	2,78	2,54	2,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00	1,97	1,93	1,88	1,83	1,76	1,72	1,67	1,61	1,58	1,52	1,50	1,46	1,43	1,41
	7,12	5,01	4,16	3,68	3,37	3,15	2,98	2,85	2,75	2,66	2,59	2,53	2,43	2,35	2,23	2,15	2,06	1,96	1,90	1,82	1,78	1,71	1,66	1,64
60	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,95	1,92	1,88	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,56	1,50	1,48	1,44	1,41	1,39
	7,08	4,98	4,13	3,65	3,34	3,12	2,95	2,82	2,72	2,63	2,56	2,50	2,40	2,32	2,20	2,12	2,03	1,93	1,87	1,79	1,74	1,68	1,63	1,60
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,24	2,15	2,09	2,02	1,98	1,94	1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,54	1,49	1,46	1,42	1,39	1,37
	7,04	4,95	4,10	3,62	3,31	3,09	2,93	2,79	2,70	2,61	2,54	2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,84	1,76	1,71	1,64	1,60	1,56
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,14	2,07	2,01	1,97	1,93	1,89	1,84	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,53	1,47	1,45	1,40	1,37	1,35
	7,01	2,92	4,08	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51	2,45	2,35	2,28	2,15	2,07	1,98	1,88	1,82	1,74	1,69	1,62	1,56	1,53
80	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,91	1,88	1,82	1,77	1,70	1,65	1,60	1,54	1,51	1,45	1,42	1,38	1,35	1,32
	6,96	4,88	4,04	3,56	3,25	3,04	2,87	2,74	2,64	2,55	2,48	2,41	2,32	2,24	2,11	2,03	1,94	1,84	1,78	1,70	1,65	1,57	1,52	1,49
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,88	1,85	1,79	1,75	1,68	1,63	1,57	1,51	1,48	1,42	1,39	1,34	1,30	1,28
	6,90	4,82	3,98	3,51	3,20	2,99	2,82	2,69	2,59	2,51	2,43	2,36	2,26	2,19	2,06	1,98	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,43
125	3,92	3,07	2,68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90	1,86	1,83	1,77	1,72	1,65	1,60	1,55	1,49	1,45	1,39	1,36	1,31	1,27	1,25
	6,84	4,78	3,94	3,47	3,17	2,95	2,79	2,65	2,56	2,47	2,40	2,33	2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,46	1,40	1,37
150	3,91	3,06	2,67	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89	1,85	1,82	1,76	1,71	1,64	1,59	1,54	1,47	1,44	1,37	1,34	1,29	1,25	1,22
	6,81	4,75	3,91	3,44	3,14	2,92	2,76	2,62	2,53	2,44	2,37	2,30	2,2	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33
200	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,8	1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,45	1,42	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19
	6,76	4,71	3,88	3,41	3,11	2,9	2,73	2,60	2,50	2,41	2,34	2,28	2,17	2,09	1,97	1,88	1,79	1,69	1,62	1,53	1,48	1,39	1,33	1,28
400	3,86	3,02	2,62	2,39	2,23	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,78	1,72	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,16	1,13
	6,70	4,66	3,83	3,36	3,06	2,85	2,69	2,55	2,46	2,37	2,29	2,23	2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,24	1,19
1000	3,85	3,00	2,61	2,38	2,22	2,10	2,02	1,95	1,89	1,84	1,80	1,76	1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,36	1,30	1,26	1,19	1,13	1,08
	6,66	4,62	3,80	3,34	3,04	2,82	2,66	2,53	2,43	2,34	2,26	2,20	2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,19	1,11
?	3,84	2,99	2,60	2,37	2,21	2,09	2,01	1,94	1,88	1,83	1,79	1,75	1,69	1,64	1,57	1,52	1,46	1,40	1,35	1,28	1,24	1,17	1,11	1,00
	6,64	4,60	3,78	3,32	3,02	2,80	2,64	2,51	2,41	2,32	2,24	2,18	2,07	1,99	1,87	1,79	1,69	1,59	1,52	1,41	1,36	1,25	1,15	1,00

