

**PENGARUH CITRA LEMBAGA DAN KELOMPOK  
REFERENSI TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH DI MTs N 3 PATI**

SKRIPSI

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



Oleh:

**ANIS FITRIA**  
NIM: 1703036037

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANIS FITRIA  
NIM : 1703036037  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Program Studi : S.I

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

### **PENGARUH CITRA LEMBAGA DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH DI MTs NEGERI 3 PATI**

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

Semarang, 15 September 2021



ANIS FITRIA

NIM: 1703036037



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

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

---

**PENGESAHAN**

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Pengaruh Citra Lembaga dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah di MTs Negeri 3 Pati.**

Penulis : ANIS FITRIA

NIM : 1703036037

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Program Studi : S.1

telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Pendidikan Islam.

Semarang, 18 Oktober 2021

**DEWAN PENGUJI**

Ketua/Penguji I,

Sekretaris/Penguji II,

**Dr. Abdul Wahid, M.Ag.**  
NIP. 196911141994031003  
Penguji III,

**Prof. Dr. Hj. Nur Uhbiyati, M.Pd.**  
NIP. 195202081976122001  
Penguji IV,

**Dr. Fatkuroji, M.Pd.**  
NIP. 197704152007011032

**Drs. Wahyudi, M.Pd.**  
NIP. 196903141995031001

Pembimbing

**Dr. Abdul Wahid, M.Ag.**  
NIP: 196911141994031003

## NOTA DINAS

Semarang, 15 September 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 : **Pengaruh Citra Lembaga dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah di MTs Negeri 3 Pati.**  
Nama : ANIS FITRIA  
NIM : 1703036037  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Program Studi : S.1

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

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Pembimbing,



**Dr. Abdul Wahid, M.Ag.**  
NIP: 196911141994031003

## ABSTRAK

Judul : **Pengaruh Citra Lembaga dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah di MTs Negeri 3 Pati.**

Penulis : ANIS FITRIA

NIM : 1703036037

Skripsi ini membahas mengenai faktor perilaku konsumen/pelanggan pendidikan dalam mengambil keputusan memilih sekolah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah tentang pengaruh citra lembaga dan kelompok referensi secara parsial dan simultan terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati.

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif lapangan dengan menggunakan metode survey. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah siswa siswi MTs Negeri 3 Pati. Pengambilan sampel berjumlah 82 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner. Sedangkan untuk pengujian instrument menggunakan uji validitas, uji realibilitas, dan uji asumsi klasik. Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji T (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel citra lembaga sebesar 3,149 dan variabel kelompok referensi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,150. Hal ini berarti secara parsial variabel citra lembaga dan kelompok referensi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati. Kemudian secara simultan hasil dari nilai uji F adalah sebesar  $8,816 > F_{tabel} 3,112$  dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,000. Dengan demikian variabel citra lembaga dan kelompok referensi secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati.

Dari hasil penelitian diatas, dapat memberikan acuan bagi pihak sekolah untuk meningkatkan strategi dalam hal promosi agar minat peserta didik bertambah dalam memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati.

Kata Kunci: *Citra Lembaga, Kelompok Referensi dan Pengambilan Keputusan*

## **MOTTO**

*“Slow but Sure”*

## TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

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

### Bacaan Mad:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

### Bacaan Diftong:

au = أَوْ

ai = أَيَّ

iy = إِيَّ

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

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

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dan selalu memotivasi serta memberi semangat pada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Citra Lembaga dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah di MTs Negeri 3 Pati”**. Dikesempatan ini dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang dalam, penulis mengucapkan 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'shumah, M.Ag.
3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Dr. Fatkurroji, M.Pd dan sekretaris jurusan Dr. Agus Khunaifi, M.Ag.
4. Dosen Pembimbing Dr. Abdul Wahid, M.Ag yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang yang telah membekali ilmu pengetahuan dan ketrampilan selama kuliah.

6. Kepala Madrasah MTs Negeri 3 Pati Bapak Drs. H. Supalal, M.Pd..
7. Kedua orang tua saya Bapak Ahmad Sutopo, Ibu Siti Hayatun dan seluruh keluarga yang senantiasa tulus mencintai dan tiada hentinya memberikan untaian do'a serta semangat.
8. Teman tercinta Risma, Fina, Zainal, Athik, Tuti yang memberikan motivasi serta tempat bertukar pikiran maupun informasi dalam penulisan skripsi ini.
9. Rekan-rekan jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) seperjuangan khususnya MPI A angkatan 17.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini.

Peneliti tidak dapat memberikan balasan apapun kecuali do'a, semoga Allah SWT memberikan balasan pahala yang berlipat atas amal dan kebaikan yang telah diberikan. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, dan masih banyak yang perlu diperbaiki. Untuk itu peneliti mengaharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 15 September 2021

Peneliti,



Anis Fitria

NIM: 1703036037

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
PENGESAHAN .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
ABSTRAK.....	iv
MOTTO.....	v
TRANSLITERASI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN .....	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
BAB II : LANDASAN TEORI .....	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Citra Lembaga .....	9
2. Kelompok Referensi .....	16
3. Pengambilan Keputusan Memilih.....	20
B. Kajian Pustaka Relevan.....	29
C. Rumusan Hipotesis.....	34

BAB III : METODE PENELITIAN.....	
A. Jenis dan pendekatan penelitian .....	38
B. Waktu dan tempat penelitian.....	38
C. Populasi dan sampel penelitian .....	39
D. Variabel dan indikator penelitian .....	42
E. Teknik pengumpulan data .....	46
F. Teknik analisis data .....	47
BAB IV : DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	
A. Deskripsi Data .....	56
B. Analisis Data .....	76
C. Keterbatasan Penelitian .....	97
BAB V : PENUTUP.....	
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99
C. Kata Penutup .....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN I : Instrumen Penelitian .....	105
LAMPIRAN II : Hasil Jawaban Responden .....	110
LAMPIRAN III : Hasil Skor Jawaban .....	113
LAMPIRAN IV : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	116
LAMPIRAN V : Surat Izin Penelitian .....	121
LAMPIRAN VI : Surat Keterangan Riset.....	122
LAMPIRAN VII : Dokumentasi .....	123
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	124

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Peserta didik .....	4
Tabel 3.1 Indikator Variabel Citra Lembaga.....	43
Tabel 3.2 Indikator Variabel Kelompok Referensi .....	44
Tabel 3.3 Indikator Variabel Pengambilan Keputusan .....	45
Tabel 3.4 Skala Likert .....	47
Tabel 4.1 Hasil Skor Kuesioner Variabel $X_1$ .....	59
Tabel 4.2 Distribusi Skor Rata-Rata Variabel $X_1$ .....	63
Tabel 4.3 Kualitas Variabel $X_1$ .....	64
Tabel 4.4 Hasil Skor Kuesioner Variabel $X_2$ .....	65
Tabel 4.5 Distribusi Skor Rata-Rata Variabel $X_2$ .....	69
Tabel 4.6 Kualitas Variabel $X_2$ .....	70
Tabel 4.7 Hasil Skor Kuesioner Variabel Y.....	71
Tabel 4.8 Distribusi Skor Rata-Rata Variabel Y.....	74
Tabel 4.9 Kualitas Variabel Y.....	76
Tabel 4.10 Analisis Validitas Variabel $X_1$ .....	77
Tabel 4.11 Analisis Validitas Variabel $X_2$ .....	78
Tabel 4.12 Analisis Validitas Variabel Y.....	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas K-S .....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonieritas .....	83

Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	84
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	87
Tabel 4.18 Hasil Uji T .....	89
Tabel 4.19 Hasil Uji F .....	91
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pembentukan Citra.....	15
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	24
Gambar 2.3 Rumusan Hipotesis.....	35
Gambar 4.1 Hasil Uji P-Plot .....	82
Gambar 4.2 Hasil Uji Scattler-Plot .....	85
Gambar 6.1 Halaman Sekolah.....	123
Gambar 6.2 Izin Penelitian.....	123

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, lembaga pendidikan (keluarga, sekolah dan masyarakat) memiliki peranan yang sangat strategis yang akan menjadi pusat-pusat kegiatan pendidikan untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi. Lembaga pendidikan merupakan tempat berlangsungnya proses pendidikan dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku individu ke arah yang lebih baik melalui interaksi dengan lingkungan sekitar baik didalam keluarga, sekolah maupun masyarakat.<sup>1</sup> Dalam UU Sisdiknas No. 20 tahun 2003 dinyatakan bahwa jalur pendidikan terdiri dari pendidikan formal (sekolah), non-formal (masyarakat) dan informal atau keluarga. Seseorang menghabiskan waktu paling lama dalam melakukan proses pendidikan atau pembelajaran yaitu di sekolah. Sekolah merupakan lembaga pendidikan formal yang diberi wewenang untuk menyelenggarakan proses pembelajaran antara pendidik dan peserta didik. Sekolah sebagai lembaga pendidikan kedua setelah keluarga bertugas membantu lingkungan keluarga, mendidik dan mengajar serta memperbaiki, memperluas wawasan dan tingkah laku anak didik.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ibrahim Bafadhol, Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia *Jurnal Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam* (Vol. 06 No.11, Januari 2 017), hlm. 60.

