

**ANALISIS FAKTOR DETERMINAN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM
MEMILIH SEKOLAH DI SMP N 1 KARANGREJA**

SKRIPSI

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



Oleh :

Asri Fitri Yurdila

NIM: 1703036053

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

SEMARANG

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asri Fitri Yurdila

NIM : 1703036053

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**ANALISIS FAKTOR DETERMINAN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ORANG TUA
DALAM MEMILIH SEKOLAH DI SMP N 1
KARANGREJA**

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

Semarang, 20 Desember 2021

Pembuat Pernyataan,



Asri Fitri Yurdila

NIM: 1703036053



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan, Semarang
Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **ANALISIS FAKTOR DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH SEKOLAH DI SMP N 1 KARANGREJA**

Nama : Asri Fitri Yurdila

NIM : 1703036053

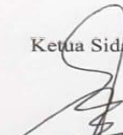
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Telah diujikan dalam sidang *Munaqasyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat di terima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

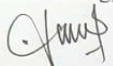
Semarang, 4 Januari 2022

DEWAN PENGUJI

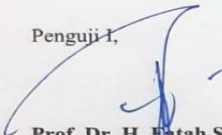
Ketua Sidang,


Dr. Fakhuroji, M. Pd.
NIP. 197704152007011032

Sekretaris Sidang,

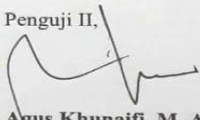

Muh. Ahlis Ahwan, M. IP.
NIP. 198507272019031007

Penguji I,

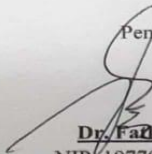

Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.
NIP. 196812121994031003



Penguji II,


Agus Khunaifi, M. Ag.
NIP. 197602262005011004

Pembimbing,


Dr. Fakhuroji, M. Pd.
NIP. 197704152007011032

NOTA DINAS

Semarang, 20 Desember 2021

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 : **Analisis Faktor Determinan yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah di SMP N 1 Karangreja**

Nama : Asri Fitri Yurdila

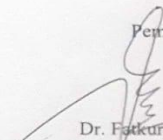
NIM : 1703036053

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing,



Dr. Fatkurroji, M.Pd
NIP. 197704152007011032

ABSTRAK

Judul : Analisis Faktor Determinan yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah di SMP N 1 Karangreja.

Penulis : Asri Fitri Yurdila/ 1703036053

Pemilihan sekolah kerap menjadi kegelisahan orang tua saat mengambil keputusan dalam menyekolahkan anak. Hal ini disebabkan banyaknya lembaga pendidikan yang ada di Indonesia. Penelitian ini mengambil fokus permasalahan: 1) apa faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja? 2) seberapa besar faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Adapun pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) yang disebarakan kepada 84 orang responden yaitu orang tua siswa di SMP N 1 Karangreja. Data yang diperoleh pada penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) faktor psikologi memberikan sumbangan efektif sebesar 30,1%, (2) faktor pribadi memberikan sumbangan efektif sebesar 16,2%, (3) faktor budaya memberikan sumbangan efektif sebesar 7,7%, (4) faktor sosial memberikan sumbangan efektif sebesar -2,7% terhadap keputusan.

Kata kunci: *Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, dan Keputusan.*

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab-Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 1581/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

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

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أو

ai = أي

iy = إي

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, pemimpin seluruh umat manusia dan semoga tercurah atas keluarga dan sahabat yang menjadi sumber ilmu dan hikmah.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang dalam penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag.
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, Dr. Hj. Lift Anis Ma'sumah, M. Ag.
3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Dr. Fatkuroji, M.Pd., dan Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Agus Khunaifi, M.Ag.
4. Pembimbing, Dr. Fatkuroji, M.Pd., yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk selalu

memberikan bimbingan, arahan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Segenap dosen, pegawai, dan seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman selama di bangku perkuliahan.
6. Kepala SMP N 1 Karangreja, Bapak Agus Lindu Wasono, S.Pd, Ibu Nani Yunanti, S.Pd, Ibu Sri Ujiwati, A. Ma Pust, beserta seluruh guru dan staff yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada saya selama melaksanakan penelitian.
7. Kedua orang tua beserta seluruh keluarga besar yang tiada henti memberikan do'a, dukungan, dan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Yang saya ta'dzimi Bapak K.H Ahmad Amnan Muqoddam beserta Ibu Nyai Hj. Rofiqotul Makiyyah A.H, selaku pengasuh Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al Hikmah Tugurejo, Tugu, Semarang.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2017, terkhusus kelas B.
10. Keluarga Besar Unit Kegiatan Mahasiswa Bimbingan Ilmu Tilawah Al-Qur'an (BITA) UIN Walisongo Semarang

11. Keluarga Besar Tarbiyah Libraryan Club (TLC) UIN Walisongo Semarang.
12. Teman-teman Tim KKN Reguler Kelompok 124 Purbalingga.
13. Teman-teman Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur'an Al- Hikmah Tugurejo, Tugu, Semarang
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan yang telah dilakukan. Penulis menyadari pasti masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh karena itu kritik dan saran amat penulis nantikan. Semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat. Aamiin.

Semarang, 20 Desember 2021



Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN	i
PENGESAHAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : ANALISIS FAKTOR DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH SEKOLAH	8
A. Deskripsi Teori.....	8

1. Perilaku Konsumen.....	8
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9
3. Keputusan Pembelian.....	24
B. Kajian Pustaka Relevan.....	30
C. Rumusan Hipotesis.....	32
BAB III : METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	48
F. Teknik Analisis Data Penelitian.....	59
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Deskripsi Data Penelitian.....	67
B. Analisis Data Penelitian.....	96
C. Keterbatasan Penelitian.....	131
BAB V : PENUTUP.....	132
A. Kesimpulan.....	132
B. Saran.....	133
C. Kata Penutup.....	134
DAFTAR PUSTAKA.....	136
LAMPIRAN.....	140
RIWAYAT HIDUP.....	190

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	140
Lampiran 2 Daftar Nama Responden.....	153
Lampiran 3 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Budaya.....	157
Lampiran 4 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Sosial.....	160
Lampiran 5 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Pribadi.....	163
Lampiran 6 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Psikologi.....	166
Lampiran 7 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Keputusan.....	169
Lampiran 8 Hasil Perhitungan X_1 dan Y	172
Lampiran 9 Hasil Perhitungan X_2 dan Y	175
Lampiran 10 Hasil Perhitungan X_3 dan Y	178
Lampiran 11 Hasil Perhitungan X_4 dan Y	181
Lampiran 12 Output SPSS <i>Correlations</i>	184
Lampiran 13 Output SPSS Model Summary.....	186

Lampiran 14 Output SPSS ANOVA.....	187
Lampiran 15 Output SPSS <i>Coefficients</i>	188
Lampiran 16 Surat Ijin Riset.....	189

DAFTAR GAMBAR

Bagan 3.1 Hubungan Variabel Bebas dan Terikat.....	46
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi Penelitian SMP N 1 Karangreja Tahun Ajaran 2021/2022.....	39
Tabel 3.2 Sampel Penelitian SMP N 1 Karangreja Tahun Ajaran 2021/2022.....	42
Tabel 3.3 Indikator Penelitian.....	47
Tabel 3.4 <i>Skala Likert</i>	50
Tabel 3.5 Uji Validitas Instrumen Budaya.....	53
Tabel 3.6 Uji Validitas Instrumen Sosial.....	54
Tabel 3.7 Uji Validitas Instrumen Pribadi.....	55
Tabel 3.8 Uji Validitas Instrumen Psikologi.....	56
Tabel 3.9 Uji Validitas Instrumen Keputusan.....	57
Tabel 3.10 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.1 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Budaya.....	68
Tabel 4.2 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Sub budaya.....	69
Tabel 4.3 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Kelas sosial.....	70

Tabel 4.4 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Kelompok referensi.....	72
Tabel 4.5 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Keluarga.....	73
Tabel 4.6 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Peran.....	74
Tabel 4.7 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Status.....	75
Tabel 4.8 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Usia dan tahap siklus hidup.....	77
Tabel 4.9 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Pekerjaan dan keadaan ekonomi.....	78
Tabel 4.10 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Gaya hidup.....	79
Tabel 4.11 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Kepribadian.....	80
Tabel 4.12 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Konsep diri.....	81

Tabel 4.13 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Motivasi.....	83
Tabel 4.14 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Persepsi.....	84
Tabel 4.15 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Pembelajaran.....	85
Tabel 4.16 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Kepercayaan.....	86
Tabel 4.17 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Sikap.....	87
Tabel 4.18.1 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Pengenalan kebutuhan.....	89
Tabel 4.18.2 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Pengenalan kebutuhan.....	90
Tabel 4.19.1 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Pencarian informasi.....	91
Tabel 4.19.2 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Pencarian informasi.....	92

Tabel 4.20 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Evaluasi alternatif.....	93
Tabel 4.21 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Keputusan pembelian.....	94
Tabel 4.22 Persentase Distribusi Jawaban Responden	
Indikator Perilaku pasca pembelian.....	95
Tabel 4.23 Koefisien Korelasi X_1 dan Y	98
Tabel 4.24 Tingkat Koefisien Korelasi X_1 dan Y	99
Tabel 4.25 Koefisien Korelasi X_2 dan Y	102
Tabel 4.26 Tingkat Koefisien Korelasi X_2 dan Y	102
Tabel 4.27 Koefisien Korelasi X_3 dan Y	105
Tabel 4.28 Tingkat Koefisien Korelasi X_3 dan Y	106
Tabel 4.29 Koefisien Korelasi X_4 dan Y	109
Tabel 4.30 Tingkat Koefisien Korelasi X_4 dan Y	109
Tabel 4.31 Rangkuman Hasil ANOVA.....	111
Tabel 4.32 Rangkuman Hasil <i>Coefficients</i> untuk Uji t.....	113
Tabel 4.33 Rangkuman Hasil <i>Coefficients</i> untuk Model Regresi.....	115
Tabel 4.34 Rangkuman Hasil Model <i>Summary</i> ^b	119

Tabel 4.35 Rangkuman Hasil <i>Coefficients</i> untuk Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif.....	121
Tabel 4.36 Rangkuman Hasil Analisis Data Penelitian.....	130

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia yang sangat berperan dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia. Dengan tercapainya peningkatan kualitas sumber daya manusia, maka semua aspek kehidupan akan mampu tergerakkan. Pendidikan merupakan media pembelajaran yang berperan dalam pembentukan karakter manusia dalam menjalani kehidupan. Seperti yang tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional bahwa,

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.¹

¹Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, *Sistem Pendidikan Nasional*, Pasal 1, ayat (1).

Pendidikan dijadikan tolak ukur kemajuan sebuah negara, karena tingkat pendidikan mempunyai pengaruh yang sangat besar pada tingkat produktivitas sebuah negara. Sejarah suatu negara dilihat dari pendidikan yang ditempuh oleh bangsanya. Maju tidaknya sebuah negara dilihat dari tingkat pendidikannya. Jika pendidikan di negara tersebut maju, maka bisa dikatakan negara tersebut juga maju.² Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa,

Pendidikan Nasional adalah pendidikan berdasarkan Pancasila dan UUD RI 1945 yang berakar pada nilai-nilai agama, kebudayaan nasional Indonesia dan tanggap terhadap perubahan zaman.³

Selain itu pendidikan juga dijadikan cara untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dimasa yang akan datang. Pendidikan Nasional memiliki fungsi untuk mengembangkan potensi yang ada pada peserta didik agar menjadi manusia yang beriman kepada Tuhan Yang Maha Esa, berilmu, berakhlak mulia, cakap, kreatif, sehat, mandiri, serta menjadi warga negara yang

²Muhammad Rifa'i, *Sejarah Pendidikan Nasional Dari Masa Klasik Hingga Modern*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2016), hlm. 5.

³Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, *Sistem Pendidikan Nasional*, Pasal 1, ayat (2).

demokratis dan bertanggung jawab dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia.

Sekolah merupakan lembaga pendidikan yang berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan dan potensi anak. Salah satu penyelenggara pendidikan ialah Sekolah Menengah Pertama. Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 51 Tahun 2018 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru TK, SD, SMP, SMA, dan SMK Bab I pasal 1 ayat 4 menyatakan bahwa,

Sekolah Menengah Pertama yang kemudian disingkat SMP adalah salah satu bentuk satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan umum pada jenjang pendidikan dasar sebagai lanjutan dari SD, MI, atau bentuk lain yang sederajat atau lanjutan dari hasil belajar yang diakui sama atau setara SD atau MI.⁴

Di era saat ini, pemilihan sekolah menjadi sebuah pemikiran yang sangat penting karena banyaknya sekolah yang saling menawarkan berbagai keunggulan. Sekolah merupakan investasi masa depan bagi para peserta didik. Maka dari itu pemilihan sekolah kerap menjadi kegelisahan orang tua dalam mengambil

⁴Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 51 Tahun 2018, *Penerimaan Peserta Didik Baru TK, SD, SMP, SMA dan SMK*, Bab I, Pasal 1, ayat (4).

keputusan. Faktor- faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan orang tua dalam memilih sekolah menurut Nuning Kristiani yaitu 1)Faktor Produk yang terdiri dari program pendidikan, metode pengajaran, fasilitas pendidikan, kunjungan belajar, praktik belajar, pelajaran tambahan, dan kegiatan ekstrakurikuler 2)Faktor Biaya yang terdiri dari biaya sekolah, biaya ujian masuk, biaya pendaftaran awal, biaya sumbangan awal, dan biaya pendaftaran ulang 3)Faktor Promosi yang terdiri dari informasi yang diterima melalui media massa, dan informasi yang diterima melalui alumni 4)Faktor Lokasi yang terdiri dari lokasi yang strategis, dekat dengan pusat kota, pusat perbelanjaan, sekolah lainnya, dan tempat tinggal 5)Faktor Pelayanan terdiri dari sikap, tingkah laku, dan penciptaan lingkungan sekolah 6)Faktor Status Akreditasi terdiri dari kurikulum, tingkat kelulusan siswa, distribusi alumni, dan jumlah siswa yang aktif.

Kecamatan Karangreja ialah kecamatan yang terletak di perbatasan antara Kabupaten Purbalingga dan Pematang. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Karangreja merupakan salah satu lembaga penyelenggara pendidikan formal negeri unggulan di

wilayah Kecamatan Karangreja. Sekolah ini terkenal dengan program unggulannya yaitu sekolah peduli lingkungan. Berdasarkan data lima tahun terakhir, penerimaan peserta didik baru di SMP N 1 Karangreja pada tahun ajaran 2017/2018 berjumlah 577 siswa, tahun 2018/2019 berjumlah 595 siswa, tahun 2019/2020 berjumlah 594 siswa, tahun 2020/2021 berjumlah 595 siswa, dan tahun 2021/2022 berjumlah 517 siswa. Dari data tersebut dapat kita ketahui bahwa setiap tahunnya jumlah penerimaan peserta didik ada yang meningkat dan ada yang menurun. Hal ini terjadi karena beberapa faktor yang menyebabkan jumlah peserta didik baru yang sekolah di SMP N 1 Karangreja tidak stabil.

Berdasarkan data diatas, peneliti ingin mengetahui faktor determinan apa yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, serta seberapa besar faktor determinan tersebut. Dengan mengangkat judul “Analisis Faktor Determinan yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah di SMP N 1 Karangreja Purbalingga”.

B. Rumusan Masalah

1. Apa faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja?
2. Seberapa besar faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian ini yaitu:
 - a. Untuk mengetahui faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja.
 - b. Untuk mengetahui seberapa besar faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja.
2. Manfaat penelitian ini yaitu:
 - a. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis yaitu untuk menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua, serta dapat digunakan sebagai bahan referensi

bagi penulis-penulis berikutnya mengenai keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

b. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini secara praktis yaitu sebagai masukan bagi para orang tua dalam memilih sekolah untuk anaknya, dan sebagai masukan bagi kepala sekolah agar meningkatkan kualitas sekolah sehingga mampu bersaing di dunia pendidikan.

BAB II

ANALISIS FAKTOR DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH SEKOLAH

A. Deskripsi Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian melalui aktivitas pencarian, penelitian, dan pengevaluasian sebuah produk atau jasa.⁵

Banyak ahli yang berpendapat mengenai pengertian perilaku konsumen. Seperti yang diungkapkan James F. Engel, yang dikutip oleh Aldila Septiana bahwa “*consumer behavior is defined as the acts of individuals directly involved in obtaining and using economic goods services including the decision process that precede and determine these acts*”. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh barang

⁵M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 2.

dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan tersebut.⁶

2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian menurut teori Kotler & Armstrong yaitu:

a. Faktor Budaya

Budaya adalah hasil karya manusia, proses belajar, memiliki pola, bagian dari masyarakat, menunjukkan kesamaan tertentu namun terdapat pula variasinya.⁷ Faktor budaya berarti kebiasaan atau karakter dari suatu kelompok sosial yang membedakannya dari kelompok kultur lainnya. Budaya merupakan faktor pokok penentu dari keinginan serta perilaku seseorang. Jika makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Faktor budaya ini mencakup

⁶Aldila Septiana, *Analisis Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2017), hlm. 2.

⁷Andi Muhammad Irwan, "Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online", *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, (Vol. 1, No. 2, tahun 2019).

budaya, sub budaya, dan kelas sosial yang ada di lingkungan masyarakat.⁸

- 1) Budaya, ialah suatu kepercayaan, nilai, dan kebiasaan yang dipelajari seseorang yang bisa mengarahkan seseorang dalam menggunakan suatu barang atau jasa. Suatu budaya muncul jika seseorang melakukan interaksi, hubungan, dan saling memengaruhi dalam bertingkah laku. Budaya merupakan penentu perilaku dan keinginan seseorang yang paling mendasar.
- 2) Sub budaya, tiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil dimana memberikan lebih banyak ciri dan sosialisasi khusus untuk anggotanya. Sub budaya membentuk segmen pasar serta program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.
- 3) Kelas sosial, ialah pembagian masyarakat dalam kelas-kelas atau tingkat yang berbeda, relatif permanen dan homogen dan tersusun secara hierarkis dimana anggotanya

⁸Aldila Septiana, *Analisis Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2017), hlm. 26.

menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Perbedaan tersebut akan mempengaruhi perilaku seorang konsumen.⁹

b. Faktor Sosial

Faktor sosial ialah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku seseorang untuk melakukan sebuah tindakan. Pada umumnya konsumen sering meminta pendapat mengenai suatu produk atau jasa yang akan dibeli dari orang sekitarnya. Maka dari itu faktor sosial juga berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status.