Lampiran 3

Daftar Nilai Kritis Distribusi T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
1	1,000000	3,077684	6,313752	12,706205	31,820516	63,656741	318,308839
2	0,816497	1,885618	2,919986	4,302653	6,964557	9,924843	22,327125
3	0,764892	1,637744	2,353363	3,182446	4,540703	5,840909	10,214532
4	0,740697	1,533206	2,131847	2,776445	3,746947	4,604095	7,173182
5	0,726687	1,475884	2,015048	2,570582	3,364930	4,032143	5,893430
6	0,717558	1,439756	1,943180	2,446912	3,142668	3,707428	5,207626
7	0,711142	1,414924	1,894579	2,364624	2,997952	3,499483	4,785290
8	0,706387	1,396815	1,859548	2,306004	2,896459	3,355387	4,500791
9	0,702722	1,383029	1,833113	2,262157	2,821438	3,249836	4,296806
10	0,699812	1,372184	1,812461	2,228139	2,763769	3,169273	4,143700
11	0,697445	1,363430	1,795885	2,200985	2,718079	3,105807	4,024701
12	0,695483	1,356217	1,782288	2,178813	2,680998	3,054540	3,929633
13	0,693829	1,350171	1,770933	2,160369	2,650309	3,012276	3,851982
14	0,692417	1,345030	1,761310	2,144787	2,624494	2,976843	3,787390
15	0,691197	1,340606	1,753050	2,131450	2,602480	2,946713	3,732834
16	0,690132	1,336757	1,745884	2,119905	2,583487	2,920782	3,686155
17	0,689195	1,333379	1,739607	2,109816	2,566934	2,898231	3,645767
18	0,688364	1,330391	1,734064	2,100922	2,552380	2,878440	3,610485
19	0,687621	1,327728	1,729133	2,093024	2,539483	2,860935	3,579400
20	0,686954	1,325341	1,724718	2,085963	2,527977	2,845430	3,551808
21	0,686352	1,323188	1,720743	2,079614	2,517648	2,831360	3,527154
22	0,685805	1,321237	1,717144	2,073873	2,508325	2,818756	3,504992
23	0,685306	1,319460	1,713872	2,068658	2,499867	2,807336	3,484964
24	0,684850	1,317836	1,710882	2,063899	2,492159	2,796940	3,466777
25	0,684430	1,316345	1,708141	2,059539	2,485107	2,787436	3,450189
26	0,684043	1,314972	1,705618	2,055529	2,478630	2,778715	3,434997
27	0,683685	1,313703	1,703288	2,051831	2,472660	2,770683	3,421034
28	0,683353	1,312527	1,701131	2,048407	2,467140	2,763262	3,408155
29	0,683044	1,311434	1,699127	2,045230	2,462021	2,756386	3,396240
30	0,682756	1,310415	1,697261	2,042272	2,457262	2,749996	3,385185
31	0,682486	1,309464	1,695519	2,039513	2,452824	2,744042	3,374899
32	0,682234	1,308573	1,693889	2,036933	2,448678	2,738481	3,365306
33	0,681997	1,307737	1,692360	2,034515	2,444794	2,733277	3,356337
34	0,681774	1,306952	1,690924	2,032245	2,441150	2,728394	3,347934
35	0,681564	1,306212	1,689572	2,030108	2,437723	2,723806	3,340045
36	0,681366	1,305514	1,688298	2,028094	2,434494	2,719485	3,332624
37	0,681178	1,304854	1,687094	2,026192	2,431447	2,715409	3,325631
38	0,681001	1,304230	1,685954	2,024394	2,428568	2,711558	3,319030
39	0,680833	1,303639	1,684875	2,022691	2,425841	2,707913	3,312788
40	0,680673	1,303077	1,683851	2,021075	2,423257	2,704459	3,306878