<sup>2</sup> Marlina Gazali, Optimalisasi Peran Lembaga Pendidikan Untuk Mencerdaskan Bangsa *Jurnal Al-Ta'dib* (Vol. 6 No. 1 Januari-Juni, 2013), hlm. 133.

Sekolah juga merupakan alat untuk mencapai pendidikan yang berkualitas dan memenuhi standar nasional pendidikan.

Saat ini sekolah di Indonesia semakin berkembang dan bertambah banyak, baik sekolah negeri maupun swasta. Tercatat jumlah sekolah saat ini di Indonesia yaitu 169.602 sekolah negeri dan kurang lebih 103.209 sekolah swasta bersumber dari data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud).<sup>3</sup> Berdasarkan data tersebut artinya suatu wilayah tidak hanya terdapat satu sekolah saja bahkan bisa lebih. Seiring bertambahnya sekolah di suatu wilayah maka semakin ketatnya kompetisi persaingan antar lembaga pendidikan untuk menarik minat calon siswa. Sekolah berlomba-lomba menunjukkan keunggulannya dengan berbagai cara seperti memasang spanduk, promosi, dan sebagainya. Dengan begitu siswa sebagai pelanggan atau konsumen pendidikan akan dihadapkan banyak pilihan.

Keputusan memilih sekolah sangat penting untuk dipertimbangkan. Seperti halnya membeli sebuah produk, memilih sekolah juga dipengaruhi perilaku pembeli atau perilaku konsumen. Konsumen yang dimaksud disini adalah calon siswa. Menurut Reza and Valeecha (2013), dalam penelitiannya yang dikutip oleh Adriza menyebutkan perilaku konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor internal dan eksternal.<sup>4</sup> Faktor-faktor eksternal terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi, serta keluarga. Sedangkan faktor internal adalah motivasi,

---

<sup>3</sup> <https://referensi.data.kemdikbud.go.id> diakses pada Jum'at, 12 Februari 2021 pukul 16.07 WIB.

<sup>4</sup> Adriza, *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi yang Berbasis Vokasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hlm. 31.

persepsi, kepribadian dan konsep diri, pengalaman belajar dan sikap dari individu.

Faktor ekstern yang memengaruhi keputusan memilih sekolah salah satunya ialah kelompok acuan atau referensi. Kelompok referensi ialah orang yang dipercaya sebagai petunjuk, acuan dan rujukan yang dilakukan oleh seseorang dalam menciptakan nilai, perilaku dan sikap pada suatu produk. Kelompok referensi yang dimaksud disini adalah kelompok persahabatan atau teman sebaya, orang-orang di lingkungan sekitar yang sering melakukan interaksi, keluarga, teman seperkumpulan, teman arisan dan teman di organisasi lain yang menimbulkan terciptanya pertukaran informasi. Calon siswa yang umumnya masih remaja maupun anak-anak memiliki pikiran yang masih memerlukan masukan-masukan dari orang sekitarnya seperti keluarga dan orang-orang terdekatnya. Orang-orang tersebut ialah sebagai rujukan atau referensi dalam pengambilan keputusan. Saran atau pendapat yang di dapat dari kelompok referensi didalamnya akan terdapat kesan tentang suatu sekolah serta nama baik sekolah tersebut, dimana kesan dan nama baik ini sering disebut dengan citra.

Citra atau *brand image* merupakan istilah yang sering dikaitkan pada sebuah perusahaan. Namun pada era globalisasi perkembangan di segala sektor meningkat pesat dan istilah tersebut juga digunakan dalam sektor pendidikan. Citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai suatu objek, orang atau suatu lembaga.<sup>5</sup> Citra lembaga bisa diartikan sebagai persepsi masyarakat atau orang terhadap

---

<sup>5</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 92.

lembaga atau perusahaan. Persepsi dan keyakinan ini termasuk faktor dari dalam diri seseorang (intern) yang berpengaruh pada keputusan pemilihan sekolah. Sebuah lembaga pendidikan harus membangun citra yang baik di mata masyarakat, sebab dengan citra yang baik tersebut sekolah dapat dengan mudah menarik kepercayaan masyarakat. Citra tidak dapat dibentuk tapi diperoleh dari kesan, pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang sesuatu.

Di wilayah Kecamatan Gembong Kabupaten Pati terdapat dua sekolah menengah yang berstatus negeri. Salah satunya ialah MTs Negeri 3 Pati. Madrasah tersebut awal mulanya bernama MTs Negeri Gembong dan berubah nama menjadi MTs Negeri 3 Pati setelah di sahkan oleh Bupati Pati pada tahun 2016. Sekolah ini merupakan sekolah menengah yang memiliki usia paling muda dibanding sekolah-sekolah lain di daerahnya. Sejak berdiri pada tahun 1997, sekolah ini terus mengalami perkembangan dan kemajuan. Memiliki jumlah siswa yang semakin meningkat tiap tahunnya, saat ini madrasah tersebut disebut mempunyai jumlah siswa terbanyak yaitu 471 siswa.<sup>6</sup> Berikut tabel jumlah siswa MTs Negeri 3 Pati sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Data Jumlah Peserta didik MTs N 3 Pati 2020/2021**

Kelas	IX	VIII	VII	Total
Jumlah Siswa	154	170	154	478

---

<sup>6</sup> MTs Negeri 3 Pati, Profil MTs Negeri 3 Pati (Gembong: MTs N 3 Pati, 2021).

Dapat diketahui dari data jumlah peserta didik MTs Negeri 3 Pati pada tabel diatas jumlah angkanya semakin bertambah. Dibuktikan pada kelas IX disebutkan jumlah siswa ada 154, kelas VIII 170 dan kelas VII berjumlah 154 artinya dari tahun ke tahun ada peningkatan jumlah peserta didik. Dengan jumlah siswa tersebut sekolah ini mampu menyaingi sekolah menengah lainnya. Lembaga pendidikan yang berusia 23 tahun tersebut telah menghasilkan beberapa siswa berprestasi dan kemajuan dibidang lainnya. Selain itu, daya tarik dari sekolah tersebut yang dapat memikat calon siswa supaya dapat memilih dan menggunakan jasa pendidikan diantaranya melalui promosi dan dari kekuatan citra lembaga (*corporate image*). Karena hal itu, peminat untuk sekolah di MTs Negeri 3 Pati ini semakin meningkat. Citra lembaga yang positif memberi dampak yang baik bagi sekolah tersebut. Apabila lembaga dapat membangun *image* lembaga yang baik maka lembaga tersebut akan mendapatkan keuntungan yang kompetitif. Citra lembaga ini juga bisa didapatkan dari seseorang maupun sekelompok orang. Meningkatnya jumlah siswa juga dipengaruhi dari output atau lulusan dari sekolah tersebut. Setiap calon siswa yang akan memilih sekolah pasti akan mencari referensi dari seseorang yang pernah terlibat pada sekolah yang ingin dituju. Untuk itu output atau lulusan dari sekolah tersebut membagikan pengetahuan dan pengalamannya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada sepuluh siswa MTs Negeri 3 Pati, bahwa mereka memilih sekolah tersebut ada yang menjawab karena tingkat kedisiplinannya sangat ketat, berstatus negeri yang diyakini pedidikannya berkualitas, dan ada pendalaman ilmu agama meskipun

sekolah negeri.<sup>7</sup> Dari jawaban-jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa citra sekolah mempengaruhi keputusan siswa untuk melanjutkan pendidikan di MTs Negeri 3 Pati karena siswa menyampaikan kesan dan presepsinya terhadap MTs Negeri 3 Pati dalam mempertimbangkan sekolah yang dipilihnya. Selain itu, ada juga yang memiliki pendapat bahwa dalam memilih sekolah tersebut dipengaruhi oleh faktor keluarga, orang tua dan teman sepergaulan. Dalam memilih sekolah anak akan dipengaruhi oleh orang-orang sekitarnya khususnya oleh orang tua yang merupakan tanggung jawabnya. Untuk itu masukan yang di dapat dari orang tua maupun orang disekitarnya dapat diartikan sebagai rujukan atau referensi.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Citra Lembaga dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Di MTs Negeri 3 Pati”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Citra Lembaga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati?
2. Apakah Kelompok Referensi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati?

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan tujuh peserta didik MTs Negeri 3 Pati yang dilakukan pada Sabtu, 30 Januari 2021 pukul 10.32 WIB

3. Apakah Citra Lembaga dan Kelompok Referensi berpengaruh secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1. Tujuan

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini berdasarkan permasalahan diatas adalah :

- a. Untuk membuktikan adanya pengaruh citra lembaga terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati.
- b. Untuk membuktikan adanya pengaruh kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati.
- c. Untuk membuktikan adanya pengaruh citra lembaga dan kelompok referensi secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati.

#### 2. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut :

##### a. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai citra lembaga dan kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan di MTs Negeri 3 Pati serta dapat menambah khazanah keilmuan dibidang pemasaran pendidikan.

##### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi sekolah, hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan sumber informasi untuk pihak MTs Negeri 3 Pati berkaitan tentang manajemen pemasaran serta bagaimana memahami perilaku konsumen pendidikan. Sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi pada bagian manajemen pemasarannya.
- 2) Bagi Universitas, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya.
- 3) Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana latihan berpikir secara ilmiah dan menambah pengetahuan tentang faktor citra dan kelompok referensi yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan siswa MTs Negeri 3 Pati.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Citra Lembaga

###### a. Pengertian Citra

Istilah citra pada umumnya banyak dikaitkan dengan dunia perindustrian. Terkhusus pada perusahaan-perusahaan yang membuat atau mendesain sebuah produk. Tentunya perusahaan yang bergerak dibidang industri memiliki persaingan yang cukup ketat di era globalisasi saat ini. Munculnya sebuah merk lain dari perusahaan lain mengharuskan sebuah perusahaan mengambil langkah agar produknya tetap diminati dan melekat pada masyarakat. Sebuah produk yang dibuat oleh perusahaan perlu dipasarkan pada publik supaya mendapat kesan yang bagus dan citra yang positif. Citra atau kesan yang bagus dapat menimbulkan loyalitas dan kepercayaan pada konsumen.<sup>8</sup>

Pada era globalisasi saat ini istilah-istilah dalam dunia perindustrian digunakan dalam dunia pendidikan juga. Salah satunya yaitu istilah citra atau *image*. Perbedaannya ialah jika pada dunia industri yang hasil produksi berupa suatu barang, maka pada dunia pendidikan ialah berupa output atau lulusan.

---

<sup>8</sup> Adriza, *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi yang Berbasis Vokasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hlm. 31.

Citra dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai rupa, gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, organisasi, perusahaan atau sebuah produk.<sup>9</sup> Menurut Philip Kotler, *Image* atau Citra adalah "image is the set of beliefs, ideas and impressions a person holds regarding an object are highly conditioned by that objects's image".<sup>10</sup> Citra adalah kumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang seseorang mengenai suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut.

Muhaimin (2012) menjelaskan citra sebagai kepercayaan, impresi seseorang terhadap objek tertentu yang dibentuk berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang tersebut.<sup>11</sup> Citra lembaga bisa diartikan sebagai persepsi masyarakat atau orang terhadap lembaga.

Menurut Buchari Alma citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai suatu objek, orang atau suatu lembaga. Citra terbentuk dari bagaimana lembaga atau perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi layanan.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), offline.

<sup>10</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Jilid I (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 381.

<sup>11</sup> Sutiah Muhaimin dan Sugeng Listyo Prabowo, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hlm. 113.

<sup>12</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 92.

Sementara itu, pengertian lembaga dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan badan (organisasi) yang tujuannya melakukan suatu penyelidikan keilmuan atau melakukan suatu usaha. Sedangkan lembaga pendidikan adalah tempat berlangsungnya proses pendidikan dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku individu ke arah yang lebih baik melalui interaksi dengan lingkungan sekitar baik didalam keluarga, sekolah maupun masyarakat.<sup>13</sup>

Setiap perusahaan atau lembaga harus mempunyai citra di masyarakat, dan citra bisa dikatakan baik, sedang, atau buruk. Citra buruk dapat menimbulkan dampak yang negatif bagi sebuah perusahaan atau lembaga dan juga dapat melemahkan kemampuan bersaing. Citra yang baik dari suatu lembaga merupakan aset yang sangat penting karena citra mempunyai dampak persepsi masyarakat dan operasi suatu lembaga dalam berbagai hal. Strategi dalam membangun image lembaga yang positif bertujuan agar organisasi dapat tetap hidup dan orang-orang yang di dalamnya dapat terus mengembangkan kreativitasnya dan juga bisa memberi manfaat dengan baik kepada orang lain.<sup>14</sup>

Maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan pengertian-pengertian diatas citra atau *image* lembaga adalah persepsi, gambaran seseorang dan masyarakat mengenai sebuah lembaga

---

<sup>13</sup> Ibrahim Bafadhol, Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia ..., hlm. 60.

<sup>14</sup> Aegis Dhimas Erlangga dkk., Pengaruh Motivasi, Citra Lembaga, Keluarga, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan Jasa Kursus *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 17 Edisi Khusus April 2017), hlm. 242.

yang diperoleh dari informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai produk dari lembaga tersebut. Citra terbentuk dari bagaimana suatu lembaga melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan menunjukkan keunggulan dari produk lembaga tersebut. Dengan begitu masyarakat maupun seseorang akan memiliki kesan pada sebuah lembaga yang ada dalam benaknya entah itu baik ataupun buruk dan dapat mempengaruhi tindakannya terhadap lembaga tersebut.

**b. Jenis-jenis Citra**

Menurut Frank Jefkim, citra dapat dibagi menjadi 5 jenis dalam buku *Essential of Public Relations* yang dikutip oleh Soemirat. Dalam kutipan tersebut Frank Jefkins menuturkan jenis-jenis citra sebagai berikut:

- 1) *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dengan (citra) manajemen terhadap public eksternal dalam melihat perusahaannya.
- 2) *The current image* (citra masih hangat ), yaitu citra yang terdapat pada *public* eksternal yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman *public* eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image*.
- 3) *The wish image* (citra yang diinginkan ), manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum *public* eksternal memperoleh informasi yang lengkap.

- 4) *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.
- 5) *The Performance Image* (Citra Penampilan). Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performance image*) para profesional pada perusahaan yang bersangkutan.<sup>15</sup>

Jadi, citra sebagai pandangan terhadap suatu objek tertentu bisa dilihat dari berbagai macam sisinya. Citra lembaga itu sendiri artinya dapat dilihat dari bagaimana lembaganya beroperasi, orang-orang yang berkaitan dengan lembaga tersebut, prestasi yang diraihnya, segi pelayanan, dan suatu pengalaman terhadap lembaga tersebut.

### c. Elemen-Elemen Citra

Menurut Shirley Harrison, informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut:

- 1) *Personality*, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial.
- 2) *Reputation*, hal yang dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain, seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.

---

<sup>15</sup> Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Publik Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 117.

Menurut Charles J. Fombrun, dalam buku *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*, reputasi dibangun oleh empat elemen, antara lain :

a) Credibility

Lembaga diharapkan memiliki kredibilitas dalam tiga hal, meliputi organisasi memperlihatkan profitabilitas, dapat mempertahankan stabilitas dan adanya penawaran program pendidikan yang baik.

b) Reliability

Reliability adalah harapan dari para konsumen pendidikan. Organisasi diharapkan dapat selalu menjaga mutu pendidikan dan menjamin terlaksananya pelayanan prima yang diterima oleh peserta didik.

c) Trustworthiness

Trustworthiness adalah harapan seluruh komponen sumber daya manusia yang di sekolah. Lembaga diharapkan dapat dipercaya, organisasi dapat menimbulkan rasa memiliki dan kebanggaan bagi guru, karyawan serta para peserta didik.

d) Responsibility

Responsibility adalah harapan dari para komunitas. Seberapa banyak atau berarti lembaga pendidikan membantu pengembangan masyarakat sekitar, seberapa peduli

organisasi terhadap masyarakat dan menjadi lembaga pendidikan yang ramah lingkungan.<sup>16</sup>

- 3) *Value*, nilai-nilai yang dimiliki lembaga pendidikan dengan kata lain budaya sekolah seperti sikap guru dan karyawan yang peduli terhadap peserta didik, guru dan karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan dari siswanya.
- 4) *School Identity*, adalah komponen-komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap lembaga pendidikan seperti logo, warna, dan slogan.<sup>17</sup>

Di dalam citra terdapat sebuah elemen-elemen yang dapat membangun sebuah citra pada lembaga itu sendiri. Beberapa elemen citra itu antara lain adalah *personality*, *reputation*, *value* dan *school identity*. Untuk itu citra dapat dinilai dan dilihat dari ke empat elemen tersebut.

#### **d. Proses Pembentukan Citra**

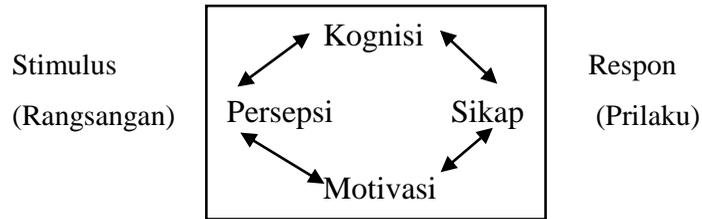
Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh Jhon S Nimpoen, dalam penelitiannya tentang tingkah laku konsumen yang dikutip oleh Soemirat, adalah sebagai berikut:

---

<sup>16</sup> Daniel Tamburian Realina, Pengaruh Peran PR Terhadap Reputasi Perusahaan Operator Selular Jurnal Prologia (Vol. 3 No.2 , Desember 2019), hlm. 450.