1) Kelompok referensi

Kelompok acuan (*reference group*) adalah individu atau sekelompok orang yang mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok referensi dianggap sebagai dasar suatu perbandingan bagi

⁹Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen...*, hlm. 204.

seseorang dalam membentuk sikap dan nilai.¹⁰

2) Keluarga

Keluarga merupakan dua orang atau lebih yang dikaitkan dengan perkawinan, hubungan darah, atau pengadopsian yang tinggal bersama maupun terpisah.¹¹ Istilah “keluarga” digunakan untuk menggambarkan berbagai bentuk rumah tangga.

Bentuk keluarga dibagi menjadi dua, yaitu keluarga inti (*nuclear family*), menunjukkan lingkup keluarga yang meliputi ayah, ibu, dan anak-anak yang hidup bersama, serta keluarga besar (*extended family*), yaitu keluarga inti ditambah dengan orang-orang yang memiliki ikatan saudara seperti kakek,

¹⁰Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE YOGYAKARTA, 2018), hlm. 66.

¹¹Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2015) hlm. 205.

nenek, paman, bibi, sepupu, menantu.¹² Maka dari itu keluarga memberikan peranan besar terhadap perilaku manusia, termasuk pada keputusan pembelian konsumen.

3) Peran dan status

Kedudukan seseorang dalam sebuah kelompok ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi suatu kegiatan yang akan dilakukan oleh seseorang. Orang yang memilih produk dapat mengumumkan peran dan status yang mencerminkan penghargaan umum di masyarakat.¹³

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan suatu cara mengumpulkan serta mengelompokkan reaksi seorang individu terhadap kondisi yang sedang terjadi. Faktor pribadi lebih melihat

¹²Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen...*, hlm. 70.

¹³Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik...*, hlm. 215.

secara personal dari individu, kepribadian merupakan bentuk dari sifat yang ada dalam diri individu yang sangat mempengaruhi perilakunya.¹⁴ Faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri.

1) Usia dan tahap siklus hidup

Usia merupakan hal penting dalam perilaku konsumen. Karena konsumen yang berbeda usia akan berbeda pula produk dan jasa yang akan dikonsumsi. Siklus hidup seorang konsumen ditentukan oleh usianya. Maka dari itu pemasar harus memahami kebutuhan konsumen dengan berbagai usia tersebut.¹⁵

2) Pekerjaan dan keadaan ekonomi

Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pendapatan yang

¹⁴Andi Muhammad Irwan, “Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, (Vol. 1, No. 2, tahun 2019).

¹⁵Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2015), hlm. 204.

diterimanya. Pemasar harus berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat atas produk dan jasa mereka agar kebutuhan terpenuhi.

3) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Secara luas gaya hidup didefinisikan bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, serta apa yang mereka pikirkan tentang diri sendiri dan juga lingkungan sekitarnya.¹⁶

4) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian ialah organisasi yang dinamis dari sistem psikofisis individu yang menentukan penyesuaian diri terhadap lingkungannya.¹⁷ Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda, hal ini dijelaskan dengan ciri-ciri seperti

¹⁶Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), hlm. 75.

¹⁷Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen...*, hlm. 60.

kepercayaan diri, otonomi, kemampuan bersosialisasi, serta kemampuan beradaptasi.¹⁸

d. Faktor Psikologi

Faktor ini lebih melihat kondisi psikis yang dimiliki oleh konsumen. Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis sebuah informasi, serta merumuskan pikiran dan pendapat untuk kemudian mengambil tindakan.¹⁹ Faktor psikologi meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, serta kepercayaan dan sikap.

1) Motivasi

Kata “motivasi” berasal dari bahasa Latin, *motive* yang artinya dorongan, daya penggerak, atau kekuatan yang terdapat dalam organisasi yang

¹⁸Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik...*, hlm. 216.

¹⁹Andi Muhammad Irwan, “Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, (Vol. 1, No. 2, tahun 2019).

menyebabkan organisasi bertindak.²⁰ Kata ini diserap dalam bahasa Inggris, yaitu *motivation* yang artinya pemberian motif, penimbulan motif, atau sesuatu yang menimbulkan dorongan.

Menurut W.H Haynes dan J.L. Massie yang dikutip oleh A. Rusdiana mengatakan bahwa “ *Motive is a something within the individual which incities him to action.*” Pengertian ini sesuai dengan pendapat The Liang Gie bahwa motif adalah suatu dorongan yang menjadi pangkal seseorang untuk melakukan sesuatu.²¹ Menurut Sardiman yang dikutip Vinna Sri Yuniarti, pada prinsipnya motivasi memiliki tiga fungsi dalam kehidupan manusia, antara lain:

- a. Mendorong manusia untuk bertindak, dalam arti motivasi penggerak dari setiap

²⁰Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, (Bandung: CV PUSAKA SETIA, 2015), hlm. 80.

²¹A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Bandung: Pusaka Setia, 2014), hlm. 70.

kegiatan yang akan dikerjakan oleh wirausahawan,

- b. Penentu arah perbuatan, sehingga motivasi bisa memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya,
- c. Menyeleksi perbuatan yang harus dikerjakan guna mencapai tujuan, dengan menyingkirkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

Tujuan motivasi konsumen antara lain meningkatkan kepuasan, mempertahankan loyalitas, efektivitas dan efisiensi, serta menciptakan suatu hubungan yang harmonis antara produsen dengan konsumen atau penjual dengan pembeli.²²

2) Persepsi

Secara etimologi, persepsi berasal dari bahasa Latin, *perceptio* yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi

²²Etta M. Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 159.

didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan serta mengartikan informasi guna menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.²³ Orang dapat memiliki persepsi berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi, yaitu proses perhatian yang selektif, gangguan yang selektif, dan mengingat kembali yang selektif. Maka dari itu pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan dapat diterima.

Faktor yang mempengaruhi persepsi ialah penglihatan dan sasaran yang diterima serta situasi persepsi terjadi. Tanggapan yang muncul atas rangsangan dipengaruhi sifat individu yang melihatnya. Sifat yang mempengaruhi persepsi antara lain sebagai berikut:

²³Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), hlm. 12.

- a. Sikap, yaitu mempengaruhi negatif atau positifnya tanggapan yang akan diberikan.
- b. Motivasi, yaitu sesuatu yang mendorong seseorang mendasari sikap dan tindakan yang dilakukannya.
- c. Minat, yaitu penilaian seseorang terhadap suatu objek berupa suka atau tidak suka.
- d. Pengalaman, yaitu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena mereka akan menarik kesimpulan dengan apa yang pernah dilihat dan didengar.
- e. Harapan, yaitu mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan.
- f. Sasaran, yaitu mempengaruhi penglihatan yang pada akhirnya akan mempengaruhi persepsi seseorang.
- g. Situasi, yaitu keadaan sekitar yang mempengaruhi persepsi. Benda yang sama jika kita lihat dalam situasi yang berbeda maka akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

3) Pembelajaran

Pembelajaran ialah suatu aspek yang dilakukan oleh manusia secara terprogram untuk tujuan tertentu guna memperoleh pengetahuan atau informasi untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan.²⁴ Pembelajaran konsumen merupakan perubahan dalam perilaku yang terjadi akibat pengalaman masa lalunya. Konsumen memperoleh pengalamannya dalam pembelian produk, serta mengonsumsi produk dan jasa yang ia sukai.²⁵

4) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan merupakan suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.²⁶ Kepercayaan dapat membentuk citra terhadap suatu produk. Konsumen yang

²⁴Etta M. Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 136.

²⁵Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, (Bandung: CV PUSAKA SETIA, 2015), hlm. 98.

²⁶Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), hlm. 12.

suka atau percaya akan suatu produk cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk memilih dan membeli produk yang disukainya, begitupun sebaliknya.²⁷

Sikap berarti keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (neural) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek, yang diatur melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung maupun secara dinamis pada perilaku seseorang.²⁸ Sikap menempatkan seseorang pada kerangka berpikir mengenai suka atau tidak suka terhadap sesuatu. Sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap objek.

Sikap dapat mendorong atau menarik konsumen ke arah perilaku tertentu. Sikap memiliki beberapa karakteristik, diantaranya sebagai berikut:

²⁷Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik...*, hlm. 217.

²⁸Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFYOGYAKARTA, 2018), hlm. 93.

- a. Memiliki objek, sikap konsumen berkaitan dengan objek dan objek itu berkaitan dengan berbagai konsep konsumsi dan pemasaran, seperti produk, merek, kemasan, iklan, harga, media, penggunaan, dan sebagainya.
- b. Konsistensi, sikap ialah gambaran perasaan seseorang dan perasaan itu akan direfleksikan oleh perilakunya. Dengan kata lain, perilaku konsumen merupakan gambaran yang berasal dari sikapnya.
- c. Positif, negatif, dan netral disebut karakteristik *valance* dari sikap.
- d. Intensitas sikap, ketika konsumen menyatakan tingkat kesukaannya pada suatu barang, ia mengungkapkan intensitas sikapnya. Intensitas sikap ini disebut karakteristik *extremity* dari sikap.
- e. Resistensi sikap (*resistance*), yakni seberapa besar sikap seorang konsumen bisa berubah. Seorang pemasar harus memahami cara resistensi konsumen agar

bisa menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

- f. Persistensi sikap (*persistence*), yakni karakteristik sikap yang menggambarkan bahwa sikap akan berubah karena waktu yang berlalu.
- g. Keyakinan sikap (*confidence*), yakni kepercayaan konsumen tentang kebenaran sikap yang ia miliki.
- h. Sikap dan situasi akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu objek.

3. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan ialah proses penelusuran yang diawali dengan latar belakang masalah, identifikasi masalah, hingga menghasilkan sebuah kesimpulan. Keputusan merupakan alat penyelesaian masalah atau disebut juga pencapaian tujuan.²⁹ Beberapa pengertian

²⁹Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 163.

keputusan menurut para ahli, antara lain sebagai berikut:

- 1) Menurut George R. Terry, keputusan adalah pemilihan alternatif dari beberapa alternatif yang ada untuk menentukan arah dan tujuan yang ingin dicapai.³⁰
- 2) Menurut Robert Kreitenr, keputusan meliputi pengidentifikasian dan pemilihan solusi alternatif yang mengarah pada kepentingan yang diinginkan.³¹
- 3) Menurut Moorhead dan Ricky W. Griffin, keputusan ialah tindakan memilih suatu alternatif dari serangkaian alternatif.³²
- 4) Menurut Juliansyah Noor, keputusan adalah tindakan seseorang untuk menetapkan kebijakan dalam rangka mencapai tujuan

³⁰George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 34.

³¹Robert Kreitenr dan Angelo Kinicki, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Penerbit Salemba, 2014), hlm. 67.

³²Gregory Moorhead dan Ricky W. Griffin, *Perilaku Organisasi: Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 34.

organisasi, yang ditandai dengan kreatifitas serta keberanian mengambil resiko.³³

أَحْسِبِ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا ءَا مَنَا وَ هُمْ لَا يُفْتَنُونَ (٢) وَلَقَدْ

فَتَنَّا الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ فَلَيَعْلَمَنَّ اللَّهُ الَّذِينَ صَدَقُوا وَلَيَعْلَمَنَّ الْكٰذِبِينَ

(٣)

Apakah manusia itu mengira bahwa mereka dibiarkan (saja) mengatakan: “Kami telah beriman”, sedang mereka tidak diuji lagi?. Dan sesungguhnya kami telah menguji orang-orang yang sebelum mereka, maka sesungguhnya Allah mengetahui orang-orang yang benar dan sesungguhnya Dia mengetahui orang-orang yang dusta. (Q.S. al- Ankabut/29: 2-3).

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap orang yang beriman pastinya akan diberi masalah atau ujian, dan ketika dihadapkan pada masalah, maka manusia akan dihadapkan pada proses

³³Juliansyah Noor, *Penelitian Ilmu Manajemen Tinjauan Filosofis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2013), hlm. 197.

pengambilan keputusan untuk memecahkan masalah tersebut.

Pengambilan keputusan adalah proses pemikiran dalam memecahkan masalah untuk memperoleh hasil yang akan dilaksanakan. Pengambilan keputusan juga diartikan sebagai suatu pendekatan yang sistematis terhadap suatu masalah. Pendekatan ini menyangkut pengetahuan mengenai hakikat masalah yang dihadapi, pengumpulan fakta dan data yang relevan, analisis masalah menggunakan fakta dan data, mencari alternatif pemecahan, menganalisis setiap alternatif agar diperoleh alternatif yang paling rasional, dan penilaian dari hasil yang dicapai akibat keputusan yang diambil.³⁴

b. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan menurut Tunggal & Umar yang dikutip oleh Tutik Wahyuni mencakup lima tahapan yakni (1) mengenali masalah, (2) mencari keterangan, (3) mengevaluasi pilihan, (4) memutuskan membeli,

³⁴Moh. Syamsul Falah, “Pengambilan Keputusan Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Menara Tebuireng*, (Vol. 12, No. 02, tahun 2017), hlm. 136.

dan (5) tingkah laku setelah membeli.³⁵ Hal ini didukung oleh pendapat Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh Nuning Kristiani bahwa rangkaian proses pengambilan keputusan meliputi:

- 1) Pengenalan kebutuhan (*Need recognition*), yaitu proses seorang konsumen mengenali kebutuhan. Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu sebuah kebutuhan, dengan mengumpulkan informasi dari beberapa konsumen.
- 2) Pencarian informasi (*Information search*), yaitu proses seorang konsumen terdorong untuk mencari informasi mengenai barang atau jasa yang akan ia konsumsi. Sumber informasi dibagi menjadi empat, yaitu:
 - a) Sumber pribadi, terdiri atas keluarga, tetangga, teman, kenalan.
 - b) Sumber komersial, terdiri atas iklan, penyalur, wiraniaga, kemasan, website, pajangan.

³⁵Tutik Wahyuni, Amanatuz Zuhriyah, “Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa”, *Jurnal Agriscience*, (Vol. 1, No. 1, tahun 2020).

- c) Sumber publik, terdiri atas media massa, pencarian internet, organisasi penentu peringkat konsumen.
 - d) Sumber pengalaman, terdiri atas pemakaian produk, penanganan, pengkajian.
- 3) Evaluasi alternatif (*Evaluation of alternatives*), yaitu proses konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi dalam menetapkan suatu pilihan.
 - 4) Keputusan pembelian (*Purchase decision*), yaitu proses konsumen membentuk preferensi merk-merk yang ada pada tahap evaluasi.
 - 5) Perilaku pasca pembelian (*Postpurchase behavior*), yaitu proses konsumen akan merasakan puas atau tidak dengan pembelian yang ia lakukan.³⁶

³⁶Nuning Kristiani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta", *Jurnal Manajemen Maranatha*, (Vol. 16, No. 1, tahun 2016).

B. Kajian Pustaka Relevan

Berdasarkan kajian peneliti terhadap penelitian-penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya, terdapat beberapa literatur yang akan digunakan oleh peneliti sebagai referensi penelitian, yaitu:

Pertama, jurnal dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta” yang diteliti oleh Nuning Kristiani. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran, pelayanan, dan status akreditasi terhadap keputusan orang tua dalam memilih SD Kasatriyan dengan menggunakan metode kuantitatif. Adapun persamaan jurnal di atas dengan penelitian yang saya laksanakan yaitu sama-sama menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua siswa dalam memilih sekolah. Perbedaan jurnal di atas dengan penelitian saya yaitu jenjang pendidikan yang dijadikan objek penelitian.

Kedua, jurnal dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Dalam Memilih Sekolah TK Bagi Anak” yang diteliti oleh Agnes Juliet Bokings, I Gusti Ayu Made Srinadi, dan Ni Luh Putu Suciptawati. Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor apakah

yang mempengaruhi orang tua dalam memilih sekolah TK untuk anak serta bagaimana hubungan antara indikator internal orang tua, internal sekolah, dan lingkungan. Adapun persamaan jurnal di atas dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama membahas faktor yang mempengaruhi orang tua dalam memilih sekolah. Perbedaan jurnal di atas dengan penelitian yang saya lakukan yaitu teknik analisisnya. Jurnal diatas menggunakan teknik analisis faktor dan analisis korelasi kanonik, sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan teknik analisis statistik deskriptif.

Ketiga, jurnal dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang)” yang diteliti oleh Guruh Taufan Hariyadi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di minimarket. Adapun persamaan jurnal di atas dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan. Perbedaan jurnal di atas dengan penelitian yang saya lakukan yaitu pada objek penelitian. Objek yang saya gunakan ialah orang tua

siswa, sedangkan dalam jurnal di atas ialah pembeli di minimarket.

C. Rumusan Hipotesis

Istilah hipotesis berasal dari bahasa Yunani yang berasal dari dua kata yaitu *huppo* (sementara) dan *thesis* (teori atau pernyataan). Sedangkan menurut para ahli, hipotesis ialah dugaan terhadap hubungan dua variabel atau lebih.³⁷ Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Disebut sementara, karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.³⁸ Maka dari itu, hipotesis merupakan jawaban sementara dari suatu permasalahan yang dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Hipotesis nol (H_0) disebut dengan hipotesis statistik, yakni hipotesis yang diuji dengan statistik. Hipotesis alternatif (H_a) dapat langsung dirumuskan apabila dalam suatu penelitian, hipotesis nol

³⁷Sofiyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2013), hlm. 38.

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 63.

ditolak. Maka dari itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 : terdapat faktor determinan yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja
2. H_a : tidak terdapat faktor determinan yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, serta penyajian data yang didasarkan pada jumlah dan dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu masalah atau menguji hipotesis.³⁹ Penelitian ini merupakan penelitian *Ex-Post Facto*. Yaitu penelitian yang dilaksanakan berdasarkan peristiwa yang telah terjadi, untuk mengungkap data yang ada atau menggambarkan variabel penelitian tanpa memanipulasi subjek. Penelitian ini merupakan penelitian kasual korelatif yang bertujuan mengungkap pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁴⁰

³⁹Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 3.