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
41	0,680521	1,302543	1,682878	2,019541	2,420803	2,701181	3,301273
42	0,680376	1,302035	1,681952	2,018082	2,418470	2,698066	3,295951
43	0,680238	1,301552	1,681071	2,016692	2,416250	2,695102	3,290890
44	0,680107	1,301090	1,680230	2,015368	2,414134	2,692278	3,286072
45	0,679981	1,300649	1,679427	2,014103	2,412116	2,689585	3,281480
46	0,679861	1,300228	1,678660	2,012896	2,410188	2,687013	3,277098
47	0,679746	1,299825	1,677927	2,011741	2,408345	2,684556	3,272912
48	0,679635	1,299439	1,677224	2,010635	2,406581	2,682204	3,268910
49	0,679530	1,299069	1,676551	2,009575	2,404892	2,679952	3,265079
50	0,679428	1,298714	1,675905	2,008559	2,403272	2,677793	3,261409
51	0,679331	1,298373	1,675285	2,007584	2,401718	2,675722	3,257890
52	0,679237	1,298045	1,674689	2,006647	2,400225	2,673734	3,254512
53	0,679147	1,297730	1,674116	2,005746	2,398790	2,671823	3,251268
54	0,679060	1,297426	1,673565	2,004879	2,397410	2,669985	3,248149
55	0,678977	1,297134	1,673034	2,004045	2,396081	2,668216	3,245149
56	0,678896	1,296853	1,672522	2,003241	2,394801	2,666512	3,242261
57	0,678818	1,296581	1,672029	2,002465	2,393568	2,664870	3,239478
58	0,678743	1,296319	1,671553	2,001717	2,392377	2,663287	3,236795
59	0,678671	1,296066	1,671093	2,000995	2,391229	2,661759	3,234207
60	0,678601	1,295821	1,670649	2,000298	2,390119	2,660283	3,231709
61	0,678533	1,295585	1,670219	1,999624	2,389047	2,658857	3,229296
62	0,678467	1,295356	1,669804	1,998972	2,388011	2,657479	3,226964
63	0,678404	1,295134	1,669402	1,998341	2,387008	2,656145	3,224709
64	0,678342	1,294920	1,669013	1,997730	2,386037	2,654854	3,222527
65	0,678283	1,294712	1,668636	1,997138	2,385097	2,653604	3,220414
66	0,678225	1,294511	1,668271	1,996564	2,384186	2,652394	3,218368
67	0,678169	1,294315	1,667916	1,996008	2,383302	2,651220	3,216386
68	0,678115	1,294126	1,667572	1,995469	2,382446	2,650081	3,214463
69	0,678062	1,293942	1,667239	1,994945	2,381615	2,648977	3,212599
70	0,678011	1,293763	1,666914	1,994437	2,380807	2,647905	3,210789
71	0,677961	1,293589	1,666600	1,993943	2,380024	2,646863	3,209032
72	0,677912	1,293421	1,666294	1,993464	2,379262	2,645852	3,207326
73	0,677865	1,293256	1,665996	1,992997	2,378522	2,644869	3,205668
74	0,677820	1,293097	1,665707	1,992543	2,377802	2,643913	3,204056
75	0,677775	1,292941	1,665425	1,992102	2,377102	2,642983	3,202489
76	0,677732	1,292790	1,665151	1,991673	2,376420	2,642078	3,200964
77	0,677689	1,292643	1,664885	1,991254	2,375757	2,641198	3,199480
78	0,677648	1,292500	1,664625	1,990847	2,375111	2,640340	3,198035
79	0,677608	1,292360	1,664371	1,990450	2,374482	2,639505	3,196628
80	0,677569	1,292224	1,664125	1,990063	2,373868	2,638691	3,195258