<sup>17</sup> Imam Mulyana Dwi Suwandi, Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran [www.eiman.uni.cc](http://www.eiman.uni.cc), diakses pada 7 Februari 2021 pukul 10.42 WIB

Pengalaman mengenai stimulus



**Gambar 2.1**

### **Proses pembentukan citra**

Model proses pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respon. Stimulus (rangsangan) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Ini disebut *pictur in our head* (gambar di kepala) oleh Walter Lipman.<sup>18</sup>

Berdasarkan gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa citra lembaga terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang di terima seseorang. Persepsi, kognisi, motivasi, sikap diartikan citra individu terhadap rangsangan. Selanjutnya rangsangan akan mempengaruhi bagaimana respon atau perilaku individu tersebut terhadap suatu lembaga.

## **2. Kelompok Referensi**

### **a. Pengertian Kelompok Referensi**

Dari sudut pandang pemasaran, kelompok referensi atau disebut juga kelompok acuan merupakan kelompok yang dianggap

---

<sup>18</sup> Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Publik Relations...*, hlm. 119.

sebagai acuan bagi para individu dalam pengambilan keputusan pembelian atau konsumsi mereka. Dalam kehidupan seorang individu secara sosial, tidak terlepas dari peran seseorang atau sekelompok orang lainnya dalam menentukan sikap dan perilaku mereka. Setidaknya, seorang individu akan membandingkan diri mereka dengan orang atau kelompok lain sebagai acuan dalam mengambil tindakan tertentu. Kelompok acuan tersebut dianggap memiliki atau menganut nilai-nilai tertentu yang bahkan mampu mempengaruhi sikap dan perilaku individu tersebut.<sup>19</sup>

Menurut Kotler (2002) sebuah kelompok referensi bagi seseorang adalah kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Sebuah kelompok dapat menjadi kelompok referensi ketika seorang individu mampu mengidentifikasi dirinya dengan kelompok tersebut sehingga dapat mengambil nilai, sikap, atau perilaku para anggota kelompok.<sup>20</sup>

Ujang Suwarman berpendapat bahwa kelompok acuan (*reference group*) merupakan seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan bagi seseorang bisa terdiri dari satu orang atau lebih dari satu sampai puluhan. Kelompok acuan bisa merupakan sesuatu yang nyata (orang sesungguhnya) atau yang bersifat tidak nyata dan bersifat simbolik (misalnya para eksekutif yang sukses).

---

<sup>19</sup> Adriza, *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi...*, hlm. 32.

<sup>20</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium...*, hlm. 234.

Kelompok acuan bagi seseorang mungkin berasal dari kelas sosial yang sama atau berbeda dari budaya yang sama atau berbeda, bahkan dari subbudaya yang berbeda atau sama.<sup>21</sup> Untuk itu setiap tindakan atau perilaku seseorang pasti terdapat suatu pengaruh yang membuat orang tersebut dapat mengambil keputusan sesuai kehendaknya.

Jadi yang dimaksud kelompok referensi disini adalah seseorang individu atau kelompok yang dapat dijadikan acuan atau referensi dalam mengetahui suatu informasi dari perusahaan maupun lembaga untuk mengambil suatu keputusan apakah membeli atau memilih produknya. Dalam mengambil keputusan memilih sekolah, seseorang akan mencari atau mendapatkan informasi mengenai sekolah tersebut, kemudian hal tersebut berpengaruh dalam pengambilan keputusannya.

#### **b. Jenis-Jenis Kelompok Referensi**

Ujang Sumarwan menyatakan kelompok referensi memiliki beberapa jenis antara lain:

##### 1) Formal atau informal

Kelompok acuan sering dibedakan ke dalam formal dan informal. Kelompok formal adalah kelompok yang memiliki struktur organisasi secara tertulis dan keanggotaan yang terdaftar secara resmi. Kelompok formal biasanya terdaftar secara hukum di Pemerintahan. Contoh kelompok formal

---

<sup>21</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), vhlm. 305.

adalah kelompok kerja atau sekolah. Sedangkan kelompok informal adalah kelompok yang tidak memiliki struktur organisasi secara tertulis dan resmi, sifat keanggotaan tidak tercatat. Kelompok informal biasanya terbentuk karena hubungan sosial, misalnya kelompok persahabatan dan kelompok bermain. Anggota kelompok informal biasanya berjumlah sedikit dan berinteraksi secara dekat dan tatap muka secara intensif dan rutin.

2) Primer atau sekunder

Kelompok primer adalah kelompok dengan keanggotaan yang terbatas, interaksi antar anggota secara langsung tatap muka, memiliki ikatan emosional antar anggota. Anggota kelompok memiliki kesamaan dalam nilai, sikap dan perilaku. Contoh dari kelompok primer adalah keluarga dan kelompok yang memiliki ikatan kekerabatan. Kelompok sekunder memiliki ikatan yang lebih longgar dari kelompok primer, antar anggota kelompok mungkin juga terjadi kontak tatap muka langsung, antar anggota kelompok memiliki pengaruh kecil terhadap anggota lainnya. Contoh kelompok sekunder adalah tetangga dan seperti kelompok asosiasi profesi.

3) Aspirasi dan disosiasi

Kelompok aspirasi adalah kelompok yang memperlihatkan keinginan untuk mengikuti norma, nilai, maupun perilaku dari orang lain yang dijadikan kelompok acuanya. Misalnya, anak-anak muda senang meniru cara berpakaian para selebritis dari

amerika, mereka bahkan berusaha meniru perilakunya. Anak-anak muda ini disebut sebagai kelompok aspirasi, sedangkan selebriti Amerika sebagai kelompok acuan. Kelompok disosiasi adalah seseorang atau kelompok yang berusaha untuk menghindari asosiasi dengan kelompok. Contohnya, para anggota partai keadilan selalu menunjukkan ketertiban dalam berdemonstrasi yang sangat berbeda dengan perilaku demo dari kelompok lainnya.<sup>22</sup>

### **3. Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah**

#### **a. Pengertian Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah**

Dalam *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, pengambilan keputusan (*Decision Making*) didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil.<sup>23</sup>

George R. Terry mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin. Ahli lain yaitu Horold dan Cyril O'Donnell mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan di antara alternatif mengenai suatu cara bertindak yaitu inti dari perencanaan, suatu rencana tidak dapat

---

<sup>22</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen dan Penerapannya...*, hlm. 306.

<sup>23</sup> Save M. Dagon, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan* (Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN), 2006), hlm. 185.

dikatakan tidak ada jika tidak ada keputusan, suatu sumber yang dapat dipercaya, petunjuk atau reputasi yang telah dibuat.<sup>24</sup>

Di dalam Islam, pengambilan keputusan juga diterangkan dalam ayat suci Al- Qur'an secara umum dan dapat diterapkan dalam segala aktifitas. Hal tersebut dijelaskan dalam surat Al-Imran ayat 159 sebagai berikut :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ  
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي  
الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ  
الْمُتَوَكِّلِينَ {159}

Terjemahan : *“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal”.*

---

<sup>24</sup> Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 5-6.

Dari ayat tersebut diketahui bahwa umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima sebuah informasi. Ayat ini juga dapat diterapkan dalam membuat keputusan untuk memilih dan mengkonsumsi sebuah produk dengan memperhatikan proses pengambilan keputusan yang baik. Untuk itu sebelum memutuskan untuk memilih sekolah sebaiknya peserta didik mengetahui kebutuhannya sehingga paham seperti apa yang diinginkan dan dibutuhkan. Selanjutnya peserta didik dapat mencari informasi terkait sekolah tersebut apakah baik sesuai standar atau tidak kemudian mengambil keputusan dengan sebaik-baiknya.

Keputusan memilih sekolah juga sama halnya dengan memutuskan suatu produk yang akan dibeli. Hal itu dikarenakan sama-sama memiliki beberapa alternatif dan tahap dalam proses pemilihannya. Tjiptono mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sebuah tindakan yang diambil oleh seseorang dalam upaya memperoleh dan melakukan konsumsi barang atau jasa.<sup>25</sup> Sedangkan Kotler dan Armstrong (2012) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan dari produk/jasa yang benar-benar dibeli oleh konsumen.<sup>26</sup>

Di dalam lingkup bidang pendidikan, konsumen atau pelanggan pendidikan sering disebut sebagai peserta didik.

---

<sup>25</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2008), hlm. 156.

<sup>26</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 226.

Menurut Edward Sallis, ada tiga jenis pelanggan dalam bidang pendidikan yaitu pelanggan primer, sekunder, dan tersier. Pelanggan primer adalah peserta didik atau mahasiswa yang langsung merasakan mutu jasa pendidikan. Pelanggan sekunder adalah orang tua mahasiswa atau masyarakat yang mengirimkan putra-putrinya ke sekolah atau institusi pendidikan. Adapun pelanggan tersier adalah semua pengguna lulusan baik perusahaan, dunia industri atau pemerintah serta stakeholders lain yang terlibat dalam hubungan manfaat pendidikan yang dihasilkan oleh sekolah atau lembaga pendidikan.<sup>27</sup>

Berdasarkan beberapa definisi diatas disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata, setelah itu dapat dilakukan evaluasi pilihan dan kemudian menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Dalam hal pemilihan sekolah tentunya siswa sebagai konsumen pendidikan akan dihadapkan beberapa pilihan. Setelah mempertimbangkan beberapa alternatif dan dipengaruhi faktor lingkungan sekitarnya siswa akan memutuskan sekolah yang akan dipilihnya.