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 27-28.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMP N 1 Karangreja, adapun gambaran umum SMP N 1 Karangreja adalah sebagai berikut:

a. Profil SMP N 1 Karangreja

- a) Nama Sekolah : SMP Negeri 1 Karangreja
- b) NPSN : 20303097
- c) Alamat : Jl. Raya Karangreja No. 17, Karangreja, Purbalingga.
- d) Kode Pos : 53357
- e) Akreditasi : A

b. Visi dan Misi SMP N 1 Karangreja

1) Visi

“SEKOLAH YANG BERKUALITAS
MENUJU INSAN YANG BERIMAN,
TERAMPIL, BERKARAKTER, DAN
BERDAYA SAING”

2) Misi

- a) Melaksanakan kegiatan keagamaan sesuai dengan keimanan dan keyakinan masing-masing secara terencana, terpadu, dan

- berkesinambungan serta menumbuhkan keteladanan bagi semua warga sekolah
- b) Melaksanakan proses pembelajaran secara aktif, kreatif, inovatif, efisien, dan efektif serta berorientasi pada optimalisasi perkembangan dan kemampuan siswa
 - c) Menumbuhkembangkan budaya tertib, disiplin, dan berprestasi kepada semua warga sekolah
 - d) Memelihara lingkungan yang bersih, indah, aman, dan nyaman dalam rangka menuju sekolah sehat dan berbasis lingkungan
 - e) Menciptakan kondisi bagi siswa untuk dapat berlatih dan terampil sebagai wujud dan pendidikan “Life Skill” di sekolah
 - f) Membiasakan budaya 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun)
 - g) Mengembangkan budaya bersih dan sehat
 - h) Mengembangkan budaya literasi, baca tulis, numerik, digital, sains, karakter, dan keuangan

i) Menumbuh kembangkan wawasan, sehingga dapat bersaing dengan perkembangan jaman.

3) Struktur Organisasi SMP N 1 Karangreja

a) Kepala Sekolah : Agus Lindu .W., S.Pd

b) Waka. Sekolah : Nani Yunanti, S.Pd

c) Waka. Kurikulum : Sigit Suparto, S.Pd

d) Waka. Kesiswaan : Tri Wibowo, S.Pd

e) Koor. Sarpras : Koringah, S.Pd

f) Koor. Humas : Lasianah, S.Pd

g) Koor. Lab : Feni Yugasani, ST

h) Koor. Perpus : Munjiati, S.Pd

i) Koor. BK : Titi Indriasih, S.Pd

j) Koor. TU : Suwarto

4) Data Peserta Didik SMP N 1 Karangreja

Peserta didik SMP N 1 Karangreja tahun ajaran 2021/2022 berjumlah 517 siswa dengan dengan 17 rombongan belajar.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti pada tanggal 12-26 Oktober 2021.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang memiliki karakteristik dan kuantitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Populasi bukan hanya orang, tetapi bisa juga benda alam lainnya. Bukan hanya sekedar jumlah yang terdapat pada suatu obyek atau subyek yang dipelajari, namun meliputi seluruh karakteristik, serta sifat yang dimiliki obyek atau subyek tersebut. Satu orang bahkan dapat digunakan sebagai populasi, karena satu orang itu memiliki berbagai karakteristik, contohnya cara bergaul, gaya bicara, disiplin pribadi, dan lain sebagainya.⁴¹ Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah orang tua siswa SMP N 1 Karangreja tahun ajaran 2021/2022.

⁴¹Sandu Sitoyo dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publisng, 2015), hlm. 63.

Tabel 3.1 Populasi Penelitian SMP N 1 Karangreja
Tahun Ajaran 2021/2022

No.	Kelas	Jumlah Populasi
1.	VII A	30
2.	VII B	30
3.	VII C	30
4.	VII D	31
5.	VII E	30
6.	VIII A	31
7.	VIII B	31
8.	VIII C	32
9.	VIII D	30
10.	VIII E	30
11.	VIII F	30
12.	IX A	27
13.	IX B	32
14.	IX C	32
15.	IX D	29
16.	IX E	31
17.	IX F	31
	Jumlah	517

2. Sampel Penelitian

Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasinya besar, serta peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya, misal dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulan nantinya dapat diberlakukan untuk populasi. Maka dari itu sampel yang diambil harus betul-betul mewakili.⁴² Dengan jumlah populasi sebanyak 517 orang, maka jumlah sampel yang akan digunakan dihitung menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : jumlah sampel minimal

N : jumlah populasi

e : toleransi kesalahan (*error margin*)

dengan perhitungan:

$$n = \frac{517}{1+517(0.1)^2}$$

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 80.

$$\begin{aligned}
&= \frac{517}{1+517(0.01)} \\
&= \frac{517}{1+5.17} \\
&= \frac{517}{6.17} \\
&= 83,79 = 84
\end{aligned}$$

Jadi pada penelitian ini jumlah sampel penelitian yang diambil sebanyak 84 orang.

Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *cluster random sampling*, yaitu teknik sampling daerah yang digunakan untuk menentukan sampel apabila objek yang akan diteliti atau sumber datanya sangat luas.⁴³ Untuk menentukan perwakilan sampel dalam setiap kelas, peneliti menggunakan rumus alokasi proposional. Rumus alokasi proposional yang digunakan ialah sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

n_i = besarnya sampel pada bagian ke- i

N_i = besarnya populasi pada bagian ke-i

N = besarnya populasi keseluruhan

⁴³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hlm. 81.

n = besar ukuran sampel

Dengan menggunakan rumus alokasi proposional, maka diperoleh jumlah sampel untuk masing-masing kelas sebagai berikut:

Tabel 3.2 Sampel Penelitian SMP N 1 Karangreja
Tahun Ajaran 2021/2022

No.	Kelas	Jumlah Populasi	Perhitungan	Sampel
1.	VII A	30	$\frac{30}{517} \times 84 =$ 4,87	5
2.	VII B	30	$\frac{30}{517} \times 84 =$ 4,87	5
3.	VII C	30	$\frac{30}{517} \times 84 =$ 4,87	5
4.	VII D	31	$\frac{31}{517} \times 84 =$ 5,03	5
5.	VII E	30	$\frac{30}{517} \times 84 =$ 4,87	5
6.	VIII A	31	$\frac{31}{517} \times 84 =$ 5,03	5

7.	VIII B	31	$\frac{31}{517} \times 84 =$ 5,03	5
8.	VIII C	32	$\frac{32}{517} \times 84 =$ 5,19	5
9.	VIII D	30	$\frac{30}{517} \times 84 =$ 4,87	5
10.	VIII E	30	$\frac{30}{517} \times 84 =$ 4,87	5
11.	VIII F	30	$\frac{30}{517} \times 84 =$ 4,87	5
12.	IX A	27	$\frac{27}{517} \times 84 =$ 4,38	4
13.	IX B	32	$\frac{32}{517} \times 84 =$ 5,19	5
14.	IX C	32	$\frac{30}{517} \times 84 =$ 5,19	5
15.	IX D	29	$\frac{29}{517} \times 84 =$ 4,71	5
16.	IX E	31	$\frac{31}{517} \times 84 =$	5

			5,03	
17.	IX F	31	$\frac{31}{517} \times 84 =$ 5,03	5
	Jumlah	517	83,9	84

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah karakteristik, sifat dari suatu obyek penelitian, yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti kemudian dilakukan penelitian terhadapnya dan harus mempunyai nilai dimana nilainya bervariasi antara obyek satu dengan yang lainnya.⁴⁴ Variabel merupakan segala sesuatu yang diproses melalui informasi mengenai sesuatu dari penelitian untuk dipelajari serta mendapatkan hasil dari penelitian tersebut, dimana akan ada kesimpulan dari proses penelitiannya. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

⁴⁴Solimun dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*, (Malang: UB Press, 2018), hlm. 31.

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

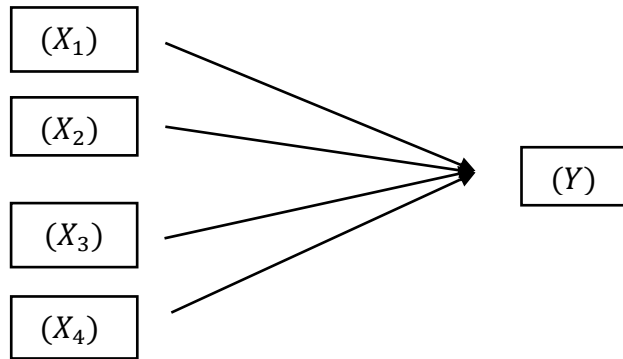
Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) yaitu budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologi (X_4).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁴⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah keputusan orang tua memilih SMP N 1 Karangreja. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel bebas dan satu variabel terikat.

⁴⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 39.

Bagan 3.1 Hubungan Variabel Bebas dan Variabel Terikat



2. Indikator Penelitian

Indikator penelitian ialah variabel yang bisa digunakan untuk mengevaluasi kondisi atau kemungkinan dilakukan pengukuran terhadap perubahan dari waktu ke waktu.⁴⁶

⁴⁶Pinto Setya Mustafa dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga*, (Malang: FIK UNM, 2020), hlm. 34.

Tabel 3.3 Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator	No. butir soal
1.	Budaya (X_1)	1.1 Budaya 1.2 Sub budaya 1.3 Kelas sosial	1 2 3
2.	Sosial (X_2)	2.1 Kelompok Referensi 2.2 Keluarga 2.3 Peran 2.4 Status	1,2 3 4 5
3.	Pribadi (X_3)	3.1 Usia dan tahap siklus hidup 3.2 Pekerjaan dan keadaan ekonomi 3.3 Gaya hidup 3.4 Kepribadian 3.5 Konsep diri	1 2 3 4 5
4.	Psikologi (X_4)	4.1 Motivasi 4.2 Persepsi 4.3 Pembelajaran 4.4 Kepercayaan 4.5 Sikap	1 2 3 4 5

5.	Keputusan (Y)	5.1 Pengenalan kebutuhan	1,2
		5.2 Pencarian informasi	3,4
		5.3 Evaluasi alternatif	5
		5.4 Keputusan pembelian	6
		5.5 Perilaku pasca pembelian	7

E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

1. Sumber Data Penelitian

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian menggunakan teknik pengumpulan data. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari responden melalui angket yang peneliti sebar. Data tersebut berupa data mentah yang berasal dari tanggapan responden mengenai analisis faktor determinan yang mempengaruhi orang tua memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Data ini diperoleh dari berbagai pihak yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang sistematis guna memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua teknik, yaitu:

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan maupun pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden.⁴⁷ Pada kuesioner yang akan diberikan ke responden, terdapat beberapa pertanyaan atau pernyataan yang memiliki hubungan erat dengan rumusan masalah yang akan dipecahkan, disusun, dan disebarkan ke responden untuk memperoleh informasi. Kuesioner yang akan disebarkan

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian*, ..., hlm. 142.

kepada responden menggunakan skala likert⁴⁸ sebagai berikut:

Tabel 3.4 *Skala Likert*

Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
5	4	3	2	1

berdasarkan tabel di atas, ditunjukkan bahwa setiap alternatif jawaban memiliki skor sebagai berikut:

- 1). Sangat Setuju : skor 5
- 2). Setuju : skor 4
- 3). Kurang Setuju : skor 3
- 4). Tidak Setuju : skor 2
- 5). Sangat Tidak Setuju : skor 1

Di dalam penelitian ini akan digunakan teknik angket yang berisi sejumlah pernyataan tertulis dengan menggunakan skala likert sebagai

⁴⁸Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 25-26.

opsi jawaban guna mendapatkan informasi tentang seberapa besar faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mencari data mengenai suatu hal atau variabel berupa dokumen, catatan harian, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, aturan, atau bahkan benda bersejarah.⁴⁹ Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan analisis faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja.

3. Uji Coba Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi sesungguhnya pada sebuah objek dengan data yang dikumpulkan oleh

⁴⁹Trianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi Pendidikan dan Tenaga Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 268-269.

peneliti.⁵⁰ Validitas juga dapat diartikan sebagai suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen.⁵¹ Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari sebuah variabel secara tepat. Dalam penelitian ini perhitungan uji validitas dihitung dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26.

Kriteria penilaian uji validitas yaitu apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dikatakan valid. Namun apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm. 125.

⁵¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 211.

Dari hasil uji validitas item kuesioner yang tidak valid akan dibuang dan tidak digunakan, sedangkan item kuesioner yang valid akan digunakan untuk memperoleh data. Uji validitas pada penelitian ini diujikan kepada 20 responden dengan taraf signifikan 5% dengan r_{tabel} 0,444 dengan hasil sebagai berikut:

1) Variabel Budaya

Tabel 3.5 Uji Validitas Instrumen Budaya

No.	Indikator	Item	Nilai Signifikan	Keterangan
1.	Budaya	1	0,784	VALID
2	Sub budaya	2	0,813	VALID
3.	Kelas sosial	3	0,520	VALID

Berdasarkan hasil analisis uji validitas variabel budaya pada tabel di atas diketahui bahwa 3 pernyataan mempunyai nilai signifikan lebih besar dari r_{tabel} sehingga instrumen ini

dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

2) Variabel Sosial

Tabel 3.6 Uji Validitas Instrumen Sosial

No.	Indikator	Item	Nilai Signifikan	Keterangan
1.	Kelompok Referensi	1	0,403	TIDAK VALID
		2	0,675	VALID
2.	Keluarga	3	0,696	VALID
3.	Peran	4	0,516	VALID
4.	Status	5	0,604	VALID

Berdasarkan hasil analisis uji validitas variabel sosial pada tabel di atas diketahui bahwa dari 5 pernyataan terdapat 1 pernyataan yang tidak valid atau memiliki nilai signifikan $< 0,444$ yaitu pernyataan no 1, sehingga dikeluarkan dari daftar pernyataan. Hal ini karena pernyataan lain sudah mewakili mengukur indikator kelompok referensi dari variabel sosial.

3) Variabel Pribadi

Tabel 3.7 Uji Validitas Instrumen Pribadi

No.	Indikator	Item	Nilai Signifikan	Keterangan
1.	Usia dan tahap siklus hidup	1	0,503	VALID
2	Pekerjaan dan keadaan ekonomi	2	0,807	VALID
3.	Gaya hidup	3	0,503	VALID
4.	Kepribadian	4	0,785	VALID
5.	Konsep diri	5	0,446	VALID

Berdasarkan hasil analisis uji validitas variabel pribadi pada tabel di atas diketahui bahwa 5 pernyataan memiliki nilai signifikansi lebih besar dari r_{tabel} , sehingga instrumen ini dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

4) Variabel Psikologi

Tabel 3.8 Uji Validitas Instrumen Psikologi

No.	Indikator	Item	Nilai Signifikan	Keterangan
1.	Motivasi	1	0,690	VALID
2	Persepsi	2	0,833	VALID
3.	Pembelajaran	3	0,635	VALID
4.	Kepercayaan	4	0,757	VALID
5.	Sikap	5	0,802	VALID

Berdasarkan hasil analisis uji validitas variabel psikologi pada tabel di atas diketahui bahwa 5 pernyataan memiliki nilai signifikan lebih besar dari r_{tabel} , sehingga instrumen ini dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

5) Variabel Keputusan

Tabel 3.9 Uji Validitas Instrumen Keputusan

No.	Indikator	Item	Nilai Signifikan	Keterangan
1.	Pengenalan kebutuhan	1	0,783	VALID
		2	0,723	VALID
2.	Pencarian informasi	3	0,475	VALID
		4	0,593	VALID
3.	Evaluasi alternatif	5	0,619	VALID
4.	Keputusan pembelian	6	0,841	VALID
5.	Perilaku pasca pembelian	7	0,841	VALID

Berdasarkan hasil analisis uji validitas variabel keputusan pada tabel di atas diketahui bahwa 7 pernyataan memiliki nilai signifikan lebih besar dari r_{tabel} , sehingga instrumen ini

dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan objek sama akan menghasilkan data yang sama. Sebuah instrumen dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap instrumen konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁵² Untuk menguji reliabilitas menggunakan nilai standar koefisien *Cronbach Alpha* 0,60. Dengan ketentuan apabila $\alpha > 0,60$ maka dikatakan reliabel, namun apabila $\alpha < 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel.

Hasil perhitungan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 26 dibawah ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai $0,912 > 0,60$ yang artinya reliabel.

Tabel 3.10 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	N
0,912	25

⁵²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm. 130.

F. Teknik Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data yang berasal dari responden maupun sumber data lain terkumpul.⁵³ Analisis data ialah cara yang digunakan guna memecahkan masalah dengan metode-metode untuk menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Kegiatan dalam menganalisis data terdiri dari mengelompokkan data berdasarkan variabel, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan penghitungan guna menjawab rumusan masalah, serta melakukan penghitungan guna menguji hipotesis.⁵⁴

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif. Teknik analisis deskriptif adalah cara yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif yang digunakan dalam mencari kuatnya hubungan antar variabel menggunakan analisis korelasi *product moment*, analisis regresi berganda, serta membuat perbandingan

⁵³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 147.

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 208.

dengan membandingkan rata-rata data dari suatu sampel atau populasi.⁵⁵

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik statistik yang menghitung nilai kualitas dan kuantitas dengan cara memberikan penilaian pada jawaban kuesioner oleh responden. Adapun analisis data penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Analisis Korelasi dengan *Product Moment*

Mencari korelasi antara X dan Y menggunakan teknik korelasi, dengan teknik korelasi *product moment*, rumus:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Untuk menyelesaikan perhitungan dengan rumus *product moment* diatas, maka diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\sum x^2 = \sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}$$

$$\sum y^2 = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}$$

$$\sum xy = \sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}$$

Setelah data diuji dengan korelasi *product moment*, maka hasil yang diperoleh dikonsultasikan

⁵⁵Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 148.

dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dan 1% dengan asumsi:

- a. Jika $r_{xy} > r_{tabel}$ (5% dan 1%) berarti signifikan dan artinya hipotesis diterima.
 - b. Jika $r_{xy} < r_{tabel}$ (5% dan 1%) berarti tidak signifikan dan artinya hipotesis ditolak.⁵⁶
2. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda dimana alat ini digunakan sebagai model perkiraan variabel dependen dengan variabel independen. Hasil regresi merupakan koefisien dari masing-masing variabel independen. Uji hipotesis ini dilakukan dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 26. Model regresi yang digunakan guna menguji hipotesis ialah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

⁵⁶Sutrisno Hadi, *Statistik*, (Bandung: Andi Offset, 2004), hlm. 72.