df	One-Tailed Test						
	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	Two-Tailed Test						
	0.50	0.20	0.10	0.05	0.02	0.01	0.002
81	0,677531	1,292091	1,663884	1,989686	2,373270	2,637897	3,193922
82	0,677493	1,291961	1,663649	1,989319	2,372687	2,637123	3,192619
83	0,677457	1,291835	1,663420	1,988960	2,372119	2,636369	3,191349
84	0,677422	1,291711	1,663197	1,988610	2,371564	2,635632	3,190111
85	0,677387	1,291591	1,662978	1,988268	2,371022	2,634914	3,188902
86	0,677353	1,291473	1,662765	1,987934	2,370493	2,634212	3,187722
87	0,677320	1,291358	1,662557	1,987608	2,369977	2,633527	3,186569
88	0,677288	1,291246	1,662354	1,987290	2,369472	2,632858	3,185444
89	0,677256	1,291136	1,662155	1,986979	2,368979	2,632204	3,184345
90	0,677225	1,291029	1,661961	1,986675	2,368497	2,631565	3,183271
91	0,677195	1,290924	1,661771	1,986377	2,368026	2,630940	3,182221
92	0,677166	1,290821	1,661585	1,986086	2,367566	2,630330	3,181194
93	0,677137	1,290721	1,661404	1,985802	2,367115	2,629732	3,180191
94	0,677109	1,290623	1,661226	1,985523	2,366674	2,629148	3,179209
95	0,677081	1,290527	1,661052	1,985251	2,366243	2,628576	3,178248
96	0,677054	1,290432	1,660881	1,984984	2,365821	2,628016	3,177308
97	0,677027	1,290340	1,660715	1,984723	2,365407	2,627468	3,176387
98	0,677001	1,290250	1,660551	1,984467	2,365002	2,626931	3,175486
99	0,676976	1,290161	1,660391	1,984217	2,364606	2,626405	3,174604
100	0,676951	1,290075	1,660234	1,983972	2,364217	2,625891	3,173739
101	0,676927	1,289990	1,660081	1,983731	2,363837	2,625386	3,172893
102	0,676903	1,289907	1,659930	1,983495	2,363464	2,624891	3,172063
103	0,676879	1,289825	1,659782	1,983264	2,363098	2,624407	3,171250
104	0,676856	1,289745	1,659637	1,983038	2,362739	2,623932	3,170452
105	0,676833	1,289666	1,659495	1,982815	2,362388	2,623465	3,169670
106	0,676811	1,289589	1,659356	1,982597	2,362043	2,623008	3,168904
107	0,676790	1,289514	1,659219	1,982383	2,361704	2,622560	3,168152
108	0,676768	1,289439	1,659085	1,982173	2,361372	2,622120	3,167414
109	0,676747	1,289367	1,658953	1,981967	2,361046	2,621688	3,166690
110	0,676727	1,289295	1,658824	1,981765	2,360726	2,621265	3,165979
111	0,676706	1,289225	1,658697	1,981567	2,360412	2,620849	3,165282
112	0,676687	1,289156	1,658573	1,981372	2,360104	2,620440	3,164597
113	0,676667	1,289088	1,658450	1,981180	2,359801	2,620039	3,163925
114	0,676648	1,289022	1,658330	1,980992	2,359504	2,619645	3,163265
115	0,676629	1,288957	1,658212	1,980808	2,359212	2,619258	3,162616
116	0,676611	1,288892	1,658096	1,980626	2,358924	2,618878	3,161979
117	0,676592	1,288829	1,657982	1,980448	2,358642	2,618504	3,161353
118	0,676575	1,288767	1,657870	1,980272	2,358365	2,618137	3,160738
119	0,676557	1,288706	1,657759	1,980100	2,358093	2,617776	3,160133
120	0,676540	1,288646	1,657651	1,979930	2,357825	2,617421	3,159539

Lampiran 4

Perhitungan SPSS

Korelasi X_1Y

Correlations

		tempat	VAR00001
tempat	Pearson Correlation	1	.270**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	124	124
VAR00001	Pearson Correlation	.270**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	124	124

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

Uji F X_1Y

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1) Regression	1.499	1	1.499	9.627	.002 ^a
Residual	18.991	122	.156		
Total	20.490	123			

a. Predictors: (Constant), tempat

b. Dependent Variable: keputusan_siswa

Uji T (parsial) X_1Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1(Constant)	1.888	.312		6.043	.000	1.269	2.506
tempat	.294	.095	.270	3.103	.002	.107	.482

a. Dependent Variable: keputusan_siswa

Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.270 ^a	.073	.066	.39455	.073	9.627	1	122	.002

a. Predictors: (Constant), tempat

b. Dependent Variable:
keputusan_siswa

Korelasi X_2Y

Correlations

		bukti_fisik	keputusan_siswa
bukti_fisik	Pearson Correlation	1	.391**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	124	124
keputusan_siswa	Pearson Correlation	.391**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	124	124