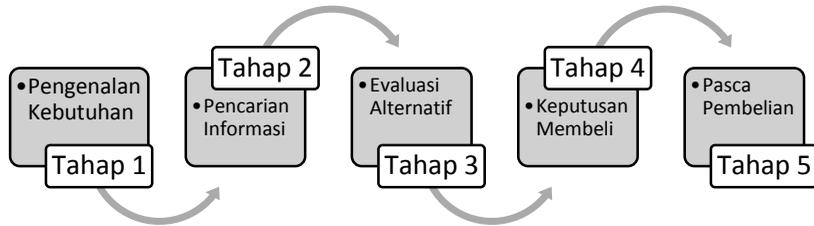
#### **b. Tahap-tahap pengambilan keputusan**

Ada beberapa tahap yang harus dilakukan dalam proses pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2009),

---

<sup>27</sup> Edward Salis, *Total Quality Management in Education, terjemahan* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2006), hlm. 27.

sebelum konsumen memutuskan untuk membeli atau mengonsumsi suatu produk akan diawali oleh beberapa langkah.<sup>28</sup> Beberapa langkah tersebut digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.2**

### **Tahap-tahap Pengambilan Keputusan**

Tahap-tahap pengambilan keputusan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengenalan kebutuhan

Menurut Kotler dan Kevin Keller (2009), pengenalan kebutuhan adalah tahap pertama proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dirasakan melalui rangsangan internal dan eksternal.

2) Pencarian informasi

Menurut Sumarwan, dalam pencarian informasi didasarkan pada pencarian internal, yakni berupa mengingat

---

<sup>28</sup> Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), hlm. 184.

kembali semua informasi yang ada dalam ingatan (memorinya). Dan pencarian eksternal, yaitu proses pencarian informasi mengenai berbagai produk dan merek, pembelian maupun konsumsi kepada lingkungan konsumen.

Sumber informasi utama dibagi menjadi empat kelompok, yaitu: pribadi (keluarga, teman, tetangga, dan rekan), komersial (iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan), publik (media massa, organisasi pemeringkatan konsumen) dan eksperimental (penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk).<sup>29</sup>

### 3) Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merk dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Dalam tahap evaluasi alternatif ini, konsumen memproses informasi beberapa alternatif merek kemudian menyusun kriteria-kriteria yang akan mereka gunakan untuk mengevaluasi setiap produk/jasa yang direncanakan.<sup>30</sup>

### 4) Keputusan membeli

Setelah menentukan pilihan produk maka konsumen akan melanjutkan proses berikutnya, yaitu melakukan tindakan pembelian produk atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan

---

<sup>29</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya...*, hlm. 377-378.

<sup>30</sup> Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 185.

dan keinginannya. Pembelian produk atau jasa yang dilakukan oleh konsumen bisa digolongkan ke dalam tiga macam yaitu pembelian yang terencana sepenuhnya, pembelian yang separuh terencana dan pembelian yang tidak terencana. Tahap keempat dari proses keputusan adalah konsumsi. Setelah konsumen membeli atau memperoleh produk dan jasa, biasanya akan diikuti oleh proses konsumsi atau penggunaan produk.

#### 5) Pasca konsumsi

Setelah melakukan pembelian konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Dalam hal ini komunikasi pemasaran seharusnya memperkuat pilihan konsumen dan membantunya merasa nyaman tentang merek tersebut. Karena itu tugas pemasar tidak berakhir dengan pembelian. Pemasar harus mengamati kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan penggunaan produk pasca pembelian. Hal ini dapat menimbulkan dampak apakah pembeli terpuaskan atau tidak.<sup>31</sup>

Proses pengambilan keputusan sangat penting untuk dilakukan karena dapat memecahkan masalah secara berurutan.

---

<sup>31</sup> Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 185.

Dengan begitu akan menghasilkan ketetapan hati memilih satu pilihan dan ada tujuan pengambilan keputusan yang disengaja.

**c. Faktor- faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah faktor internal dan faktor eksternal dari masing-masing individu tersebut. Swasta, Basu dan Handoko (2000) secara sederhana mengatakan bahwa faktor-faktor perilaku konsumen dapat dibagi menjadi 3 bagian, yaitu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen, faktor-faktor individu atau internal yang menentukan perilaku dan proses pengambilan keputusan dari konsumen. Faktor-faktor eksternal terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi, serta keluarga. Sedangkan faktor internal adalah motivasi, persepsi, kepribadian dan konsep diri, pengalaman belajar dan sikap dari individu.

1) Faktor Eksternal

a) Kebudayaan

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dalam masyarakat.

b) Kelas Sosial

Kotler memberi pengertian terhadap kelas sosial sebagai pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan yang

anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.<sup>32</sup>

c) Kelompok-kelompok sosial dan referensi

Ujang Suwarman berpendapat bahwa kelompok referensi (*reference group*) merupakan seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan bagi seseorang bisa terdiri dari satu orang atau lebih dari satu sampai puluhan.

d) Keluarga

Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa.

2) Faktor internal

a) Motivasi

Motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan memengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.

b) Persepsi

Kotler mengemukakan bahwa persepsi adalah suatu proses bagaimana seseorang memilih, mengorganisasikan,

---

<sup>32</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 186.

mengartikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.<sup>33</sup>

c) Kepribadian dan Konsep diri

Tidak ada dua manusia yang persis sama dalam sifat atau kepribadiannya, masing-masing memiliki karakteristik yang unik dan berbeda satu sama lain. Inilah yang disebut sebagai kepribadian manusia. Memahami kepribadian konsumen adalah penting bagi pemasar karena kepribadian bisa terkait dengan perilaku konsumen.

Konsep diri adalah persepsi seseorang terhadap dirinya yang meliputi kesehatan fisiknya, karakteristik lainnya, seperti kekuatan, kejujuran dan rasa humor dalam kaitannya dengan yang lain dan bahkan diperluas meliputi kepemilikan barang-barang tertentu dan hasil karyanya.

d) Pengalaman belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan pembeli.<sup>34</sup>

e) Sikap

---

<sup>33</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 240.

<sup>34</sup> Mangkunegara, Anwar Prabu, *Prilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditam, 2002), hlm. 45.

Sikap (attitudes) konsumen merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

## **B. Kajian Pustaka Relevan**

Dalam kajian pustaka ini, peneliti akan menghadirkan beberapa literatur yang sebelumnya sudah dilakukan terkait penelitian ini. Kajian-kajian penelitian sebelumnya ini digunakan sebagai referensi agar dalam penulisan penelitian ini ada perbedaan dengan penelitian sebelumnya.

1. Penelitian oleh Ikke Yuni Rakhmawati dan Tri Sudarwanto dari Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 9 No 2 Tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar  $61,237 > 3,10$  nilai F tabel dengan tingkat signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$  jadi dapat dinyatakan bahwa variabel citra merek dan kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Herbalife secara simultan. Dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut dalam melakukan pembelian produk shake

herbalife, terdapat konsumen yang memperhatikan dua variabel tersebut.<sup>35</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Ikke Yuni dan Tri Sudarwanto tersebut mempunyai persamaan dengan penelitian ini yaitu bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada sebuah produk. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian tersebut terletak pada fokus penelitian. Dalam penelitian tersebut fokus penelitian yaitu pada konsumen atas sebuah barang maka penelitian ini memfokuskan pada lembaga pendidikan yang menyediakan jasa dan dipilih oleh siswa sebagai konsumen pendidikan.

2. Penelitian lain yang dilakukan oleh Imam Ariono dari Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPKM I) tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor di Pt. Federal International Finance Cabang Wonosobo”. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa Hipotesis 4 terbukti berpengaruh, yang menyatakan Citra perusahaan, Kualitas layanan dan

---

<sup>35</sup> Ikke Yuni Rakhmawati dan Tri Sudarwanto, Pengaruh Citra Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* (Volume 9 No 2, 2021), hlm. 1244-1250.

Kelompok referensi secara simultan berpengaruh terhadap layanan, para pelaku bisnis Pengambilan keputusan pembelian diterima.<sup>36</sup>

Penelitian yang dilakukan Imam Ariono dengan penelitian ini memiliki persamaan yaitu terfokus pada pengambilan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya. Sedangkan perbedaan penelitian adalah penelitian ini variabel bebas hanya berjumlah dua yaitu citra lembaga/perusahaan dan kelompok referensi saja sedangkan penelitian tersebut meneliti tiga variabel yaitu citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kelompok referensi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Aditia Fradito “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus di SD Islam Surya Buana dan MIN 02 Malang)”. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa fungsi pemasaran untuk membentuk Citra lembaga yang baik agar menarik minat sejumlah calon siswa. Dalam pemasaran sekolah tersebut, diketahui bahwa Citra lembaga memiliki pengaruh yang besar bagi calon siswa untuk melihat dan mengambil keputusan sekolah atau madrasah yang akan dipilihnya.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Imam Ariono, Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor di Pt. Federal International Finance Cabang Wonosobo, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPKM)* (Volume 1 ISSN(online): 2614-3763, 2018) hlm. 1 – 13.