Keterangan:

\hat{Y} = keputusan

a = bilangan konstanta

b_1 = koefisien regresi budaya

b_2 = koefisien regresi sosial

b_3 = koefisien regresi pribadi

b_4 = koefisien regresi psikologi

X_1 = budaya

X_2 = sosial

X_3 = pribadi

X_4 = psikologi

Secara statistik, setidaknya ini bisa mengukur nilai dari koefisien determinan, nilai uji F, dan nilai uji t. Adapun rumus uji F dan uji t ialah sebagai berikut:

a. Uji F (simultan)

Uji F ini dilakukan guna mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Cara yang dilakukan ialah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) $H_0 : \beta = 0$, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.
- 2) $H_0 : \beta > 0$, berarti ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Tingkat kepercayaan yang digunakan ialah 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji t (parsial)

Uji t dilakukan guna mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan cara

membandingkan t_{hitung} terhadap t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) $H_0 : \beta = 0$, artinya tidak ada pengaruh positif dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- 2) $H_0 : \beta > 0$, artinya ada pengaruh positif dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Tingkat kepercayaan yang digunakan ialah 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya sumbangan pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel (*independent*) secara simultan (bersama-sama) yang ditentukan menggunakan teknik statistik.⁵⁷ Dengan kriteria apabila nilai koefisien determinasi mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah. Sedangkan apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd : koefisien determinasi

r^2 : kuadrat korelasi *product moment*

⁵⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 276

d. Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

Sumbangan efektif adalah ukuran kontribusi suatu prediktor terhadap seluruh efektifitas garis regresi yang digunakan sebagai dasar prediksi. Sedangkan sumbangan relatif adalah ukuran besarnya kontribusi sumbangan suatu prediktor terhadap jumlah kuadrat regresi.⁵⁸ Kontribusi prediktor pada dasarnya merupakan penjabaran dari besarnya pengaruh (dalam hitungan persen) dari masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Berikut rumus menghitung sumbangan efektif dan sumbangan relatif:

$$SE = \beta_x \times \text{Korelasi} \times 100\%$$

$$SR = \frac{SE}{R_{square}} \times 100\%$$

Keterangan:

SE : Sumbangan Efektif

SR : Sumbangan Relatif

β_x : *Standardized Coefficient Beta*

r_{xy} : Koefisien Korelasi

R_{square} : Koefisien Determinasi

⁵⁸Tulus Winarsunu, *Statistik: Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2004), hlm. 209-210.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

Sebelum analisis data penelitian, peneliti akan mendeskripsikan terlebih dahulu mengenai persentase distribusi jawaban responden mengenai variabel budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), psikologi (X_4) dan keputusan (Y). Data diperoleh dari pengisian kuesioner (angket) yang telah diberikan kepada responden. Kuesioner tersebut telah diolah sehingga diperoleh analisis deskriptif kuantitatif sebagai berikut:

1. Analisis Perhitungan Indikator pada Variabel Budaya

Variabel budaya terdiri dari 3 indikator yaitu indikator budaya, sub budaya dan kelas sosial. Dalam variabel budaya terdapat 3 item pernyataan yang mewakili dari 3 indikator. Deskripsi data untuk mengetahui nilai indikator pada variabel budaya dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban kuesioner dalam setiap item pernyataan indikator yang valid dari seluruh responden yang berjumlah 84 orang.

Kemudian peneliti mengolah hasil jawaban tersebut menggunakan *skala likert* dengan rincian skor jawaban sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1). Adapun distribusi jawaban responden terdapat pada lampiran 3. Dari distribusi jawaban kuesioner tersebut akan dihitung nilai persentase setiap item pernyataan indikator pada variabel budaya sebagai berikut:

a. Indikator Budaya

Tabel 4.1 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Budaya

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	18	21,43
2	Setuju	64	76,19
3	Kurang Setuju	2	2,38
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 64 responden (76,19%) yang menyatakan setuju dan 2 responden (2,38%) menyatakan kurang setuju terhadap item

pernyataan indikator budaya. Hal ini menunjukkan bahwa 64 responden setuju dengan adanya budaya yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 2 responden kurang setuju dengan adanya budaya yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

b. Indikator Sub budaya

Tabel 4.2 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Sub budaya

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	13	15,48
2	Setuju	58	69,05
3	Kurang Setuju	12	14,28
4	Tidak Setuju	1	1,19
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat 58 responden (69,05%) yang menyatakan setuju dan 1 responden (1,19%) menyatakan tidak setuju terhadap item pernyataan indikator sub budaya. Hal ini menunjukkan bahwa 58 responden setuju dengan

adanya sub budaya yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 1 responden tidak setuju dengan adanya sub budaya yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

c. Indikator Kelas sosial

Tabel 4.3 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Kelas sosial

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	25
2	Setuju	62	73,81
3	Kurang Setuju	1	1,19
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 62 responden (73,81%) yang menyatakan setuju dan 1 responden (1,19%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator kelas sosial. Hal ini menunjukkan bahwa 62 responden setuju dengan adanya kelas sosial yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam

memilih sekolah, sementara itu 1 responden kurang setuju dengan adanya kelas sosial yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

2. Analisis Perhitungan Indikator pada Variabel Sosial

Variabel sosial terdiri dari 4 indikator yaitu indikator kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Dalam variabel sosial terdapat 4 item pernyataan yang mewakili dari 4 indikator. Deskripsi data untuk mengetahui nilai indikator pada variabel budaya dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban kuesioner dalam setiap item pernyataan indikator yang valid dari seluruh responden yang berjumlah 84 orang. Kemudian peneliti mengolah hasil jawaban tersebut menggunakan *skala likert* dengan rincian skor jawaban sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1). Adapun distribusi jawaban responden terdapat pada lampiran 4. Dari distribusi jawaban kuesioner tersebut akan

dihitung nilai persentase setiap item indikator pada variabel sosial sebagai berikut:

a. Indikator Kelompok referensi

Tabel 4.4 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Kelompok Referensi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	20	23,81
2	Setuju	53	63,10
3	Kurang Setuju	8	9,52
4	Tidak Setuju	5	5,95
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 53 responden (63,10%) yang menyatakan setuju dan 5 responden (5,95%) menyatakan tidak setuju terhadap item pernyataan indikator kelompok referensi. Hal ini menunjukkan bahwa 53 responden setuju dengan adanya kelompok referensi yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 5 responden tidak setuju dengan adanya kelompok referensi

yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

b. Indikator Keluarga

Tabel 4.5 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Keluarga

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	12	14,28
2	Setuju	55	65,47
3	Kurang Setuju	12	14,28
4	Tidak Setuju	5	5,95
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 55 responden (65,47%) yang menyatakan setuju dan 5 responden (5,95%) menyatakan tidak setuju terhadap item pernyataan indikator keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa 55 responden setuju dengan adanya keluarga yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 5 responden tidak setuju dengan adanya keluarga

yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

c. Indikator Peran

Tabel 4.6 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Peran

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	30,95
2	Setuju	58	69,05
3	Kurang Setuju	0	0
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 58 responden (69,05%) yang menyatakan setuju dan 26 responden (30,95%) menyatakan sangat setuju terhadap item pernyataan indikator peran. Hal ini menunjukkan bahwa 58 responden setuju dengan adanya peran yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 26 responden sangat setuju dengan adanya peran yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

d. Indikator Status

Tabel 4.7 Persentase Distribusi Jawaban
Responden Indikator Status

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	18	21,43
2	Setuju	64	76,19
3	Kurang Setuju	2	2,38
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 64 responden (76,19%) yang menyatakan setuju dan 2 responden (2,38%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator status. Hal ini menunjukkan bahwa 64 responden setuju dengan adanya status yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 2 responden kurang setuju dengan adanya status yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

3. Analisis Perhitungan Indikator pada Variabel Pribadi

Variabel pribadi terdiri dari 5 indikator yaitu indikator usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri. Dalam variabel pribadi terdapat 5 item pernyataan yang mewakili dari 5 indikator. Deskripsi data untuk mengetahui nilai indikator pada variabel budaya dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban kuesioner dalam setiap item pernyataan indikator yang valid dari seluruh responden yang berjumlah 84 orang. Kemudian peneliti mengolah hasil jawaban tersebut menggunakan *skala likert* dengan rincian skor jawaban sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1). Adapun distribusi jawaban responden terdapat pada lampiran 5. Dari distribusi jawaban kuesioner tersebut akan dihitung nilai persentase setiap item indikator pada variabel pribadi sebagai berikut:

a. Indikator Usia dan tahap siklus hidup

Tabel 4.8 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Usia dan tahap siklus hidup

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	25
2	Setuju	60	71,43
3	Kurang Setuju	3	3,57
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 60 responden (71,43%) yang menyatakan setuju dan 3 responden (3,57%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator usia dan tahap siklus hidup. Hal ini menunjukkan bahwa 60 responden setuju dengan adanya usia dan tahap siklus hidup yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 3 responden kurang setuju dengan adanya usia dan tahap siklus hidup yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

b. Indikator Pekerjaan dan keadaan ekonomi

Tabel 4.9 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Pekerjaan dan keadaan ekonomi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	27,38
2	Setuju	58	69,05
3	Kurang Setuju	3	3,57
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 58 responden (69,05%) yang menyatakan setuju dan 3 responden (3,57%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator pekerjaan dan keadaan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa 58 responden setuju dengan adanya pekerjaan dan keadaan ekonomi yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 3 responden kurang setuju dengan adanya pekerjaan dan keadaan

ekonomi yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

c. Indikator Gaya hidup

Tabel 4.10 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Gaya hidup

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	25
2	Setuju	58	69,05
3	Kurang Setuju	5	5,95
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 58 responden (69,05%) yang menyatakan setuju dan 5 responden (5,95%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator gaya hidup. Hal ini menunjukkan bahwa 58 responden setuju dengan adanya gaya hidup yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 5 responden kurang setuju dengan adanya gaya hidup yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

d. Indikator Kepribadian

Tabel 4.11 Persentase Distribusi Jawaban
Responden Indikator Kepribadian

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	27	32,14
2	Setuju	57	67,86
3	Kurang Setuju	0	0
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 57 responden (67,86%) yang menyatakan setuju dan 27 responden (32,14%) menyatakan sangat setuju terhadap item pernyataan indikator kepribadian. Hal ini menunjukkan bahwa 57 responden setuju dengan adanya kepribadian yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 27 responden sangat setuju dengan adanya kepribadian yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

e. Indikator Konsep diri

Tabel 4.12 Persentase Distribusi Jawaban
Responden Indikator Konsep diri

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	31	36,90
2	Setuju	52	61,90
3	Kurang Setuju	1	1,19
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 52 responden (61,90%) yang menyatakan setuju dan 1 responden (1,19%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator konsep diri. Hal ini menunjukkan bahwa 52 responden setuju dengan adanya konsep diri yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 1 responden kurang setuju dengan adanya konsep diri yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

4. Analisis Perhitungan Indikator pada Variabel Psikologi

Variabel psikologi terdiri dari 5 indikator yaitu indikator motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap. Dalam variabel psikologi terdapat 5 item pernyataan yang mewakili dari 5 indikator. Deskripsi data untuk mengetahui nilai indikator pada variabel budaya dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban kuesioner dalam setiap item pernyataan indikator yang valid dari seluruh responden yang berjumlah 84 orang. Kemudian peneliti mengolah hasil jawaban tersebut menggunakan *skala likert* dengan rincian skor jawaban sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1). Adapun distribusi jawaban responden terdapat pada lampiran 6. Dari distribusi jawaban kuesioner tersebut akan dihitung nilai persentase setiap item indikator pada variabel psikologi sebagai berikut:

a. Indikator Motivasi

Tabel 4.13 Persentase Distribusi Jawaban
Responden Indikator Motivasi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	12	14,28
2	Setuju	71	84,53
3	Kurang Setuju	1	1,19
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 71 responden (84,53%) yang menyatakan setuju dan 1 responden (1,19%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator motivasi. Hal ini menunjukkan bahwa 71 responden setuju dengan adanya motivasi yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 1 responden kurang setuju dengan adanya motivasi yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

b. Indikator Persepsi

Tabel 4.14 Persentase Distribusi Jawaban
Responden Indikator Persepsi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	19	22,62
2	Setuju	63	75
3	Kurang Setuju	2	2,38
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 63 responden (75%) yang menyatakan setuju dan 2 responden (2,38%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator persepsi. Hal ini menunjukkan bahwa 63 responden setuju dengan adanya persepsi yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 2 responden kurang setuju dengan adanya persepsi yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

c. Indikator Pembelajaran

Tabel 4.15 Persentase Distribusi Jawaban
Responden Indikator Pembelajaran

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	8	9,52
2	Setuju	45	53,58
3	Kurang Setuju	8	9,52
4	Tidak Setuju	23	27,38
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 45 responden (53,58%) yang menyatakan setuju dan 23 responden (27,38%) menyatakan tidak setuju terhadap item pernyataan indikator pembelajaran. Hal ini menunjukkan bahwa 45 responden setuju dengan adanya pembelajaran yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 23 responden tidak setuju dengan adanya pembelajaran yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

d. Indikator Kepercayaan

Tabel 4.16 Persentase Distribusi Jawaban
Responden Indikator Kepercayaan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	22	26,19
2	Setuju	59	70,24
3	Kurang Setuju	3	3,57
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 59 responden (70,24%) yang menyatakan setuju dan 3 responden (3,57%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa 59 responden setuju dengan adanya kepercayaan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 3 responden kurang setuju dengan adanya kepercayaan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

e. Indikator Sikap

Tabel 4.17 Persentase Distribusi Jawaban
Responden Indikator Sikap

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	14	16,67
2	Setuju	69	82,14
3	Kurang Setuju	1	1,19
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 69 responden (82,14%) yang menyatakan setuju dan 1 responden (1,19%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator sikap. Hal ini menunjukkan bahwa 69 responden setuju dengan adanya sikap yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, sementara itu 1 responden kurang setuju dengan adanya sikap yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

5. Analisis Perhitungan Indikator pada Variabel Keputusan

Variabel keputusan terdiri dari 5 indikator yaitu indikator pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam variabel keputusan terdapat 7 item pernyataan yang mewakili dari 5 indikator dimana pada indikator pengenalan kebutuhan dan pencarian informasi masing-masing memiliki 2 item pernyataan, sedangkan pada indikator evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian masing-masing memiliki 1 item pernyataan. Deskripsi data untuk mengetahui nilai indikator pada variabel budaya dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban kuesioner dalam setiap item pernyataan indikator yang valid dari seluruh responden yang berjumlah 84 orang. Kemudian peneliti mengolah hasil jawaban tersebut menggunakan *skala likert* dengan rincian skor jawaban sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1). Adapun distribusi

jawaban responden terdapat pada lampiran 7. Dari distribusi jawaban kuesioner tersebut akan dihitung nilai persentase setiap item indikator pada variabel keputusan sebagai berikut:

a. Indikator Pengenalan kebutuhan

Tabel 4.18.1 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Pengenalan kebutuhan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	28,57
2	Setuju	60	71,43
3	Kurang Setuju	0	0
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 60 responden (71,43%) yang menyatakan setuju dan 24 responden (28,57) menyatakan sangat setuju terhadap item pernyataan ke-1 indikator pengenalan kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa 60 responden setuju dengan adanya pengenalan kebutuhan dalam memilih sekolah, sementara itu 24 responden

sangat setuju dengan adanya pengenalan kebutuhan dalam memilih sekolah.

Tabel 4.18.2 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Pengenalan kebutuhan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	15	17,86
2	Setuju	61	72,62
3	Kurang Setuju	8	9,52
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 61 responden (72,62%) yang menyatakan setuju dan 8 responden (9,52%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan ke-2 indikator pengenalan kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa 61 responden setuju dengan adanya pengenalan kebutuhan dalam memilih sekolah, sementara itu 8 responden kurang setuju dengan adanya pengenalan kebutuhan dalam memilih sekolah.

b. Indikator Pencarian informasi

Tabel 4.19.1 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Pencarian Informasi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	11	13,10
2	Setuju	63	75
3	Kurang Setuju	10	11,90
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 63 responden (75%) yang menyatakan setuju dan 10 responden (11,90%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan ke-1 indikator pencarian informasi. Hal ini menunjukkan bahwa 63 responden setuju dengan adanya pencarian informasi dalam memilih sekolah, sementara itu 10 responden kurang setuju dengan adanya pencarian informasi dalam memilih sekolah.

Tabel 4.19.2 Persentase Distribusi Jawaban
 Responden Indikator Pencarian informasi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	7	8,33
2	Setuju	56	66,67
3	Kurang Setuju	17	20,24
4	Tidak Setuju	4	4,76
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 56 responden (66,67%) yang menyatakan setuju dan 4 responden (4,76%) menyatakan tidak setuju terhadap item pernyataan ke-1 indikator pencarian informasi. Hal ini menunjukkan bahwa 56 responden setuju dengan adanya pencarian informasi dalam memilih sekolah, sementara itu 4 responden tidak setuju dengan adanya pencarian informasi dalam memilih sekolah.

c. Indikator Evaluasi alternatif

Tabel 4.20 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Evaluasi alternatif

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	13	15,48
2	Setuju	61	72,62
3	Kurang Setuju	6	7,14
4	Tidak Setuju	3	3,57
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,19
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 61 responden (72,62%) yang menyatakan setuju dan 3 responden (3,57%) menyatakan tidak setuju terhadap item pernyataan indikator evaluasi alternatif. Hal ini menunjukkan bahwa 61 responden setuju dengan adanya evaluasi alternatif dalam memilih sekolah, sementara itu 3 responden tidak setuju dengan adanya evaluasi alternatif dalam memilih sekolah.

d. Indikator Keputusan pembelian

Tabel 4.21 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Keputusan pembelian

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	17	20,24
2	Setuju	65	77,38
3	Kurang Setuju	2	2,38
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 65 responden (77,38%) yang menyatakan setuju dan 2 responden (2,38%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa 65 responden setuju dengan adanya keputusan pembelian dalam memilih sekolah, sementara itu 2 responden kurang setuju dengan adanya keputusan pembelian dalam memilih sekolah.

e. Indikator Perilaku pasca pembelian

Tabel 4.22 Persentase Distribusi Jawaban Responden Indikator Perilaku pasca pembelian

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	25
2	Setuju	62	73,81
3	Kurang Setuju	1	1,19
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		84	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 62 responden (73,81%) yang menyatakan setuju dan 1 responden (1,19%) menyatakan kurang setuju terhadap item pernyataan indikator perilaku pasca pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa 62 responden setuju dengan adanya perilaku pasca pembelian dalam memilih sekolah, sementara itu 1 responden kurang setuju dengan adanya perilaku pasca pembelian dalam memilih sekolah.

B. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Korelasi *Product Moment*

Analisis korelasi *Product Moment* digunakan untuk mengetahui besarnya korelasi antara X_1 dan Y , X_2 dan Y , X_3 dan Y , serta X_4 dan Y . Berikut analisis korelasi menggunakan *Product Moment*:

a) Analisis korelasi X_1 dan Y

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

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Adapun tabel penolong dalam perhitungan korelasi antara X_1 dan Y dapat dilihat pada lampiran 8. Sebelum menggunakan teknik korelasi dengan rumus di atas, maka mencari skor deviasi terlebih dahulu menggunakan rumus berikut ini:

$$\begin{aligned} 1). \sum X_1^2 &= \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N} \\ &= 13067 - \frac{(1043)^2}{84} \\ &= 13067 - \frac{1087849}{84} \\ &= 13067 - 12950,58 \end{aligned}$$

$$= 116,42$$

$$\begin{aligned} 2). \sum Y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \\ &= 68278 - \frac{(2382)^2}{84} \\ &= 68278 - \frac{5673924}{84} \\ &= 68278 - 67546,71 \\ &= 731,29 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 3). \sum X_1 Y &= \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{N} \\ &= 29744 - \frac{(1043)(2382)}{84} \\ &= 29744 - \frac{2484426}{84} \\ &= 29744 - 29576,5 \\ &= 167,5 \end{aligned}$$

Sehingga jika dihitung dengan rumus korelasi *Product Moment* ialah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r_{X_1 Y} &= \frac{\sum X_1 Y}{\sqrt{(\sum X_1^2)(\sum Y^2)}} \\ &= \frac{167,5}{\sqrt{(116,42)(731,29)}} \\ &= \frac{167,5}{\sqrt{85136,78}} \\ &= \frac{167,5}{291,78} \\ &= 0,574 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh korelasi $r_{X_1Y} = 0,574$. Kemudian hasil perhitungan r_{X_1Y} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 84$ dari taraf signifikan 5% ($r_{tabel} = 0,212$). Dengan kriteria pengujian jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel.

Berdasarkan perhitungan teknik korelasi, diperoleh $r_{X_1Y} > r_{tabel}$ ($0,574 > 0,212$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara X_1 (Budaya) terhadap Y (Keputusan) sebesar 57,4% adalah signifikan.

Tabel 4.23 Koefisien Korelasi X_1 dan Y

N	r_{xy}	r_{tabel} (5%)	Kesimpulan
84	0,574	0,212	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui keeratan korelasi dua variabel tersebut, dapat dilihat pada tabel Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Albert Kurniawan dibawah ini⁵⁹:

⁵⁹Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*, (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019), hlm. 16.

Tabel 4.24 Tingkat Koefisien Korelasi X_1 dan Y

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
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 antara X_1 (Budaya) dan Y (Keputusan) sebesar 0,574 termasuk dalam kategori “sedang” karena terletak pada interval 0,40-0,599. Data tersebut diperkuat dengan output SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26 pada lampiran 12.

b) Analisis korelasi X_2 dan Y

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

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum Y^2)}}$$

Adapun tabel penolong dalam perhitungan korelasi antara X_2 dan Y dapat dilihat

pada lampiran 9. Sebelum menggunakan teknik korelasi dengan rumus di atas, maka mencari skor deviasi terlebih dahulu menggunakan rumus berikut ini:

$$\begin{aligned}
 1). \sum X_2^2 &= \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N} \\
 &= 22984 - \frac{(1382)^2}{84} \\
 &= 22984 - \frac{1909924}{84} \\
 &= 22984 - 22737,19 \\
 &= 246,81
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2). \sum Y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \\
 &= 68278 - \frac{(2382)^2}{84} \\
 &= 68278 - \frac{5673924}{84} \\
 &= 68278 - 67546,71 \\
 &= 731,29
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3). \sum X_2 Y &= \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{N} \\
 &= 39390 - \frac{(1382)(2382)}{84} \\
 &= 39390 - \frac{3291924}{84} \\
 &= 39390 - 39189,57 \\
 &= 200,43
 \end{aligned}$$

Sehingga jika dihitung dengan rumus korelasi *Product Moment* ialah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 r_{X_2Y} &= \frac{\Sigma X_2Y}{\sqrt{(\Sigma X_2^2)(\Sigma Y^2)}} \\
 &= \frac{200.43}{\sqrt{(246.81)(731.29)}} \\
 &= \frac{200.43}{\sqrt{180489.68}} \\
 &= \frac{200.43}{424.84} \\
 &= 0,472
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh korelasi $r_{X_2Y} = 0,472$. Kemudian hasil perhitungan r_{X_2Y} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 84$ dari taraf signifikan 5% ($r_{tabel} = 0,212$). Dengan kriteria pengujian jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel.

Berdasarkan perhitungan teknik korelasi, diperoleh $r_{X_2Y} > r_{tabel}$ ($0,472 > 0,212$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara X_2 (Sosial) terhadap Y (Keputusan) sebesar 47,2% adalah signifikan.

Tabel 4.25 Koefisien Korelasi X_2 dan Y

N	r_{xy}	r_{tabel} (5%)	Kesimpulan
84	0,472	0,212	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui keeratan korelasi dua variabel tersebut, dapat dilihat pada tabel Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Albert Kurniawan dibawah ini⁶⁰:

Tabel 4.26 Tingkat Koefisien Korelasi X_2 dan Y

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
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 antara X_2 (Sosial) dan Y (Keputusan) sebesar 0,472 termasuk dalam kategori “sedang” karena terletak pada interval 0,40-0,599. Data tersebut diperkuat dengan

⁶⁰Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS...*, hlm. 16.

output SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26 pada lampiran 12.

c) Analisis korelasi X_3 dan Y

Mencari korelasi antara X_3 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Adapun tabel penolong dalam perhitungan korelasi antara X_3 dan Y dapat dilihat pada lampiran 10. Sebelum menggunakan teknik korelasi dengan rumus di atas, maka mencari skor deviasi terlebih dahulu menggunakan rumus berikut ini:

$$\begin{aligned} 1). \sum X_3^2 &= \sum X_3^2 - \frac{(\sum X_3)^2}{N} \\ &= 38511 - \frac{3207681}{84} \\ &= 38511 - 38186,67 \\ &= 324,33 \end{aligned}$$
$$\begin{aligned} 2). \sum Y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} = 38511 - \frac{(1791)^2}{84} \\ &= 68278 - \frac{(2382)^2}{84} \\ &= 68278 - \frac{5673924}{84} \end{aligned}$$

$$= 68278 - 67546,71$$

$$= 731,29$$

$$\begin{aligned} 3). \sum X_3 Y &= \sum X_3 Y - \frac{(\sum X_3)(\sum Y)}{N} \\ &= 51.088 - \frac{(1,791)(2,382)}{84} \\ &= 51.088 - \frac{4,266,162}{84} \\ &= 51.088 - 50.787,64 \\ &= 300,36 \end{aligned}$$

Sehingga jika dihitung dengan rumus korelasi *Product Moment* ialah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r_{X_3 Y} &= \frac{\sum X_3 Y}{\sqrt{(\sum X_3^2)(\sum Y^2)}} \\ &= \frac{300.36}{\sqrt{(324.33)(731.29)}} \\ &= \frac{300.36}{\sqrt{237179.28}} \\ &= \frac{300.36}{487.01} \\ &= 0,617 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh korelasi $r_{X_3 Y} = 0,617$. Kemudian hasil perhitungan $r_{X_3 Y}$ dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 84$ dari taraf signifikan 5% ($r_{tabel} = 0,212$). Dengan kriteria pengujian

jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel.

Berdasarkan perhitungan teknik korelasi, diperoleh $r_{X_3Y} > r_{tabel}$ ($0,617 > 0,212$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara X_3 (Pribadi) terhadap Y (Keputusan) sebesar 61,7% adalah signifikan.

Tabel 4.27 Koefisien Korelasi X_3 dan Y

N	r_{xy}	r_{tabel} (5%)	Kesimpulan
84	0,617	0,212	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui keeratan korelasi dua variabel tersebut, dapat dilihat pada tabel Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Albert Kurniawan dibawah ini⁶¹:

⁶¹Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS...*, hlm. 16.

Tabel 4.28 Tingkat Koefisien Korelasi X_3 dan Y

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
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 antara X_3 (Pribadi) dan Y (Keputusan) sebesar 0,617 termasuk dalam kategori “kuat” karena terletak pada interval 0,60-0,799. Data tersebut diperkuat dengan output SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26 pada lampiran 12.

d) Analisis korelasi X_4 dan Y

Mencari korelasi antara X_4 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum Y^2)}}$$

Adapun tabel penolong dalam perhitungan korelasi antara X_4 dan Y dapat dilihat

pada lampiran 11. Sebelum menggunakan teknik korelasi dengan rumus diatas, maka mencari skor deviasi terlebih dahulu menggunakan rumus berikut ini:

$$\begin{aligned}
 1). \sum X_4^2 &= \sum X_4^2 - \frac{(\sum X_4)^2}{N} \\
 &= 34468 - \frac{(1694)^2}{84} \\
 &= 34468 - \frac{2869636}{84} \\
 &= 34468 - 34162,33 \\
 &= 305,67
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2). \sum Y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \\
 &= 68278 - \frac{(2382)^2}{84} \\
 &= 68278 - \frac{5673924}{84} \\
 &= 68278 - 67546,71 \\
 &= 731,29
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3). \sum X_4 Y &= \sum X_4 Y - \frac{(\sum X_4)(\sum Y)}{N} \\
 &= 48356 - \frac{(1694)(2382)}{84} \\
 &= 48356 - \frac{4035108}{84} \\
 &= 48356 - 48037 \\
 &= 319
 \end{aligned}$$

Sehingga jika dihitung dengan rumus korelasi *Product Moment* ialah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 r_{X_4Y} &= \frac{\sum X_4Y}{\sqrt{(\sum X_4^2)(\sum Y^2)}} \\
 &= \frac{319}{\sqrt{(305.67)(731.29)}} \\
 &= \frac{319}{\sqrt{223533.41}} \\
 &= \frac{319}{472.79} \\
 &= 0,675
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh korelasi $r_{X_4Y} = 0,675$. Kemudian hasil perhitungan r_{X_4Y} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 84$ dari taraf signifikan 5% ($r_{tabel} = 0,212$). Dengan kriteria pengujian jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel.

Berdasarkan perhitungan teknik korelasi, diperoleh $r_{X_4Y} > r_{tabel}$ ($0,675 > 0,212$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara X_4 (Psikologi) terhadap Y (Keputusan) sebesar 67,5% adalah signifikan.

Tabel 4.29 Koefisien Korelasi X_4 dan Y

N	r_{xy}	r_{tabel} (5%)	Kesimpulan
84	0,675	0,212	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui keeratan korelasi dua variabel tersebut, dapat dilihat pada tabel Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Albert Kurniawan dibawah ini⁶²:

Tabel 4.30 Tingkat Koefisien Korelasi X_4 dan Y

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
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 antara X_4 (Psikologi) dan Y (Keputusan) sebesar 0,675 termasuk dalam kategori “kuat” karena terletak pada interval 0,60-0,799. Data tersebut diperkuat dengan

⁶²Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS...*, hlm. 16.

output SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26 pada lampiran 12.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda pada penelitian ini diolah menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Uji F (Uji Simultan)

Sebelum mencari nilai F, maka terlebih dahulu menentukan taraf signifikansinya. Dalam penelitian ini, taraf signifikan $\alpha = 5\%$. Dimana cara untuk mencari F_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= F(k; n-k) \\ &= F(4; 84-4) \\ &= F(4; 80) \\ &= 2,49 \end{aligned}$$

Maka $F_{tabel} 5\% = 2,49$. Jika sudah diketahui nilai F_{tabel} , kemudian masukkan kedalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen dengan variabel dependen, tetapi apabila F_{hitung}

$< F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen dengan variabel dependen. Kemudian apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka artinya signifikan, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka artinya tidak signifikan.

Setelah diketahui nilai F_{tabel} , maka langkah selanjutnya ialah menginput data di SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26, data yang menunjukkan hasil uji simultan akan terlihat pada output tabel ANOVA. Adapun hasil output ANOVA terdapat pada lampiran 14. Berikut adalah rangkuman hasil output ANOVA:

Tabel 4.31 Rangkuman Hasil ANOVA

Model	F	Sig.
<i>Regression</i>	20,816	,000 ^b

Dari tabel di atas terlihat bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen dengan variabel dependen, terlihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $20,816 > 2,49$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,000.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh simultan antara variabel budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologi (X_4), terhadap keputusan (Y), yang artinya hipotesis dapat diterima.

b. Uji t (Uji Parsial)

Sebelum mencari nilai t, maka terlebih dahulu menentukan taraf signifikasinya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$. Dimana cara untuk mencari t_{tabel} ialah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}t_{tabel} &= t \left(\frac{\alpha}{2}; n-k-1 \right) \\ &= t \left(\frac{0.05}{2}; 84-4-1 \right) \\ &= t (0,025 ; 79) \\ &= 1,990\end{aligned}$$

Pada penelitian ini diketahui $t_{tabel} 5\% = 1,990$. Kemudian masukkan dalam kaidah pengujian signifikansi yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka signifikan, namun apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak signifikan. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka signifikan dan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak signifikan.

Setelah diketahui nilai t_{tabel} , maka langkah selanjutnya ialah menginput data di SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26. Data yang menunjukkan hasil uji parsial terlihat pada output tabel *Coefficients*. Adapun hasil output tabel *Coefficients* terdapat pada lampiran 15. Berikut rangkuman hasil output *Coefficients* yang digunakan untuk uji t:

Tabel 4.32 Rangkuman Hasil *Coefficients* untuk Uji t

Model	t_{hitung}	Sig.
Budaya (X_1)	1,182	0,241
Sosial (X_2)	-0,506	0,614
Pribadi (X_3)	2,066	0,042
Psikologi (X_4)	3,709	0,000

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa:

- 1) Variabel budaya memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,182 < 1,990$ dan nilai signifikansi $0,241 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh

secara parsial yang signifikan antara variabel budaya dengan keputusan.

- 2) Variabel sosial memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,506 < 1,990$ dan nilai signifikansi yaitu $0,614 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan antara variabel sosial dengan keputusan.
- 3) Variabel pribadi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,066 > 1,990$ dan nilai signifikansi yaitu $0,042 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan antara variabel pribadi dengan keputusan.
- 4) Variabel psikologi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,709 > 1,990$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan antara variabel psikologi dengan keputusan.

c. Model Regresi

Untuk mengetahui model regresi, pada penelitian ini dibantu dengan program SPSS

(*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26 dengan output tabel *Coefficients*. Adapun hasil output tabel *Coefficients* terdapat dalam lampiran 15. Berikut rangkuman hasil output tabel *Coefficients* yang digunakan untuk mencari model regresi:

Tabel 4.33 Rangkuman Hasil *Coefficients* untuk Model Regresi

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	Std. Error
1 (<i>Constant</i>)	3,465	2,836
Budaya (X_1)	0,339	0,287
Sosial (X_2)	-0,097	0,192
Pribadi (X_3)	0,393	0,190
Psikologi (X_4)	0,689	0,186

dari tabel diatas dapat diketahui bahwa model regresi pada penelitian ini adalah:

$$\hat{Y} = 3,465 + 0,339X_1 + (-0,097)X_2 + 0,393X_3 + 0,689X_4$$

Dari persamaan model regresi linier berganda diatas, maka dapat diartikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta dari keputusan (Y) sebesar 3,465 artinya jika budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologi (X_4) nilainya 0 maka keputusan (Y) nilainya sebesar 3,465.
- 2) Koefisien regresi variabel budaya (X_1) sebesar 0,339 mempunyai arah koefisien regresi positif. Hal ini dapat diartikan bahwa adanya pengaruh positif antara budaya (X_1) dengan keputusan (Y) yang berarti semakin tinggi nilai budaya (X_1) maka keputusan (Y) akan semakin meningkat setiap kenaikan satu satuan budaya (X_1). Nilai ini juga dapat diartikan jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada budaya (X_1) maka keputusan (Y) akan meningkat sebesar 33,9%.
- 3) Koefisien regresi variabel sosial (X_2) sebesar -0,097 mempunyai arah koefisien regresi negatif. Hal ini dapat diartikan bahwa adanya pengaruh negatif antara sosial (X_2) dengan keputusan (Y) yang berarti semakin tinggi nilai sosial (X_2) maka keputusan (Y) akan semakin menurun setiap kenaikan satu satuan sosial (X_2). Nilai ini juga dapat diartikan jika

terjadi peningkatan sebesar 1% pada sosial (X_2) maka keputusan (Y) akan menurun sebesar 9,7%.

- 4) Koefisien regresi variabel pribadi (X_3) sebesar 0,393% mempunyai arah koefisien regresi positif. Hal ini dapat diartikan bahwa adanya pengaruh positif antara pribadi (X_3) dengan keputusan (Y) yang berarti semakin tinggi nilai pribadi (X_3) maka keputusan (Y) akan semakin meningkat setiap kenaikan satu satuan pribadi (X_3). Nilai ini juga dapat diartikan jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada pribadi (X_3) maka keputusan (Y) akan meningkat sebesar 39,3%.
- 5) Koefisien regresi variabel psikologi (X_4) sebesar 0,689% mempunyai arah koefisien regresi positif. Hal ini dapat diartikan bahwa adanya pengaruh positif antara psikologi (X_4) dengan keputusan (Y) yang berarti semakin tinggi nilai psikologi (X_4) maka keputusan (Y) akan semakin meningkat setiap kenaikan satu satuan psikologi (X_4). Nilai ini juga dapat diartikan jika terjadi peningkatan

sebesar 1% pada psikologi (X_4) maka keputusan (Y) akan meningkat sebesar 68,9%.