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

Uji F X₂Y

ANOVA^p

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.134	1	3.134	22.027	.000 ^a
	Residual	17.356	122	.142		
	Total	20.490	123			

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik

b. Dependent Variable: keputusan_siswa

Uji T (parsial) X₂Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1.515	.287		5.282	.000	.947	2.082
	bukti_fisik	.426	.091	.391	4.693	.000	.246	.606

a. Dependent Variable: keputusan_siswa

Koefisien Determinasi (R square) X₂Y

Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.391 ^a	.153	.146	.37718	.153	22.027	1	122	.000

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik

b. Dependent Variable: keputusan_siswa

Uji F signifikansi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.309	2	1.654	11.652	.000 ^a
	Residual	17.181	121	.142		
	Total	20.490	123			

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik, tempat

b. Dependent Variable: keputusan_siswa

Koefisien Determinasi (R square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.402 ^a	.161	.148	.37682	.161	11.652	2	121	.000

a. Predictors: (Constant), bukti_fisik, tempat

Lampiran 5

Petunjuk Pengisian Angket

Angket Pengaruh Tempat dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja

Assalamualaikum, wr. wb.

Dimohon siswa SMK Muhammadiyah 02 Boja untuk mengisi penelitian “Pengaruh Tempat dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja”.

Petunjuk dan keterangan pengisian angket:

1. Pilihlah salah satu alternative yang benar-benar sesuai dengan keadaan dan kenyataan diri anda, bukan dengan apa yang seharusnya
2. Berikan tanda centang (V) pada salah satu yang telah disediakan:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
3. Dalam memilih jawaban siswa tidak perlu takut salah karena semua jawaban diterima
4. Kerahasiaan identitas siswa terjaga dan kami jamin
Nama :.....
Jurusan :.....
Kelas :.....

A. Variabel Tempat Pendidikan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Lokasi SMK Muhammadiyah 02 Boja mudah dijangkau oleh transportasi				
2	Lokasi SMK Muhammadiyah 02 Boja dapat diakses melalui internet (GPS)				
3	SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki lahan parkir yang luas				
4	SMK Muhammadiyah 02 Boja				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
	memiliki keamanan lingkungan sekolah (satpam)				
5	SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki taman yang nyaman				

B. Variabel Bukti Fisik Pendidikan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki gedung yang menarik				
2	SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki gedung pengembang bakat dan minat				
3	SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki ruang kelas yang nyaman				
4	SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki ruang ibadah yang nyaman				
5	SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki WC yang bersih				
6	Untuk menuju SMK Muhammadiyah 02 Boja terdapat petunjuk arah yang jelas				
7	SMK Muhammadiyah 02 Boja memiliki disiplin yang tinggi dalam berpakaian				

C. Variabel Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya memilih sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja sesuai dengan kebutuhan saya				
2	Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari keluarga				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
3	Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari teman				
4	Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari tetangga				
5	Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari iklan				
6	Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari brosur				
7	Saya memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja berdasarkan informasi dari pamflet				
8	Saya memutuskan untuk sekolah di SMK Muhammadiyah 02 Boja karena banyaknya pilihan jurusan				

Lampiran 6



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

Nomor: B-4846 /Un.10.3/J3/TL.00/ 05 /2018

Semarang, 10 Mei 2018

Lamp :

Hal : **Mohon Izin Riset**

An. : Romdonah

NIM : 1403036073

Kepada

Yth. Kepala SMK Muhammadiyah 02 Boja

di Tempat

Assalamu 'alaikum wb.wb.

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, bersama ini kami hadapkan mahasiswa:

Nama : Romdonah

NIM : 1403036073

Alamat : Desa Peron Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal

Judul Skripsi : **"Pengaruh Tempat dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 02 Boja"**

Pembimbing : 1. Dr. Fatkuroji, M. Pd.