<sup>37</sup> Fradito, Aditia “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus di SD Islam Surya Buana dan MIN 02 Malang)”, Skripsi – UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Aditia Fradito diatas dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Citra Lembaga yang memiliki pengaruh dalam menarik minat calon siswa dan mengetahui bahwa citra lembaga merupakan faktor yang dipilih siswa dalam mengambil keputusan untuk mendaftar sekolah. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada penggunaan metode penelitian. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Agung Prasetya yang berjudul “Pengaruh Citra Lembaga, Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Sma Negeri 1 Sumberrejo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra lembaga (X1) berpengaruh sebesar 0,221, kelompok referensi (X2) sebesar 0,188 dan efikasi diri (X3) sebesar 0,373 terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah (Y) SMA Negeri 1 Sumberrejo. Sedangkan secara simultan sebesar 26,664 yang berarti bahwa citra lembaga, kelompok referensi dan efikasi diri berpengaruh secara simultan terhadap keputusan siswa memilih SMA Negeri 1 Sumberrejo.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Agung Prasetya yang berjudul “Pengaruh Citra Lembaga, Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Sma Negeri 1 Sumberrejo”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 01 Nomor 02 ISSN: 2337-6708, 2018.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah terletak pada variabel efikasi diri sedangkan persamaannya terletak pada variabel citra lembaga dan kelompok referensi.

5. Penelitian yang dilakukan Ivana Megasari dan Finisica Dwijayati Patrikha yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kelompok Referensi dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK PGRI 13 Surabaya”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara parsial bauran pemasaran jasa (X1) berpengaruh sebesar 18,281, kelompok referensi (X2) sebesar 6,289, dan efikasi diri (X3) sebesar 9,933 terhadap keputusan siswa memilih SMK PGRI 13 Surabaya. Sedangkan secara simultan sebesar 134,000 yang berarti bahwa bauran pemasaran jasa, kelompok referensi, dan efikasi diri terhadap keputusan siswa memilih SMK PGRI 13 Surabaya.<sup>39</sup>

Pada penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada variabel bauran pemasaran jasa dan efikasi diri. Sedangkan untuk persamaannya terletak pada variabel kelompok referensi.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas sebagai kajian pustaka, maka peneliti akan berusaha meneliti yang berbeda titik fokus dalam penelitian sebelumnya terkait oleh waktu, tempat dan cara mendapatkan informasinya. Penulis akan meneliti fokus pada citra lembaga

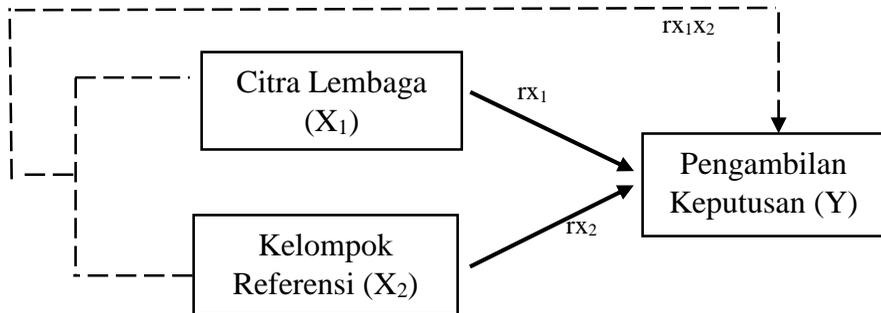
---

<sup>39</sup> Ivana Megasari dan Finisica Dwijayati Patrikha, Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kelompok Referensi dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK PGRI 13 Surabaya, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 03 Nomor 03 Tahun 2017, hlm. 1

dan kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati. Disini berarti penulis ingin mencari informasi lebih jauh mengenai kualitas pendidikan di madrasah melalui faktor yang mempengaruhi siswa dalam memilih sekolah yakni, faktor citra lembaga dan kelompok referensi serta siswa sebagai pelanggan pendidikan merupakan seseorang yang secara langsung dapat merasakan kualitasnya.

### **C. Rumusan Hipotesis**

Dalam mengambil keputusan memilih sekolah seseorang akan dihadapkan banyak pilihan seiring bertambahnya sekolah di suatu wilayah. Pengambilan keputusan ini merupakan suatu tindakan yang diperlukan guna membuktikan dan memperlihatkan pilihan yang terbaik. Untuk membuktikannya, seorang konsumen pendidikan akan mencari informasi lembaga yang dipilih dari suatu individu atau kelompok yang sudah memiliki pengalaman. Kelompok tersebut disebut sebagai kelompok acuan atau referensi. Saran atau pendapat positif yang diberikan dari kelompok referensi membuat konsumen pendidikan lebih percaya terhadap lembaga tersebut. Dari kepercayaan itulah yang akan menimbulkan persepsi seseorang mengenai sebuah lembaga pendidikan. Kesan atau persepsi terhadap lembaga ini disebut dengan citra. Citra lembaga merupakan kesan atau persepsi yang dimiliki seseorang terhadap lembaga tersebut. Berikut kerangka pemikiran dalam bentuk gambar dalam penelitian ini:



**Gambar 2.3**

**Kerangka Pemikiran Penelitian**

Keterangan :

$r_{X_1}$  : garis regresi  $X_1$  terhadap  $Y$

$r_{X_2}$  : garis regresi  $X_2$  terhadap  $Y$

$r_{X_1X_2}$  : garis pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen

Berdasarkan tinjauan pustaka dan berbagai teori sebagai dasar penelitian, kemudian disusun sebuah rumusan hipotesis berdasarkan gabungan dari ilmiah dan penelitian terdahulu. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-

fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>40</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Ada pengaruh secara signifikan antara citra lembaga (X<sub>1</sub>) dengan pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs N 3 Pati (Y).

H<sub>01</sub> : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara citra lembaga (X<sub>1</sub>) dengan pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs N 3 Pati (Y).

H<sub>2</sub> : Ada pengaruh secara signifikan antara kelompok referensi (X<sub>2</sub>) dengan pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs N 3 Pati (Y).

H<sub>02</sub> : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kelompok referensi (X<sub>2</sub>) dengan pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs N 3 Pati (Y).

H<sub>3</sub> : Ada pengaruh secara bersama-sama antara citra lembaga (X<sub>1</sub>) dan kelompok referensi (X<sub>2</sub>) dengan pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs N 3 Pati (Y).

H<sub>03</sub> : Tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara citra lembaga (X<sub>1</sub>) dan kelompok referensi (X<sub>2</sub>) dengan pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs N 3 Pati (Y).

---

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 64.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>41</sup> Tujuan penelitian kuantitatif untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori, dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.<sup>42</sup>

Jenis penelitian ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random, proses pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>43</sup> Dalam pengumpulan data penelitian menggunakan metode kuesioner sebagai sumber data utamanya.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Objek penelitian dari penelitian ini adalah MTs Negeri 3 Pati. Sekolah tersebut terletak di Jalan Raya Pati-Gembong km.10 di Kelurahan Wonosekar, Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati. Objek tersebut dipilih

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 8.

<sup>42</sup> Yusuf Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), hlm. 5.

<sup>43</sup> Yusuf Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif ...*, hlm. 13.

berdasarkan adanya peningkatan jumlah siswa tiap tahunnya serta kemajuannya.

Rencananya penelitian ini akan dilakukan dua tahap. Tahap pertama adalah observasi awal, penggalian data, melalui wawancara, pengumpulan dokumen-dokumen, foto dan data pendukung lainnya.. Tahap yang kedua adalah pembagian kuesioner untuk sampel penelitian. Tahap pertama dilaksanakan tanggal 5 Maret 2021. Sedangkan tahap yang kedua dilaksanakan bulan Juli 2021.

### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan subyek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>44</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah siswa dan siswi MTs Negeri 3 Pati yang berjumlah 471 peserta didik. Peserta didik yang tengah menempuh sekolah jenjang menengah memasuki masa awal remaja. Masa remaja awal yaitu antara umur 12-15 tahun.<sup>45</sup> Oleh karena itu dapat dipilihnya peserta didik sebagai responden.

Menurut teori Piaget, pada masa remaja awal memasuki tahap perkembangan kognitif operasional formal. Konsep operasional formal menyatakan bahwa anak dapat mengembangkan hipotesis deduktif

---

<sup>44</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 80.

<sup>45</sup> Nur Endah Sary Yessy. *Buku Ajar Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta:Parama Publishing, 2015), hlm. 39.

tentang cara untuk memecahkan problem dan mencapai kesimpulan secara sistematis. Di samping itu, Sarwono berpendapat dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Psikologi Umum” bahwa pada masa remaja ini juga terjadi reorganisasi lingkaran saraf *prontabel lobe* (belahan otak bagian depan sampai pada belahan atau celah sentral). *Prontabel lobe* ini berfungsi dalam aktivitas kognitif tingkat tinggi, seperti kemampuan merumuskan perencanaan strategis atau kemampuan mengambil keputusan.<sup>46</sup> Dalam hal ini, maka diambil responden dari kelas 7, 8 dan 9 karena sudah dianggap mampu menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner.

## 2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Atau sampel juga bisa disebut sebagai bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu yang dapat mewakili populasinya.<sup>47</sup> Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>48</sup>

Sementara itu, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik *probability sampling* adalah suatu teknik penarikan sampel yang berdasarkan pada setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih

---

<sup>46</sup> Sarlito Sarwono. *Pengantar Psikologi Umum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 62.