Dari model regresi yang telah diketahui, maka dilakukan uji coba pada data responden yang telah diperoleh dengan nilai X_1 (3,67), X_2 (4,8), X_3 (5), X_4 (4,8).

$$\begin{aligned}\hat{Y} &= 3,465 + 0,339X_1 + (-0,097)X_2 + 0,393X_3 + 0,689X_4 \\ &= 3,465 + 0,399(3,67) + (-0,097)(4,8) + 0,393(5) + 0,689(4,8) \\ &= 3,465 + 1,244 - 0,465 + 1,965 + 3,307 \\ &= 9,516\end{aligned}$$

d. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui koefisien determinasi, pada penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26 dengan output tabel Model *Summary^b*. Adapun hasil output tabel Model *Summary^b* terdapat dalam lampiran 13. Berikut adalah rangkuman hasil output Model

Summary^b yang digunakan untuk mengetahui koefisien determinasi:

Tabel 4.17 Rangkuman Hasil Model *Summary*^b

Model	R	R. <i>Square</i>
1	0,716 ^a	0,513

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,513. Jika dihitung secara manual menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}Kd &= r^2 \times 100\% \\ &= (0.716)^2 \times 100\% \\ &= 0,513 \times 100\% \\ &= 51,3\%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat dikatakan bahwa variabel budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologi (X_4), berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan (Y) sebesar 51,3% dan 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal ini berarti korelasi antara

variabel independen dan variabel dependen pada penelitian ini termasuk dalam kategori “kuat”.

e. Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

Untuk mengetahui sumbangan efektif (SE) dan sumbangan relatif (SR) pada penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26 dengan output tabel *Coefficients* dan nilai R_{square} pada tabel Model *Summary*^b. Adapun hasil output tabel *Coefficients* terdapat dalam lampiran 15 dan output Model *Summary*^b terdapat dalam lampiran 13. Berikut rangkuman hasil output *Coefficients* yang digunakan untuk mengetahui besar pengaruh sumbangan efektif (SE) dan sumbangan relatif (SR):

Tabel 4.35 Rangkuman Hasil *Coefficients* untuk
SE dan SR

Variabel	<i>Standardized Coefficient Beta</i>	<i>Coefficients Correlations</i>	<i>R_{square}</i>
Budaya (X_1)	0,135	0,574	0,513
Sosial (X_2)	-0,057	0,472	
Pribadi (X_3)	0,262	0,617	
Psikologi (X_4)	0,446	0,675	

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk mencari besarnya kontribusi efektif dan kontribusi relatif ialah dengan rumus sebagai berikut:

1) Budaya

$$\begin{aligned} \text{a). SE} &= \beta_{X_1} \times \text{Korelasi} \times 100\% \\ &= 0,135 \times 0,574 \times 100\% \\ &= 7,7\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b). SR} &= \frac{SE}{R_{square}} \times 100\% \\ &= \frac{7.7}{51.3} \times 100\% \\ &= 15\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa sumbangan efektif budaya terhadap keputusan ialah sebesar 7,7%. Sedangkan sumbangan relatif budaya terhadap keputusan ialah sebesar 15%.

2) Sosial

$$\text{a). } SE = \beta_{X_2} \times \text{Korelasi} \times 100\%$$

$$= -0,057 \times 0,472 \times 100\%$$

$$= -2,7\%$$

$$\text{b). } SR = \frac{SE}{Rsquare} \times 100\%$$

$$= \frac{-2.7}{51.3} \times 100\%$$

$$= -5,3\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa sumbangan efektif sosial terhadap keputusan ialah sebesar -2,7%. Sedangkan sumbangan relatif sosial terhadap keputusan ialah sebesar -5,3%.

3) Pribadi

$$\text{a). } SE = \beta_{X_3} \times \text{Korelasi} \times 100\%$$

$$= 0,262 \times 0,617 \times 100\%$$

$$= 16,2\%$$

$$\text{b). } SR = \frac{SE}{Rsquare} \times 100\%$$

$$= \frac{16.2}{51.3} \times 100\%$$

$$= 31,6\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa sumbangan efektif pribadi terhadap keputusan ialah sebesar 16,2%. Sedangkan sumbangan relatif pribadi terhadap keputusan ialah sebesar 31,6%.

4) Psikologi

$$a). SE = \beta_{X_4} \times \text{Korelasi} \times 100\%$$

$$= 0,446 \times 0,675 \times 100\%$$

$$= 30,1\%$$

$$b). SR = \frac{SE}{Rsquare} \times 100\%$$

$$= \frac{30.1}{51.3} \times 100\%$$

$$= 58,7\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa sumbangan efektif psikologi terhadap keputusan ialah sebesar 30,1%. Sedangkan sumbangan relatif psikologi terhadap keputusan ialah sebesar 58,7%.

3. Pembahasan Hipotesis

Perhitungan serta penyajian data secara statistik telah dilakukan guna menjelaskan secara rinci sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Berdasarkan pembahasan secara statistik, maka kajian secara mendalam dapat disajikan dalam pembahasan berdasarkan hasil perhitungan sebagai berikut:

a. Budaya

Berdasarkan tabel persentase distribusi jawaban responden mengenai variabel budaya, sebagian besar orang tua setuju dengan adanya budaya yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, namun terdapat 1 orang tua yang tidak setuju pada indikator sub budaya.

Dalam analisis *korelasi product moment* dihasilkan nilai korelasi sebesar $r_{X_1Y} = 0,574 > r_{tabel} = 0,212$ dengan taraf signifikan 5%, maka koefisien korelasi yang dihasilkan termasuk dalam kategori “sedang”, karena berada pada interval 0,40-0,599 sehingga dapat disebutkan bahwa terdapat hubungan yang “sedang” antara budaya dengan keputusan.

Pada analisis regresi linier berganda dihasilkan nilai $t_{hitung} = 1,182 < t_{tabel} = 1,990$ dengan nilai signifikansi $0,241 > 0,05$. Selain itu juga dihasilkan Sumbangan Efektif (SE) sebesar 7,7% dan Sumbangan Relatif (SR) sebesar 15% .

Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa faktor budaya mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Siti Rahayu Arini (2018) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara faktor budaya terhadap keputusan.

b. Sosial

Berdasarkan tabel persentase distribusi jawaban responden mengenai variabel sosial, sebagian besar orang tua setuju dengan adanya sosial yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, namun terdapat 5 orang tua yang tidak setuju pada indikator keluarga.

Dalam analisis korelasi *product moment* dihasilkan nilai korelasi sebesar $r_{X_2Y} = 0,472 >$

$r_{tabel} = 0,212$ dengan taraf signifikan 5%, maka koefisien korelasi yang dihasilkan termasuk dalam kategori “sedang” karena berada pada interval 0,40-0,599 sehingga dapat disebutkan bahwa terdapat hubungan yang “sedang” antara sosial dengan keputusan.

Pada analisis regresi linier berganda dihasilkan nilai $t_{hitung} = -0,506 < t_{tabel} = 1,990$ dengan nilai signifikansi $0,614 > 0,05$. Selain itu juga dihasilkan Sumbangan Efektif (SE) sebesar -2,7% dan Sumbangan Relatif (SR) sebesar -5,3%.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa faktor sosial mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Novianti Arintyas (2021) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara faktor sosial terhadap keputusan.

c. Pribadi

Berdasarkan tabel persentase distribusi jawaban responden mengenai variabel pribadi, sebagian besar orang tua setuju dengan adanya faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, namun terdapat 5 orang tua yang kurang setuju pada indikator gaya hidup.

Dalam analisis korelasi product moment dihasilkan nilai korelasi sebesar $r_{X_3Y} = 0,617 > r_{tabel} = 0,212$ dengan taraf signifikan 5%, maka koefisien korelasi yang dihasilkan termasuk dalam kategori “kuat” karena berada pada interval 0,60-0,799 sehingga dapat disebutkan bahwa terdapat hubungan yang “kuat” antara pribadi dengan keputusan.

Pada analisis regresi linier berganda dihasilkan nilai $t_{hitung} = 2,066 > t_{tabel} = 1,990$ dengan nilai signifikansi $0,042 < 0,05$. Selain itu juga dihasilkan Sumbangan Efektif (SE) sebesar 16,2% dan Sumbangan Relatif (SR) sebesar 31,6%.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa faktor pribadi mempengaruhi perilaku seseorang dalam membuat keputusan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Fausiana dan Abdul Hamid (2014) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara faktor pribadi terhadap keputusan.

d. Psikologi

Berdasarkan tabel persentase distribusi jawaban responden mengenai variabel psikologi, sebagian besar orang tua setuju dengan adanya faktor psikologi yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, namun terdapat 23 orang tua yang tidak setuju pada indikator pembelajaran.

Dalam analisis korelasi *product moment* dihasilkan nilai korelasi sebesar $r_{X_4Y} = 0,675 > r_{tabel} = 0,212$ dengan taraf signifikan 5%, maka koefisien korelasi yang dihasilkan termasuk dalam kategori “kuat” karena berada pada interval 0,60-0,799 sehingga dapat disebutkan

bahwa terdapat hubungan yang “sedang” antara psikologi dengan keputusan.

Pada analisis regresi linier berganda dihasilkan nilai $t_{hitung} = 3,709 > t_{tabel} = 1,990$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu juga dihasilkan Sumbangan Efektif (SE) sebesar 30,1% dan Sumbangan Relatif (SR) sebesar 58,7%.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa faktor psikologi mempengaruhi perilaku seseorang dalam membuat keputusan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Sujani (2017) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara faktor psikologi terhadap keputusan.

4. Penjelasan Hipotesis

Berdasarkan pembahasan hipotesis, dapat diinterpretasikan bahwa semakin besar korelasi antara variabel bebas (*independent*) terhadap variabel (*dependent*), semakin besar pula nilai regresi dan nilai kontribusi (sumbangan efektif dan relatif)

variabel bebas (*independent*) terhadap variabel (*dependent*). Hal ini dapat dilihat dari tabel rangkuman hasil analisis data penelitian mengenai pengaruh antara budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologi (X_4) terhadap keputusan (Y) dibawah ini:

Tabel 4.36 Rangkuman Hasil Analisis Data Penelitian

No	Variabel	Korelasi	Regresi	SE	SR
1.	Budaya (X_1)	0,574	0,339	7,7%	15%
2.	Sosial (X_2)	0,472	-0,097	-2,7%	-5,3%
3.	Pribadi (X_3)	0,617	0,393	16,2%	31,6%
4.	Psikologi (X_4)	0,675	0,689	30,1%	58,7%

sehingga dapat dijelaskan bahwa hipotesis “terdapat faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja” dapat diterima.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini tentunya masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Objek yang dijadikan fokus penelitian hanya terbatas pada orang tua siswa, dimana siswa sebenarnya juga dapat dijadikan objek penelitian.
2. Jumlah responden yang hanya 84 tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya, hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga peneliti.
3. Responden dalam penelitian ini tidak diklasifikasi.
4. Dalam pengambilan informasi, terkadang responden tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena perbedaan pendapat, pandangan dan faktor lain dalam pengisian kuesioner oleh responden.
5. Masih terdapat jawaban responden yang tidak konsisten, hal ini disebabkan kurangnya ketelitian responden dalam menjawab pernyataan yang ada dalam kuesioner.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai “Analisis Faktor Determinan yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah di SMP N 1 Karangreja”, dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja adalah faktor psikologi, hal ini dibuktikan dengan adanya korelasi sebesar 0,675 (67,5%). Hasil regresi linier berganda pada variabel psikologi menunjukkan nilai t_{hitung} 3,709 > 1,990 t_{tabel} , dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai sumbangan efektif sebesar 30,1%.

Sementara itu pada variabel psikologi jawaban setuju paling banyak dari responden yaitu pada pernyataan indikator motivasi menunjukkan 84,53% dan jawaban tidak setuju paling banyak dari responden yaitu pada pernyataan indikator pembelajaran menunjukkan 27,38%. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa motivasi berpengaruh

terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Sedangkan pembelajaran tidak berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

Faktor psikologi merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan, mengumpulkan dan menganalisis sebuah informasi, serta merumuskan pikiran dan pendapat untuk mengambil keputusan. Faktor ini lebih melihat kondisi psikis yang dimiliki oleh konsumen, sehingga faktor ini memiliki kontribusi yang besar dalam proses pengambilan keputusan seseorang.

2. Faktor psikologi merupakan faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah di SMP N 1 Karangreja sebesar 30,1%.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di SMP N 1 Karangreja mengenai analisis faktor determinan yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Sekolah:

- a. Disarankan untuk meningkatkan kualitas sekolah sehingga mampu menarik banyak konsumen yang menggunakan jasa pendidikan dan mampu berdaya saing di dunia pendidikan.
- b. Disarankan untuk menumbuhkembangkan pengetahuan dan pemikiran mengenai pentingnya peduli lingkungan bagi seluruh warga sekolah.

2. Bagi Orang Tua

- a. Disarankan untuk mempertimbangkan segala sesuatu terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan dalam memilih sekolah untuk anaknya.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah penulis sangat berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan mendoakan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Hal ini semata-mata karena keterbatasan

kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar dijadikan motivasi untuk menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi pembaca pada umumnya. Sekian terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE YOGYAKARTA, 2018.
- Duli, Nikolaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Fahmi, Irham, *Manajemen Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2021.
- Firmansyah, M. Anang, *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Hadi, Sutrisno, *Statistik*, Bandung: Andi Offset, 2004.
- Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Sekretariat Negara. Jakarta
- J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media Group, 2019.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2018. *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 51 Tahun 2018 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru TK, SD, SMP, SMA dan SMK*. Jakarta.

- Kreitenr, Robert dan Angelo Kinicki, *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Penerbit Salemba, 2014.
- Kristiani, Nuning, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta*”, *Jurnal Manajemen Maranatha*, (Vol. 16, No. 1), 2016.
- M. Sangadji, Etta, dan Sopiiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Andi, 2013.
- Moorhead, Gregory dan Ricky W. Griffin, *Perilaku Organisasi: Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Muhammad Irwan, Andi, “*Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, (Vol. 1, No. 2), 2019.
- Noor, Juliansyah, *Penelitian Ilmu Manajemen Tinjauan Filosofis dan Praktis*, Jakarta: Kencana Prenada Group, 2013.
- Purnomo, Albert Kurniawan, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*, Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019.
- R. Terry, George, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

- Rifa'i, Muhammad, *Sejarah Pendidikan Nasional Dari Masa Klasik Hingga Modern*, Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2016.
- Rusdiana, A, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, Bandung: Pusaka Setia, 2014.
- Septiana, Aldila, *Analisis Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif*, Pamekasan: Duta Media Publishing, 2017.
- Setya Mustafa, Pinto dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga*, Malang: FIK UNM, 2020.
- Siregar, Sofiyan, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Siregar, Sofiyan, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2013.
- Sitoyo, Sandu dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publising, 2015.
- Solimun dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*, Malang: UB Press, 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Syamsul Falah, Moh, “*Pengambilan Keputusan Dalam Perspektif Islam*”, *Jurnal Menara Tebuireng*, (Vol. 12, No. 02), 2017.
- Trianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi Pendidikan dan Tenaga Pendidikan*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Wahyuni, Tutik dan Amanatuz Zuhriyah, “*Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa*”, *Jurnal Agriscience*, (Vol. 1, No. 1), 2020.
- Winarsunu, Tulus, *Statistik: Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, Malang: UMM Press, 2004.
- Yuniarti, Vina Sri, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2015.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Jawaban tidak dapat diedit

Kuesioner Penelitian "Analisis Faktor Determinan yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah di SMP N 1 Karangreja"

Assalamualaikum wr. wb

Perkenalkan saya Asri Fitri Yurdila mahasiswi S1 jurusan Manajemen Pendidikan Islam UIN Walisongo Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir mengenai "Analisis Faktor Determinan yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah di SMP N 1 Karangreja".

Berikut prosedur pengisian kuesioner

1. Petunjuk Umum:

- Kuesioner ini didedarkan kepada Bapak/Ibu dengan tujuan hanya untuk penelitian.
- Kesediaan Bapak/Ibu dengan mengisi kuesioner ini sangat membantu dalam penelitian ini.
- Data yang diperoleh peneliti semata-mata hanya untuk keperluan penelitian.

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner:

- Pilih salah satu alternatif jawaban pada setiap pernyataan
- Setiap memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi atau keadaan yang tengah dialami, beri tanda cek list (v) pada kolom alternatif jawaban. Adapun alternatif jawaban ialah sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju (skor 5)

S : Setuju (skor 4)

KS : Kurang Setuju (skor 3)

TS : Tidak Setuju (skor 2)

STS: Sangat Tidak Setuju (skor 1)

- Mohon setiap pernyataan diisi secara keseluruhan.

Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu sekalian.

Wassalamualaikum. wr. wb.