: 2. Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.

Mahasiswa tersebut membutuhkan data-data dengan tema/judul skripsi yang sedang disusun, oleh karena itu kami mohon mahasiswa tersebut diijinkan melaksanakan riset selama tiga puluh hari, pada tanggal 11 Mei 2018-11 Juni 2018.

Demikian atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Sdr. Disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

An. Dekan
Dekan Bidang Akademik,

Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.
196812121994031003

Tembusan:
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo

Lampiran 7



NDS : 4203020004

MAJELIS PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
SMK MUHAMMADIYAH 2 BOJA

Jl. Semarang KM. 1 Boja, Kendal, Telp/Fax. (0294) 572863 KP. 51381
Email : smkmuha boja@yahoo.co.id Website : www.smkmuhaboja.com

NIS : 400070

NSS : 322032407074

SURAT KETERANGAN

Nomor : 399 /Suket/III.4.AU/A/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Khirin, S.Pd., M.Pd
NIP : -
Jabatan : Kepala Sekolah
Unit Kerja : SMK Muhammadiyah 2 Boja

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Romdonah
NIM : 1403036073
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Telah melaksanakan penelitian dengan judul “ Pengaruh Tempat dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih SMK Muhammadiyah 2 Boja ”

Selama 30 (Tiga Puluh) hari pertemuan yang dilakukan pada tanggal 11 mei s.d 11 Juni 2018

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Boja, 27 Nopember 2018

Kepala Sekolah



Nur Khirin, S.Pd., M. Pd

NBM: 990 089

Lampiran 8



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (074) 1601295 Fax: 7615187 Semarang 50183
Website: <http://walisongo.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-4847 /Un 10.3/K/PP.00.9/11/2018

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dengan ini
menetangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Romdonah
Tempat, tgl lahir : Kendal, 02 Februari 1996
NIM : 1403036073
Program/semester/tahun : S1/ IX /2018
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Alamat : Dsn. Ketro Ds. Peron Kec. Limbangan Kab. Kendal

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah (beba
kuliah). Surat keterangan ini diberikan untuk keperluan mendaftar ujian munaqosyal

Demikian harap maklum bagi yang berkepentingan.

Semarang, 28 November 2018

An. Dekan
Kepala Bagian Tata Usaha



Muhammad Fauzin

Lampiran 9



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601293 Fax 7613307, Semarang 50189

Nomor : H-4609/Uh.10.3/I.3/PP.00.9/2017

Semarang, 29 November 2017

Lamp : -

Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth

1. Dr. Fatkuroji, M. Pd.
2. Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.

AssalamualaikumWr. Wb.

Berdasarkan hasil pembahasan usulan judul penelitian di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan menyetujui judul skripsi mahasiswa:

Nama : Romdonah
NIM : 1403036073
Judul : "PENGARUH PLACE DAN PHYSICAL EVIDENCE
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH PADA SISWA
SMK MUHAMMADIYAH 02 BOJA".

Dan menunjuk :

1. Pembimbing I : Dr. Fatkuroji, M. Pd.
2. Pembimbing II : Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag

Demikian penunjukan pembimbing skripsi ini disampaikan, dan atas kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

A.n. Dekan,

Ketua Jurusan MPI



761330716 200501 1 003

san disampaikan kepada Yth:
an Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang
asiswa yang bersangkutan

Lampiran 10

Dokumentasi

Gedung Sekolah



Kegiatan pengisian angket



RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Romdonah
2. Tempat dan Tgl Lahir : Kendal. 02 Februari 1996
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kewarganegaraan : Indonesia
6. Alamat : Dsn. Ketro RT4/RW8 Ds. Peron
Kec. Limbangan Kab. Kendal
7. No. Hp : 082326196147
8. E-mail : romdonahromdonah04@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN 4 Peron-Kendal
2. MTs NU 11 Kisabariman Peron-Kendal
3. MA NU 04 Al-Ma'arifBoja-Kendal
4. UIN Walisongo – Semarang

Semarang, 7 Desember 2018

Romdonah
NIM: 1403036073