<sup>47</sup> Sarlito Sarwono. *Pengantar Psikologi Umum...*, hlm. 56.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hlm. 80.

sebagai sampel.<sup>49</sup> Selanjutnya, dalam *probability sampling* jenis yang digunakan adalah dengan cara *simple random sampling* atau sampel acak sederhana, yang memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk dijadikan sampel, dimana anggota populasi tidak memiliki strata sehingga relatif homogen.<sup>50</sup> Penggunaan teknik tersebut dalam penelitian ini dikarenakan sulitnya menemui responden akibat sekolah tatap muka ditiadakan sementara akibat pandemi Covid-19.

Dari berbagai rumus yang ada, ada sebuah rumus yang dapat digunakan untuk menentukan besaran sampel, yaitu rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = nilai kritis batas ketelitian yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel = 10%).<sup>51</sup>

Berdasarkan rumus tersebut maka dapat dihitung sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{471}{1 + 471 (0,1)^2} = \frac{478}{5,78} = 82,48$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh jumlah 82,48 yang dibulatkan menjadi 82 sampel. Jadi, dalam penelitian ini

---

<sup>49</sup> Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 106-107.

<sup>50</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...*, hlm. 57.

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hlm. 120.

dibutuhkan sampel sebanyak 82 responden dari siswa-siswi yang berjumlah 471.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

Menurut Sugiyono variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>52</sup> Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

##### 1. Variabel Bebas

Variabel bebas sering disebut independent, variabel stimulus, rediktor, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.<sup>53</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah citra lembaga ( $X_1$ ) dan kelompok referensi ( $X_2$ ). Indikator citra lembaga ( $X_1$ ) adalah *Personality, Reputation, Value, dan Corporate Identity*. Sedangkan indikator kelompok referensi ( $X_2$ ) adalah kelompok formal dan informal, kelompok primer dan sekunder kemudian kelompok aspirasi dan disosiasi.

##### 2. Variabel Terikat

Variabel terikat atau dependen atau disebut variabel output, kriteria, konsekuen, adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>54</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hlm. 38

<sup>53</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...*, hlm. 46

<sup>54</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...*, hlm. 46

adalah pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati (Y). Untuk indikator variabel terikatnya yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan pasca pembelian.

**Tabel 3.1**

Variabel dan Indikator Citra Lembaga

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	No Item	
Citra Lembaga	1. Personality	a. Pendapat mengenai lembaga/ madrasah	1	
		b. Kualitas pendidikan	2	
		c. Biaya/harga sekolah terjangkau	3	
	2. Reputation	a.Creadibility: perkembangan sekolah ditengah banyaknya sekolah pesaing		4
		b.Reliability: dapat menjamin mutu pendidikan		5
		c.Trustworthiness: kemampuan menumbuhkan rasa percaya dan loyalitas pada lembaga		6

		d. Responsibility: hubungan lembaga terhadap masyarakat	7
	3. Value	a. Memberikan pelayanan dengan nilai keadilan dan kejujuran	8
		b. Tata krama serta perilaku dalam lembaga	9
		c. Tata tertib selalu diterapkan/disiplin	10
	4. Corporate Identity	a. Identitas lembaga dapat menciptakan image positif	11
		b. Corak khas batik seragam dari lembaga	12

**Tabel 3.2**

Variabel dan Indikator Kelompok Referensi

Variabel	Indikator	Instrumen	No. Item
Kelompok Referensi	1. Formal atau Informal	a. Pertemanan di sekolah	1
		b. Kelompok persahabatan	2
	2. Primer atau Sekunder	a. Keluarga	3
		b. Tetangga	4

	3. Aspirasi dan Disosiasi	a. Pengaruh gaya pakaian (seragam sekolah)	5
--	---------------------------	--	---

**Tabel 3.3**

Variabel dan Indikator Pengambilan Keputusan Memilih

Variabel	Indikator	Instrumen	No. Item
Keputusan Memilih Sekolah	1. Pengenalan Kebutuhan	a. Kebutuhan akan produk	1
	2. Pencarian Informasi	a. Sumber pribadi	2
		b. Sumber publik	3
		c. Sumber pengalaman	4
	3. Evaluasi Alternatif	a. Lokasi dekat	5
		b. Kualitas jasa lebih unggul	6
	4. Keputusan Pembelian	a. Kecermatan pengambilan keputusan	7
		b. Pengaruh orang lain	8
	5. Pasca Pembelian	a. Kepuasan terhadap produk	9
		b. Merekomendasikan kepada pihak lain	10

## E. Teknik pengumpulan data

### 1. Angket (Kuesioner)

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku. Dalam pelaksanaan survei, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti.<sup>55</sup> Kuesioner yang digunakan adalah jenis kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan memberikan tanda checklist (√).<sup>56</sup> Responden yaitu siswa-siswi MTs Negeri 3 Pati yang terpilih sebagai sampel penelitian.

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert atau skala tingkat. Skala likert merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tentu.<sup>57</sup> Cara pengukurannya adalah dengan memberi alternatif jawaban kepada responden antara “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju”. Jawaban tersebut akan diberi skor 1 sampai 5.

---

<sup>55</sup>Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 43.

<sup>56</sup>Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 72.

<sup>57</sup>Sofian Sireger, *Metode Penelitian kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 25.

**Tabel 3.4**  
**Skala Penelitian Likert**

Alternatif Jawaban	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.<sup>58</sup> Dengan dokumentasi, peneliti dapat memperoleh data dari sumber tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan. Metode ini digunakan dalam penelitian untuk mengetahui jumlah peserta didik tahun 2020/2021, dokumentasi gambar dan beberapa data seperti gambaran umum MTs Negeri 3 Pati.

## F. Teknik Analisis Data

Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

---

<sup>58</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...*, hlm. 66.

## 1. Analisis Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Dalam uji instrumen penelitian digunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen yang tidak teruji validitas dan reliabilitasnya akan menghasilkan data yang sulit dipercaya kebenarannya. Jadi instrumen yang valid reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.<sup>59</sup>

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mendapatkan data valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Variabel yang telah teruji validitasnya belum tentu data benar-benar valid. Hal tersebut masih akan dipengaruhi oleh kondisi obyek yang akan diteliti.<sup>60</sup> Oleh sebab itu, peneliti harus mampu mengendalikan objek yang diteliti dan meningkatkan kemampuan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  : koefisien korelasi

$\Sigma X$  : jumlah skor item

$\Sigma Y$  : jumlah skor total

$N$  : jumlah sampel

---

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hlm. 122.

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hlm. 121.

Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $r_{hitung}$  berada di atas taraf signifikansi 5% dikatakan “valid” dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau  $r_{hitung}$  berada di bawah taraf signifikansi 5% dikatakan “tidak valid”.<sup>61</sup> Analisis perhitungan uji validitas ini menggunakan program aplikasi *SPSS 16.0 for windows*.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan akurasi instrumen dalam mengukur apa yang diukur, kecermatan hasil ukur dan seberapa akurat seandainya dilakukan pengukuran ulang. Azwar juga menyatakan reliabilitas sebagai konsistensi pengamatan yang diperoleh dari pencatatan berulang baik pada satu subjek maupun sejumlah subjek.<sup>62</sup> Uji reliabilitas dilakukan terhadap item-item yang sudah teruji validitasnya, sehingga item yang tidak valid tidak diikutsertakan. Metode yang sangat populer untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan rumus alpha  $\alpha$ .

$$\alpha = \frac{\kappa}{\kappa - 1} \left( 1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

$\alpha$  : koefisien reliabilitas alpha

k : jumlah item

Sj : varians responden untuk item 1

---

<sup>61</sup> Ivan Fanani Qomusuddin, *Statistik Pendidikan (Lengkap dengan Aplikasi IBM SPSS Statistic 20.0)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 44.

<sup>62</sup>Ivan Fanani Qomusuddin, *Statistik Pendidikan...*, hlm. 76.

$S_x$  : jumlah varian skor total

Dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS 16.0 for windows* untuk mengujinya. Hasil pengujian dari suatu instrument dikatakan reliabel apabila pengujian dari instrumen menghasilkan Cronbach Alpha.  $> 0,6$  maka instrument tersebut reliabel. Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha  $< 0,6$  menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur variabel tidak reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan untuk menghindari keadaan yang memungkinkan terjadinya masalah-masalah yang terjadi di dalam analisis regresi. Untuk mendapatkan regresi yang baik maka harus memenuhi uji asumsi-asumsi yang telah disyaratkan yaitu :

### a. Uji Normalitas Residual

Uji Normalitas Residual digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahuinya dengan melihat uji signifikansi. Untuk membuktikan persamaan regresi berdistribusi normal atau tidak terdapat dua metode yaitu metode grafik dan metode Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Dalam penelitian ini menggunakan Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)* karena banyak digunakan dalam pengujian distribusi data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui

apakah data residual berdistribusi normal atau tidak jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.<sup>63</sup>

b. Uji Multikoloniaritas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada kolerasi antar variabel independen pada model regresi. Jika terdapat atau terjadi kolerasi, maka terdapat masalah multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen.<sup>64</sup> Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai tolerance dibawah 0,1 atau VIF diatas 10 maka terjadi multikolonearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan Homokedastisitas. Dan jika varians

---

<sup>63</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 114

<sup>64</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis...*, hlm. 119.

berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastiditas, dengan kata lain model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Uji Glejter*. Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai signifikansi yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika hasil nilai signifikan lebih besar  $>$  dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika hasil nilai signifikan lebih kecil  $<$  dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.<sup>65</sup>

### **3. Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan regresi penelitian linier berganda. Regresi linier berganda merupakan lanjutan dari regresi linier sederhana, ketika regresi linier sederhana hanya menyediakan satu variabel independen (x) dan satu juga variabel dependen (y), disini regresi linier berganda hadir untuk menutupi kelemahan regresi linier sederhana ketika terdapat lebih dari satu variabel independen (x) dan satu variabel dependen (y).<sup>66</sup> Analisis Regresi Berganda dapat diartikan sebagai metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen (Y) dengan lebih dari sama dengan dua variabel independen (X) atau bisa di katakan model analisis regresi berganda

---

<sup>65</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis...*, hlm. 128-129.