Nama Lengkap Wali Murid: *

ADI SUGIMIN

Wali murid dari siswa kelas: *

9E

Kuesioner Variabel ke-1 (Budaya)

1. Saya memutuskan memilih SMP N 1 Karangreja karena sekolah ini menerapkan pendidikan karakter *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Saya memutuskan memilih SMP N 1 Karangreja karena sekolah ini menerapkan peduli lingkungan *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

3. Saya memutuskan memilih SMP N 1 Karangreja karena biaya pendidikan di sekolah ini terjangkau *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Kuesioner Variabel ke-2 (Sosial)

1. Saya memilih SMP N 1 Karangreja karena lingkungan sekitar banyak yang menyekolahkan anaknya di sekolah ini *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Saya memilih SMP N 1 Karangreja berdasarkan referensi dari keluarga *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

3. Sebagai orang tua saya wajib memilih sekolah sesuai dengan kebutuhan anak *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

4. Saya memutuskan memilih SMP N 1 Karangreja karena kualitasnya sudah diakui oleh masyarakat *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Kuesioner Variabel ke-3 (Pribadi)

1. Saya berpikir bahwa SMP N 1 Karangreja merupakan sekolah yang mampu menunjang kebutuhan pendidikan anak saya *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Sesuai dengan keadaan ekonomi keluarga, memilih SMP N 1 Karangreja merupakan pilihan yang tepat *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

3. Saya memilih SMP N 1 Karangreja karena sekolah ini merupakan sekolah unggulan di wilayah Karangreja *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

4. Saya memilih SMP N 1 Karangreja karena prinsip saya harus memilih sekolah yang terbaik untuk anak saya *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

5. Bagi saya memilih sekolah dengan citra baik itu penting untuk mempermudah anak melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Kuesioner Variabel ke-4 (Psikologi)

1. Akreditasi dan prestasi yang dimiliki SMP N 1 Karangreja memotivasi saya untuk menyekolahkan anak di sekolah ini *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Saya memilih SMP N 1 Karangreja karena sekolah ini memiliki citra baik dikalangan masyarakat *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

3. Saya memutuskan memilih SMP N 1 Karangreja karena sebelumnya memiliki pengalaman menyekolahkan anak di sekolah ini *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

4. Saya percaya bahwa SMP N 1 Karangreja mampu mendidik anak sesuai harapan saya sebagai orang tua *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

5. Karena keunggulan yang dimiliki SMP N 1 Karangreja, membuat saya lebih memilih sekolah ini dibandingkan dengan sekolah lain *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Kuesioner Variabel ke-5 (Keputusan)

1. Saya memilih SMP N 1 Karangreja karena saya ingin membentuk kedisiplinan anak *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Dengan memilih SMP N 1 Karangreja kebutuhan anak saya terpenuhi *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

3. Sebelum memutuskan memilih SMP N 1 Karangreja saya mencari informasi terlebih dahulu tentang sekolah ini *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

4. Saya memperoleh informasi melalui berbagai media promosi yang digunakan SMP N 1 Karangreja *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

5. Setelah melalui seleksi dari beberapa alternatif pilihan sekolah saya memutuskan memilih SMP N 1 Karangreja *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

6. Memilih SMP N 1 Karangreja sebagai tempat menuntut ilmu anak saya adalah keputusan yang tepat *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

7. Saya merasa puas menyekolahkan anak saya di SMP N 1 Karangreja *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

24/10/21 14.04 dikirimkan

Lampiran 2 Daftar Nama Responden

No.	Nama	Kelas	Kode
1.	Aminudin	VII A	R1
2.	Samsul Hadi	VII A	R2
3.	Misron	VII A	R3
4.	Dirmanto	VII A	R4
5.	Budi Subagyo	VII A	R5
6.	Rohyati	VII B	R6
7.	Raza Raiva	VII B	R7
8.	Tatik	VII B	R8
9.	Erlangga	VII B	R9
10.	Sulasih	VII B	R10
11.	Bayu Tri Saputra	VII C	R11
12.	Malika Ridha	VII C	R12
13.	Liswati	VII C	R13
14.	Arvel Fatah	VII C	R14
15.	Hartanti	VII C	R15
16.	Pipit Annata	VII D	R16
17.	Suherman	VII D	R17
18.	Turmiah	VII D	R18
19.	Durwasih	VII D	R19
20.	Kinah	VII D	R20

21.	Sofi	VII E	R21
22.	Bejo Daryanto	VII E	R22
23.	Darpiah	VII E	R23
24.	Rydhho Dwi Prasetyo	VII E	R24
25.	Titin Sulistiana	VII E	R25
26.	Nur Aini	VIII A	R26
27.	Marsin	VIII A	R27
28.	Salmiyah	VIII A	R28
29.	Muhammad Arif	VIII A	R29
30.	Suyatno	VIII A	R30
31.	Siti Maesaroh	VIII B	R31
32.	Danang Supardi	VIII B	R32
33.	Jambari	VIII B	R33
34.	Susanto	VIII B	R34
35.	Ismail	VIII B	R35
36.	Dasri	VIII C	R36
37.	Umroh	VIII C	R37
38.	Teguh Priyanto	VIII C	R38
39.	Didi Hermawan	VIII C	R39
40.	Warsono	VIII C	R40
41.	Ermawati	VIII D	R41
42.	Sholihul Hadi	VIII D	R42

43.	Nur Cahyo	VIII D	R43
44.	Saefurrohman	VIII D	R44
45.	Zainudin	VIII D	R45
46.	Warniah	VIII E	R46
47.	Kodir	VIII E	R47
48.	Priyanto	VIII E	R48
49.	Timur Cipto Atmojo	VIII E	R49
50.	Sutrisno	VIII E	R50
51.	Sunarto Tardi	VIII F	R51
52.	Devita Nurgianti	VIII F	R52
53.	Puput Mugiasih	VIII F	R53
54.	Kairah	VIII F	R54
55.	Ramini	VIII F	R55
56.	Mustamir	IX A	R56
57.	Riyanto	IX A	R57
58.	Mulyadi	IX A	R58
59.	Khoeruddin	IX A	R59
60.	Katinah	IX B	R60
61.	Slamet	IX B	R61
62.	Jumaidi	IX B	R62
63.	Teguh	IX B	R63
64.	Budiman	IX B	R64

65.	Sunariyah	IX C	R65
66.	Waluyo	IX C	R66
67.	Mulyono	IX C	R67
68.	Abdul Jamil	IX C	R68
69.	Surinah	IX C	R69
70.	Ruyati	IX D	R70
71.	Karyono	IX D	R71
72.	Dede Gatot Suparno	IX D	R72
73.	Turinem	IX D	R73
74.	Nuriyati	IX D	R74
75.	Adi Sugimin	IX E	R75
76.	Elsi Setiowati	IX E	R76
77.	Ali Murniasih	IX E	R77
78.	Romyati	IX E	R78
79.	Triani	IX E	R79
80.	Diah	IX F	R80
81.	Emdri Etriatun	IX F	R81
82.	Sakinah	IX F	R82
83.	Tri Kusmiati	IX F	R83
84.	Purwanto	IX F	R84

Lampiran 3 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Budaya

Responden	Soal			Jumlah	Rata-rata
	1	2	3		
1	4	4	4	12	4
2	4	3	4	11	3,67
3	4	4	4	12	4
4	4	3	4	11	3,67
5	4	4	4	12	4
6	5	4	4	13	4,33
7	4	4	4	12	4
8	4	4	4	12	4
9	5	5	5	15	5
10	5	5	5	15	5
11	4	4	4	12	4
12	4	5	5	14	4,67
13	4	4	4	12	4
14	5	4	4	13	4,33
15	4	4	4	12	4
16	4	4	5	13	4,33
17	4	4	4	12	4
18	5	5	5	15	5
19	5	5	5	15	5
20	4	4	4	12	4
21	4	4	4	12	4
22	4	4	4	12	4
23	5	4	4	13	4,33
24	5	4	4	13	4,33
25	5	5	4	14	4,67
26	4	4	5	13	4,33
27	5	5	5	15	5
28	4	4	4	12	4
29	4	3	4	11	3,67

30	4	3	4	11	3,67
31	4	3	4	11	3,67
32	4	4	4	12	4
33	4	4	4	12	4
34	4	2	4	10	3,33
35	4	4	4	12	4
36	4	4	3	11	3,67
37	4	4	4	12	4
38	4	4	4	12	4
39	4	4	4	12	4
40	4	4	4	12	4
41	4	3	4	11	3,67
42	4	4	4	12	4
43	4	4	4	12	4
44	4	3	4	11	3,67
45	4	4	4	12	4
46	4	4	4	12	4
47	4	4	5	13	4,33
48	4	4	4	12	4
49	4	4	4	12	4
50	5	5	4	14	4,67
51	4	4	4	12	4
52	4	4	4	12	4
53	5	5	5	15	5
54	4	4	4	12	4
55	4	4	4	12	4
56	5	5	5	15	5
57	4	3	4	11	3,67
58	4	4	4	12	4
59	4	3	4	11	3,67
60	5	4	4	13	4,33
61	4	4	4	12	4
62	4	4	4	12	4

63	4	4	4	12	4
64	4	4	4	12	4
65	5	5	4	14	4,67
66	4	4	4	12	4
67	4	3	4	11	3,67
68	4	4	4	12	4
69	4	4	5	13	4,33
70	4	4	4	12	4
71	4	4	4	12	4
72	3	4	5	12	4
73	4	3	4	11	3,67
74	4	4	4	12	4
75	4	4	5	13	4,33
76	5	5	5	15	5
77	4	4	5	13	4,33
78	4	4	5	13	4,33
79	5	4	5	14	4,67
80	3	4	5	12	4
81	5	5	5	15	5
82	4	4	4	12	4
83	4	4	5	13	4,33
84	4	3	4	11	3,67

Lampiran 4 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Sosial

Responden	Soal				Jumlah	Rata-rata
	1	2	3	4		
1	2	4	4	4	14	3,5
2	5	5	5	5	20	5
3	4	2	4	4	14	3,5
4	3	4	4	4	15	3,75
5	3	3	5	4	15	3,75
6	5	3	4	4	16	4
7	4	4	4	4	16	4
8	4	4	4	4	16	4
9	5	4	5	5	19	4,75
10	4	5	5	5	19	4,75
11	4	5	4	5	18	4,5
12	5	4	4	4	17	4,25
13	4	4	4	4	16	4
14	4	4	5	5	18	4,5
15	4	4	4	4	16	4
16	4	4	4	4	16	4
17	4	4	4	4	16	4
18	4	5	5	4	18	4,5
19	5	4	5	5	19	4,75
20	4	4	5	4	17	4,25
21	4	4	4	4	16	4
22	4	4	4	4	16	4
23	5	4	5	5	19	4,75
24	4	4	5	5	18	4,5
25	5	2	5	4	16	4
26	4	3	5	4	16	4
27	3	4	5	5	17	4,25
28	4	4	4	4	16	4
29	3	4	4	4	15	3,75

30	4	3	4	4	15	3,75
31	4	4	4	4	16	4
32	3	4	4	4	15	3,75
33	4	4	4	4	16	4
34	4	4	4	4	16	4
35	4	4	4	4	16	4
36	4	3	4	4	15	3,75
37	4	4	4	4	16	4
38	2	2	4	4	12	3
39	2	2	4	4	12	3
40	4	4	4	4	16	4
41	4	4	4	4	16	4
42	5	5	5	5	20	5
43	4	4	4	4	16	4
44	3	4	4	4	15	3,75
45	4	4	4	4	16	4
46	3	3	4	3	13	3,25
47	4	4	4	5	17	4,25
48	4	4	4	4	16	4
49	4	4	4	4	16	4
50	4	4	5	5	18	4,5
51	3	3	4	3	13	3,25
52	4	4	4	4	16	4
53	5	5	5	5	20	5
54	4	4	4	4	16	4
55	4	4	4	4	16	4
56	5	5	5	5	20	5
57	4	3	4	4	15	3,75
58	4	4	4	4	16	4
59	4	4	4	4	16	4
60	5	2	4	5	16	4
61	5	5	5	4	19	4,75
62	4	4	4	4	16	4

63	4	4	4	4	16	4
64	4	4	4	4	16	4
65	4	4	4	4	16	4
66	4	4	4	4	16	4
67	4	3	4	4	15	3,75
68	4	4	4	4	16	4
69	4	4	4	4	16	4
70	5	5	5	4	19	4,75
71	4	4	4	4	16	4
72	4	4	4	4	16	4
73	4	4	5	4	17	4,25
74	5	4	4	4	17	4,25
75	5	5	4	4	18	4,5
76	5	5	5	5	20	5
77	5	4	5	5	19	4,75
78	5	3	5	4	17	4,25
79	4	3	4	4	15	3,75
80	4	3	4	4	15	3,75
81	5	5	5	5	20	5
82	4	4	4	4	16	4
83	5	4	5	4	18	4,5
84	4	4	5	4	17	4,25

Lampiran 5 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Pribadi

Responden	Soal					Jumlah	Rata-
	1	2	3	4	5		
1	4	4	4	4	4	20	4
2	5	4	5	5	5	24	4,8
3	4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	4	4	4	20	4
5	4	4	5	5	4	22	4,4
6	4	4	4	5	5	22	4,4
7	4	4	4	4	4	20	4
8	4	4	4	4	4	20	4
9	5	5	5	4	5	24	4,8
10	5	5	4	5	5	24	4,8
11	4	4	4	4	4	20	4
12	4	5	5	5	5	24	4,8
13	4	4	4	4	5	21	4,2
14	4	4	4	4	4	20	4
15	4	4	4	4	5	21	4,2
16	4	5	3	4	4	20	4
17	3	3	4	4	4	18	3,6
18	5	5	4	5	5	24	4,8
19	5	5	5	5	5	25	5
20	5	4	4	5	5	23	4,6
21	4	4	4	4	4	20	4
22	4	4	4	4	4	20	4
23	5	4	4	4	4	21	4,2
24	4	5	4	5	5	23	4,6
25	4	4	5	5	5	23	4,6
26	4	5	5	5	5	24	4,8
27	5	5	5	4	4	23	4,6
28	4	4	4	4	5	21	4,2
29	4	4	4	4	4	20	4

30	4	4	4	4	4	20	4
31	4	4	4	4	4	20	4
32	4	4	4	4	4	20	4
33	4	4	4	4	4	20	4
34	4	4	4	4	4	20	4
35	4	4	4	4	4	20	4
36	4	4	4	4	4	20	4
37	4	4	4	4	4	20	4
38	4	4	4	4	5	21	4,2
39	4	3	4	5	5	21	4,2
40	4	4	4	4	4	20	4
41	4	4	4	4	4	20	4
42	5	5	5	5	5	25	5
43	4	4	4	4	4	20	4
44	4	4	3	4	4	19	3,8
45	4	4	4	4	4	20	4
46	3	4	3	4	4	18	3,6
47	4	5	5	4	5	23	4,6
48	4	4	4	4	4	20	4
49	4	4	4	4	4	20	4
50	5	5	5	5	5	25	5
51	3	4	3	4	4	18	3,6
52	4	4	4	4	4	20	4
53	5	5	5	5	5	25	5
54	4	4	4	4	4	20	4
55	4	4	4	5	5	22	4,4
56	5	5	5	5	5	25	5
57	4	4	4	4	4	20	4
58	4	4	4	4	4	20	4
59	4	3	3	4	4	18	3,6
60	5	4	5	4	4	22	4,4
61	5	5	4	5	5	24	4,8
62	4	4	4	4	4	20	4

63	4	4	4	4	4	20	4
64	4	4	4	4	4	20	4
65	4	4	4	4	4	20	4
66	4	4	4	4	4	20	4
67	4	4	4	4	4	20	4
68	4	4	4	4	4	20	4
69	4	4	4	4	4	20	4
70	4	4	4	4	4	20	4
71	4	4	4	4	4	20	4
72	4	5	4	4	4	21	4,2
73	4	4	4	4	3	19	3,8
74	5	5	4	4	4	22	4,4
75	4	5	5	5	5	24	4,8
76	5	5	5	5	5	25	5
77	4	5	5	5	5	24	4,8
78	4	4	4	5	5	22	4,4
79	5	4	4	5	5	23	4,6
80	5	4	5	5	5	24	4,8
81	5	5	5	5	5	25	5
82	4	5	5	4	4	22	4,4
83	5	5	5	5	5	25	5
84	5	4	4	5	4	22	4,4

Lampiran 6 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Psikologi

Responden	Soal					Jumlah	Rata-rata
	1	2	3	4	5		
1	4	4	4	4	4	20	4
2	4	5	2	4	4	19	3,8
3	4	4	2	4	4	18	3,6
4	4	4	2	4	4	18	3,6
5	4	4	2	4	4	18	3,6
6	4	4	2	4	4	18	3,6
7	4	5	4	4	4	21	4,2
8	4	4	4	4	4	20	4
9	4	5	4	5	4	22	4,4
10	5	5	5	5	5	25	5
11	4	4	4	4	4	20	4
12	4	5	4	5	4	22	4,4
13	4	4	3	4	4	19	3,8
14	4	4	2	4	4	18	3,6
15	4	4	4	4	4	20	4
16	4	4	4	4	4	20	4
17	4	4	2	4	4	18	3,6
18	5	5	4	5	5	24	4,8
19	5	5	3	5	5	23	4,6
20	5	5	4	5	4	23	4,6
21	4	4	4	4	4	20	4
22	4	4	4	4	4	20	4
23	4	4	4	5	4	21	4,2
24	4	5	4	5	4	22	4,4
25	5	5	2	4	5	21	4,2
26	4	4	3	4	4	19	3,8
27	4	4	4	4	4	20	4
28	4	4	2	4	4	18	3,6

29	4	4	2	4	4	18	3,6
30	4	4	4	4	4	20	4
31	4	4	2	4	4	18	3,6
32	4	4	2	4	4	18	3,6
33	4	4	4	4	4	20	4
34	4	4	2	4	4	18	3,6
35	4	4	4	4	4	20	4
36	4	4	2	4	4	18	3,6
37	4	4	2	4	4	18	3,6
38	4	4	2	4	4	18	3,6
39	5	4	2	5	5	21	4,2
40	4	4	4	4	4	20	4
41	4	4	2	4	4	18	3,6
42	5	5	5	5	5	25	5
43	4	4	4	4	4	20	4
44	4	4	2	4	4	18	3,6
45	4	4	4	4	4	20	4
46	4	3	4	3	4	18	3,6
47	3	5	5	4	4	21	4,2
48	4	4	4	4	4	20	4
49	4	4	4	4	4	20	4
50	5	5	5	5	5	25	5
51	4	3	4	3	4	18	3,6
52	4	4	3	4	4	19	3,8
53	5	5	5	5	5	25	5
54	4	4	4	5	4	21	4,2
55	4	4	4	4	4	20	4
56	5	5	4	5	5	24	4,8
57	4	4	4	4	4	20	4
58	4	4	4	4	4	20	4
59	4	4	2	4	3	17	3,4
60	4	4	2	5	4	19	3,8
61	4	5	3	4	4	20	4

62	4	4	4	4	4	20	4
63	4	4	4	4	4	20	4
64	4	4	4	4	4	20	4
65	4	4	4	4	4	20	4
66	4	4	4	4	4	20	4
67	4	4	4	4	4	20	4
68	4	4	4	4	4	20	4
69	4	4	4	4	5	21	4,2
70	4	4	5	4	4	21	4,2
71	4	4	4	4	4	20	4
72	4	4	4	4	4	20	4
73	4	4	4	4	4	20	4
74	4	4	4	4	4	20	4
75	5	4	2	3	4	18	3,6
76	4	5	5	5	5	24	4,8
77	4	4	4	5	5	22	4,4
78	4	4	2	5	4	19	3,8
79	4	4	3	5	4	20	4
80	4	5	3	5	4	21	4,2
81	5	5	5	5	5	25	5
82	4	4	4	4	4	20	4
83	4	4	3	4	5	20	4
84	4	4	4	5	4	21	4,2

Lampiran 7 Data Mentah Jawaban Responden Variabel Keputusan

Responden	Soal							Jumlah	Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7		
1	4	4	4	4	4	4	4	28	4
2	5	4	4	4	4	4	5	30	4,29
3	4	4	4	4	4	4	4	28	4
4	4	4	4	4	4	4	4	28	4
5	4	4	4	4	2	4	4	26	3,71
6	4	4	4	4	4	4	4	28	4
7	4	4	4	4	4	4	4	28	4
8	4	4	4	4	4	4	4	28	4
9	5	5	5	4	5	5	5	34	4,86
10	5	4	4	3	4	5	5	30	4,29
11	4	4	4	4	4	4	4	28	4
12	4	4	4	3	4	4	5	28	4
13	5	4	4	3	4	4	4	28	4
14	4	3	4	2	4	4	4	25	3,57
15	4	3	4	4	4	4	4	27	3,86
16	4	4	4	4	4	3	4	27	3,86
17	4	4	4	3	3	4	4	26	3,71
18	5	5	4	5	5	5	5	34	4,86
19	5	4	5	5	5	5	5	34	4,86
20	4	5	4	4	4	4	4	29	4,14
21	4	4	4	4	4	4	4	28	4
22	4	4	4	4	4	4	4	28	4
23	5	4	5	4	4	4	4	30	4,29
24	5	5	4	4	5	5	5	33	4,71
25	5	4	3	3	3	4	4	26	3,71
26	5	5	4	4	4	4	4	30	4,29
27	4	5	4	4	4	5	5	31	4,43
28	4	4	4	4	4	4	4	28	4

29	4	4	4	4	4	4	4	28	4
30	4	4	3	3	4	4	4	26	3,71
31	4	4	4	3	3	4	4	26	3,71
32	4	4	4	3	4	4	4	27	3,86
33	4	4	4	4	4	4	4	28	4
34	4	4	4	3	4	4	4	27	3,86
35	4	4	4	4	4	4	4	28	4
36	4	4	3	3	3	4	4	25	3,57
37	4	4	3	3	4	4	5	27	3,86
38	4	4	4	4	4	4	4	28	4
39	5	5	4	4	4	4	5	31	4,43
40	4	4	4	4	4	4	4	28	4
41	4	4	4	4	4	4	4	28	4
42	5	5	5	5	5	5	5	35	5
43	4	4	4	4	4	4	4	28	4
44	4	4	4	2	4	4	4	26	3,71
45	4	4	4	4	4	4	4	28	4
46	4	3	3	4	5	3	4	26	3,71
47	4	3	3	3	2	4	3	22	3,14
48	4	4	4	4	4	4	4	28	4
49	4	4	4	4	4	4	4	28	4
50	5	5	5	5	5	5	5	35	5
51	4	3	3	4	1	4	4	23	3,29
52	4	4	3	3	3	4	4	25	3,57
53	5	5	5	5	5	5	5	35	5
54	4	4	4	4	4	4	4	28	4
55	4	4	3	4	4	4	4	27	3,86
56	5	4	5	5	5	5	5	34	4,86
57	4	4	4	4	2	4	5	27	3,86
58	4	4	4	4	4	4	4	20	4
59	4	4	4	3	3	4	4	26	3,71
60	5	4	4	2	5	5	5	30	4,29
61	4	5	4	4	4	4	4	20	4,14

62	4	4	4	4	4	4	4	28	4
63	4	4	4	4	4	4	4	28	4
64	4	4	4	4	4	4	4	28	4
65	4	4	4	4	4	4	4	28	4
66	4	4	4	4	4	4	4	28	4
67	4	4	4	4	4	4	4	28	4
68	4	4	4	4	4	4	4	28	4
69	5	4	4	4	4	4	4	29	4,14
70	4	3	3	3	4	4	5	26	3,71
71	4	4	4	4	4	4	4	28	4
72	4	3	4	3	4	4	4	26	3,71
73	4	4	4	4	4	4	4	28	4
74	5	5	4	4	4	4	4	30	4,29
75	4	4	4	2	5	4	4	27	3,86
76	5	5	5	4	5	5	5	34	4,86
77	4	4	5	4	4	5	5	31	4,43
78	4	5	4	3	4	4	4	28	4
79	5	4	4	4	4	5	5	31	4,43
80	5	4	5	4	4	5	4	31	4,43
81	5	5	5	5	5	5	5	35	5
82	4	3	4	4	4	4	4	27	3,86
83	5	4	4	4	4	5	4	30	4,29
84	5	4	4	4	4	4	4	29	4,14

Lampiran 8 Hasil Perhitungan X_1 dan Y

R	X_1	Y	X_1^2	Y^2	X_1Y
1	12	28	144	784	336
2	11	30	121	900	330
3	12	28	144	784	336
4	11	28	121	784	308
5	12	26	144	676	312
6	13	28	169	784	364
7	12	28	144	784	336
8	12	28	144	784	336
9	15	34	225	1156	510
10	15	30	225	900	450
11	12	28	144	784	336
12	14	28	196	784	392
13	12	28	144	784	336
14	13	25	169	625	325
15	12	27	144	729	324
16	13	27	169	729	351
17	12	26	144	676	312
18	15	34	225	1156	510
19	15	34	225	1156	510
20	12	29	144	841	348
21	12	28	144	784	336
22	12	28	144	784	336
23	13	30	169	900	390
24	13	33	169	1089	429
25	14	26	196	676	364
26	13	30	169	900	390
27	15	31	225	961	465

28	12	28	144	784	336
29	11	28	121	784	308
30	11	26	121	676	286
31	11	26	121	676	286
32	12	27	144	729	324
33	12	28	144	784	336
34	10	27	100	729	270
35	12	28	144	784	336
36	11	25	121	625	275
37	12	27	144	729	324
38	12	28	144	784	336
39	12	31	144	961	372
40	12	28	144	784	336
41	11	28	121	784	308
42	12	35	144	1225	420
43	12	28	144	784	336
44	11	26	121	676	286
45	12	28	144	784	336
46	12	26	144	676	312
47	13	22	169	484	286
48	12	28	144	784	336
49	12	28	144	784	336
50	14	35	196	1225	490
51	12	23	144	529	276
52	12	25	144	625	300
53	15	35	225	1225	525
54	12	28	144	784	336
55	12	27	144	729	324
56	15	34	225	1156	510

57	11	27	121	729	297
58	12	20	144	400	240
59	11	26	121	676	286
60	13	30	169	900	390
61	12	20	144	400	240
62	12	28	144	784	336
63	12	28	144	784	336
64	12	28	144	784	336
65	14	28	196	784	392
66	12	28	144	784	336
67	11	28	121	784	308
68	12	28	144	784	336
69	13	29	169	841	377
70	12	26	144	676	312
71	12	28	144	784	336
72	12	26	144	676	312
73	11	28	121	784	308
74	12	30	144	900	360
75	13	27	169	729	351
76	15	34	225	1156	510
77	13	31	169	961	403
78	13	28	169	784	364
79	14	31	196	961	434
80	12	31	144	961	372
81	15	35	225	1225	525
82	12	27	144	729	324
83	13	30	169	900	390
84	11	29	121	841	319
Σ	1043	2382	13067	68278	29744

Lampiran 9 Hasil Perhitungan X_2 dan Y

R	X_2	Y	X_2^2	Y^2	X_2Y
1	14	28	196	784	392
2	20	30	400	900	600
3	14	28	196	784	392
4	15	28	225	784	420
5	15	26	225	676	390
6	16	28	256	784	448
7	16	28	256	784	448
8	16	28	256	784	448
9	19	34	361	1156	646
10	19	30	361	900	570
11	18	28	324	784	504
12	17	28	289	784	476
13	16	28	256	784	448
14	18	25	324	625	450
15	16	27	256	729	432
16	16	27	256	729	432
17	16	26	256	676	416
18	18	34	324	1156	612
19	19	34	361	1156	646
20	17	29	289	841	493
21	16	28	256	784	448
22	16	28	256	784	448
23	19	30	361	900	570
24	18	33	324	1089	594
25	16	26	256	676	416
26	16	30	256	900	480
27	17	31	289	961	527

28	16	28	256	784	448
29	15	28	225	784	420
30	15	26	225	676	390
31	16	26	256	676	416
32	15	27	225	729	405
33	16	28	256	784	448
34	16	27	256	729	432
35	16	28	256	784	448
36	15	25	225	625	375
37	16	27	256	729	432
38	12	28	144	784	336
39	12	31	144	961	372
40	16	28	256	784	448
41	16	28	256	784	448
42	20	35	400	1225	700
43	16	28	256	784	448
44	15	26	225	676	390
45	16	28	256	784	448
46	13	26	169	676	338
47	17	22	289	484	374
48	16	28	256	784	448
49	16	28	256	784	448
50	18	35	324	1225	630
51	13	23	169	529	299
52	16	25	256	625	400
53	20	35	400	1225	700
54	16	28	256	784	448
55	16	27	256	729	432
56	20	34	400	1156	680

57	15	27	225	729	405
58	16	20	256	400	320
59	16	26	256	676	416
60	16	30	256	900	480
61	19	20	361	400	380
62	16	28	256	784	448
63	16	28	256	784	448
64	16	28	256	784	448
65	16	28	256	784	448
66	16	28	256	784	448
67	15	28	225	784	420
68	16	28	256	784	448
69	16	29	256	841	464
70	19	26	361	676	494
71	16	28	256	784	448
72	16	26	256	676	416
73	17	28	289	784	476
74	17	30	289	900	510
75	18	27	324	729	486
76	20	34	400	1156	680
77	19	31	361	961	589
78	17	28	289	784	476
79	15	31	225	961	465
80	15	31	225	961	465
81	20	35	400	1225	700
82	16	27	256	729	432
83	18	30	324	900	540
84	17	29	289	841	493
Σ	1382	2382	22984	68278	39390

Lampiran 10 Hasil Perhitungan X_3 dan Y

R	X_3	Y	X_3^2	Y^2	X_3Y
1	20	28	400	784	560
2	24	30	576	900	720
3	20	28	400	784	560
4	20	28	400	784	560
5	22	26	484	676	572
6	22	28	484	784	616
7	20	28	400	784	560
8	20	28	400	784	560
9	24	34	576	1156	816
10	24	30	576	900	720
11	20	28	400	784	560
12	24	28	576	784	672
13	21	28	441	784	588
14	20	25	400	625	500
15	21	27	441	729	567
16	20	27	400	729	540
17	18	26	324	676	468
18	24	34	576	1156	816
19	25	34	625	1156	850
20	23	29	529	841	667
21	20	28	400	784	560
22	20	28	400	784	560
23	21	30	441	900	630
24	23	33	529	1089	759
25	23	26	529	676	598
26	24	30	576	900	720
27	23	31	529	961	713

28	21	28	441	784	588
29	20	28	400	784	560
30	20	26	400	676	520
31	20	26	400	676	520
32	20	27	400	729	540
33	20	28	400	784	560
34	20	27	400	729	540
35	20	28	400	784	560
36	20	25	400	625	500
37	20	27	400	729	540
38	21	28	441	784	588
39	21	31	441	961	651
40	20	28	400	784	560
41	20	28	400	784	560
42	25	35	625	1225	875
43	20	28	400	784	560
44	19	26	361	676	494
45	20	28	400	784	560
46	18	26	324	676	468
47	23	22	529	484	506
48	20	28	400	784	560
49	20	28	400	784	560
50	25	35	625	1225	875
51	18	23	324	529	414
52	20	25	400	625	500
53	25	35	625	1225	875
54	20	28	400	784	560
55	22	27	484	729	594
56	25	34	625	1156	850

57	20	27	400	729	540
58	20	20	400	400	400
59	18	26	324	676	468
60	22	30	484	900	660
61	24	20	576	400	480
62	20	28	400	784	560
63	20	28	400	784	560
64	20	28	400	784	560
65	20	28	400	784	560
66	20	28	400	784	560
67	20	28	400	784	560
68	20	28	400	784	560
69	20	29	400	841	580
70	20	26	400	676	520
71	20	28	400	784	560
72	21	26	441	676	546
73	19	28	361	784	532
74	22	30	484	900	660
75	24	27	576	729	648
76	25	34	625	1156	850
77	24	31	576	961	744
78	22	28	484	784	616
79	23	31	529	961	713
80	24	31	576	961	744
81	25	35	625	1225	875
82	22	27	484	729	594
83	25	30	625	900	750
84	22	29	484	841	638
Σ	1791	2382	38511	68278	51088

Lampiran 11 Hasil Perhitungan X_4 dan Y

R	X_4	Y	X_4^2	Y^2	X_4Y
1	20	28	400	784	560
2	19	30	361	900	570
3	18	28	324	784	504
4	18	28	324	784	504
5	18	26	324	676	468
6	18	28	324	784	504
7	21	28	441	784	588
8	20	28	400	784	560
9	22	34	484	1156	748
10	25	30	625	900	750
11	20	28	400	784	560
12	22	28	484	784	616
13	19	28	361	784	532
14	18	25	324	625	450
15	20	27	400	729	540
16	20	27	400	729	540
17	18	26	324	676	468
18	24	34	576	1156	816
19	23	34	529	1156	782
20	23	29	529	841	667
21	20	28	400	784	560
22	20	28	400	784	560
23	21	30	441	900	630
24	22	33	484	1089	726
25	21	26	441	676	546
26	19	30	361	900	570
27	20	31	400	961	620

28	18	28	324	784	504
29	18	28	324	784	504
30	20	26	400	676	520
31	18	26	324	676	468
32	18	27	324	729	486
33	20	28	400	784	560
34	18	27	324	729	486
35	20	28	400	784	560
36	18	25	324	625	450
37	18	27	324	729	486
38	18	28	324	784	504
39	21	31	441	961	651
40	20	28	400	784	560
41	18	28	324	784	504
42	25	35	625	1225	875
43	20	28	400	784	560
44	18	26	324	676	468
45	20	28	400	784	560
46	18	26	324	676	468
47	21	22	441	484	462
48	20	28	400	784	560
49	20	28	400	784	560
50	25	35	625	1225	875
51	18	23	324	529	414
52	19	25	361	625	475
53	25	35	625	1225	875
54	21	28	441	784	588
55	20	27	400	729	540
56	24	34	576	1156	816

57	20	27	400	729	540
58	20	20	400	400	400
59	17	26	289	676	442
60	19	30	361	900	570
61	20	20	400	400	400
62	20	28	400	784	560
63	20	28	400	784	560
64	20	28	400	784	560
65	20	28	400	784	560
66	20	28	400	784	560
67	20	28	400	784	560
68	20	28	400	784	560
69	21	29	441	841	609
70	21	26	441	676	546
71	20	28	400	784	560
72	20	26	400	676	520
73	20	28	400	784	560
74	20	30	400	900	600
75	18	27	324	729	486
76	24	34	576	1156	816
77	22	31	484	961	682
78	19	28	361	784	532
79	20	31	400	961	620
80	21	31	441	961	651
81	25	35	625	1225	875
82	20	27	400	729	540
83	20	30	400	900	600
84	21	29	441	841	609
Σ	1694	2382	34468	68278	48356

Lampiran 12 Output SPSS Korelasi

		Correlations				
		Keputusan (Y)	Budaya (X1)	Sosial (X2)	Pribadi (X3)	Psikologi (X4)
Pearson Correlation	Keputusan (Y)	1,000	,574	,472	,617	,675
	Budaya (X1)	,574	1,000	,526	,678	,653
	Sosial (X2)	,472	,526	1,000	,664	,636
	Pribadi (X3)	,617	,678	,664	1,000	,675
	Psikologi (X4)	,675	,653	,636	,675	1,000
Sig. (1- tailed)	Keputusan (Y)	.	,000	,000	,000	,000
	Budaya (X1)	,000	.	,000	,000	,000
	Sosial (X2)	,000	,000	.	,000	,000
	Pribadi (X3)	,000	,000	,000	.	,000
	Psikologi (X4)	,000	,000	,000	,000	.
N	Keputusan (Y)	84	84	84	84	84
	Budaya (X1)	84	84	84	84	84

Sosial (X2)	84	84	84	84	84
Pribadi (X3)	84	84	84	84	84
Psikologi (X4)	84	84	84	84	84

Lampiran 13 Output SPSS Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,716 ^a	,513	,488	2,12291

a. Predictors: (Constant), Psikologi (X4), Sosial (X2), Budaya (X1), Pribadi (X3)

Lampiran 14 Output SPSS ANOVA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	375,253	4	93,813	20,816	,000 ^b
	Residual	356,033	79	4,507		
	Total	731,286	83			

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

b. Predictors: (Constant), Psikologi (X4), Sosial (X2), Budaya (X1), Pribadi (X3)

Lampiran 15 Output SPSS *Coefficient*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,465	2,836		1,222	,225
Budaya (X1)	,339	,287	,135	1,182	,241
Sosial (X2)	-,097	,192	-,057	-,506	,614
Pribadi (X3)	,393	,190	,262	2,066	,042
Psikologi (X4)	,689	,186	,446	3,709	,000

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Lampiran 16 Surat Ijin Penelitian



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

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7601295/7615387 Semarang 50185

Nomor : B-2988/Un.10.3/D1/TA.00.01/09/2021 Semarang, 28 September 2021
Lamp : -
Hal : Mohon Izin Riset
a.n : Asri Fitri Yurdila
NIM : 1703036053

Kepada Yth.
Kepala SMP N 1 Karangreja
Di Tempat

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

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

Nama : Asri Fitri Yurdila
NIM : 1703036053
Alamat : Ds. Tlahab Lor, RT 01 RW 05, Kec. Karangreja, Kab. Purbalingga
Judul Skripsi : "Analisis Faktor Determinan yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah di SMP N 1 Karangreja"

Pembimbing :
1. Dr. Fatkuroji, M.Pd

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya yang bersangkutan di berikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama kurang lebih 2 minggu, mulai tanggal 12 Oktober 2021 sampai dengan 26 Oktober 2021.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.
Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Mahfud Junaedi

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

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Asri Fitri Yurdila
2. TTL : Purbalingga, 31 Mei 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat Rumah : Dsn. Adireja, RT 01 RW 05, Ds. Tlahab Lor, Kec. Karangreja, Kab. Purbalingga
5. Nomor HP : 081393837722
6. E-mail : asrifitriyurdila01@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal:

- a. TK Pertiwi 1 Kutabawa
- b. SD N 3 Tlahab Lor
- c. SMP N 1 Karangreja
- d. MAN Purbalingga

2. Pendidikan Non Formal :

- a. Ponpes Raudlatul Qur'an Penambongan, Purbalingga
- b. Ponpes Al Hikmah Tugurejo, Tugu, Semarang

Semarang, 20 Desember 2021



Asri Fitri Yurdila

1703036053