<sup>66</sup>Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*, Edisi Pertama (Jakarta : Kencana, 2016), hlm. 91.

digunakan untuk melihat pengaruh lebih dari sama dengan dua variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y). Regresi linier berganda dihitung dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Pengambilan Keputusan Memilih

X<sub>1</sub> : Citra Lembaga

X<sub>2</sub> : Kelompok Referensi

a : Konstanta

b<sub>1</sub> : Koefisien regresi X<sub>1</sub>

b<sub>2</sub> : Koefisien regresi X<sub>2</sub>

#### 4. Uji Hipotesis Penelitian

##### a. Uji Signifikansi secara Parsial (Uji t)

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu digunakan untuk mengetahui pengaruh tiap-tiap variabel independen yaitu variabel citra lembaga dan variabel kelompok referensi secara sendiri-sendiri terhadap variabel independennya berupa pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs N 3 Pati.<sup>67</sup> Langkah-langkah uji t adalah Menentukan signifikan dengan tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha=5\%$ ; dan menentukan  $t_{hitung}$  dengan menggunakan alat analisis atau rumus, yaitu:

---

<sup>67</sup>Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar...*, hlm. 95.

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-k-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi parsial

k = jumlah variabel independen

n = jumlah data.

Selanjutnya menentukan hasil analisis uji t dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{\text{hitung}} \leq$  pada sig 0,05
- 2)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{\text{hitung}} >$  pada sig 0,05.

b. Uji Signifikansi secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai  $F_{\text{hasil}}$  perhitungan lebih besar dari nilai  $F_{\text{table}}$  maka dinyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.<sup>68</sup> Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan nilai signifikan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F (Anova). Uji F dapat dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi atau 0,05 (5%).
- 2) Penelitian ini menggunakan program aplikasi *SPSS 16.0 for windows* dalam menentukan  $F_{\text{hitung}}$ .

---

<sup>68</sup>Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar...*, hlm. 96.

- 3) Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk secara bersama-sama menguji signifikansi X terhadap Y. Kriteria pengujian dilihat antara lain:
- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai  $sig > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.
  - b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai  $sig < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.
- c. Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )
- Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah suatu ukuran yang menjelaskan variasi variabel yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi yang berkaitan dengan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persen (%). Dalam output SPSS, nilai koefisien determinasi terletak pada tabel model *summery*<sup>b</sup> dan tertulis *R square*.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup>Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar...*, hlm. 123.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Deskripsi Data Umum**

###### **a. Gambaran Sekolah**

Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Pati adalah sebuah lembaga pendidikan yang bertempat di desa Wonosekar Kecamatan Gembong Kabupaten Pati. Sebelum resmi disebut MTs Negeri 3 Pati, madrasah tersebut lebih dikenal dengan nama MTs Negeri Gembong. Berdirinya MTs Negeri Gembong Kabupaten Pati pada awalnya adalah sebuah lembaga pendidikan yang didirikan atas prakarsa bapak Masrukhin, bapak K.H. Abdul Wahid Hasyim dan para tokoh agama dan tokoh masyarakat kecamatan Gembong dalam rangka memenuhi kebutuhan tenaga pendidik (khususnya guru pendidikan agama islam) yang memiliki kompetensi paedagogis yang memadai di wilayah kecamatan Gembong Kabupaten Pati.

Pada tanggal 14 Agustus 1984 perihal Penunjukan Kelas Jauh (Filial) bagi Madrasah Tsanawiyah Negeri, maka MTs Muwahidun Gembong berubah statusnya menjadi MTs Negeri Winong Filial di Gembong yang di resmikan oleh Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi Jawa Tengah. Pada tahun 1996 MTs Negeri Winong Filial Gembong melalui surat usulan

penegerian madrasah diusulkan menjadi MTs Negeri Gembong lewat Pengawas Pendidikan. Kemudian berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 107 Tahun 1997 tanggal 17 Maret 1997 Tentang Pembukaan dan Penegerian Madrasah, MTs Negeri Winong Filial Gembong resmi berubah status dan nomenklaturnya menjadi Madrasah Tsanawiyah Negeri Gembong.<sup>70</sup>

Pada tanggal 23 Mei 2016 Kementerian Agama (Kemenag) telah mengeluarkan surat keputusan (SK) atas perubahan nama satu sekolah di Pati. Dalam hal ini nama MTs Negeri Gembong beralih nama menjadi MTs Negeri 3 Pati. Sebelum berubah nama MTs N 3 Pati sudah berdiri 23 tahun sejak 17 Maret 1997 dengan nama sebelumnya. Adapun yang menjabat sebagai Kepala Sekolah saat ini di MTs Negeri 3 Pati adalah Bapak Drs. H. Supalal, M.Pd.

b. Visi dan Misi Sekolah

Visi dari MTs Negeri 3 Pati adalah terwujudnya peserta didik yang unggul dalam beribadah, berakhlakul karimah, tampil dan berprestasi. Misi madrasah diantaranya adalah:

- 1) Menumbuhkan penghayatan dan penguasaan ajaran islam sehingga menjadi tekun beribadah, jujur dan disiplin, sportif, tanggung jawab, percaya diri hormat pada orang tua dan guru serta menyayangi sesama.
- 2) Melaksanakan pembelajaran dan pendampingan secara efektif sehingga setiap siswa dapat berkembang secara optimal.

---

<sup>70</sup> MTs Negeri 3 Pati, Profil MTs Negeri 3 Pati (Gembong: MTs N 3 Pati, 2021).

- 3) Menyelenggarakan pembinaan dan pelatihan Life Skill untuk menggali dan menumbuh kembangkan minat
- 4) Melaksanakan pembinaan dan penelitian siswa.
- 5) Menumbuh kembangkan budaya gemar membaca pada seluruh warga madrasah.
- 6) Melaksanakan tata tertib madrasah secara konsisten dan konsekuen.
- 7) Mengadakan komunikasi dan koordinasi antar madrasah, masyarakat, orang tua dan instansi yang sudah secara periodik dan berkesinambungan.<sup>71</sup>

c. Keadaan Guru dan Siswa

1) Guru dan Karyawan

MTs Negeri 3 Pati memiliki tenaga pendidik sebanyak 39 orang dan tenaga kependidikan 5 orang serta 5 karyawan. Dengan perincian 3 orang lulusan S2, S1 sebanyak 39 orang dan tidak bergelar 7 orang.

2) Keadaan siswa

MTs Negeri 3 Pati memiliki jumlah siswa cukup banyak jika dibandingkan dengan madrasah lain. Hal ini dikarenakan minat siswa lebih banyak ke sekolah berstatus negeri dibandingkan swasta. Adapun jumlah siswa di MTs Negeri 3 Pati saat ini adalah 478 siswa. Dengan perincian kelas VII memiliki 5 jumlah kelas dengan total siswa 154, kelas VIII memiliki 5

---

<sup>71</sup> MTs Negeri 3 Pati, Profil..., 2021.

jumlah kelas dengan total siswa 170 dan kelas IX memiliki 5 jumlah kelas dengan total siswa 154.<sup>72</sup>

## **2. Deskripsi Data Khusus**

Deskripsi data khusus merupakan deskripsi data hasil penelitian yang telah dilakukan. Data pada penelitian ini diperoleh dari pengisian instrumen kuesioner yang diisi oleh peserta didik MTs Negeri Pati. Responden penelitian ini yaitu dari peserta didik kelas 8 dan 9 yang dipilih secara acak sebanyak 82 orang. Adapun jumlah item pernyataan yang dibagikan adalah 28 butir soal. Diantaranya 12 item mengenai citra lembaga, 5 item pernyataan kelompok referensi dan 10 item mengenai pengambilan keputusan. Setelah mendapatkan data, kemudian dihitung untuk mengetahui tingkat pengaruh masing-masing variabel. Hasil data yang didapat adalah sebagai berikut:

### **a. Deskripsi Data Citra Lembaga**

Deskripsi data untuk mengetahui citra lembaga terhadap pengambilan keputusan memilih MTs Negeri 3 Pati diperoleh dengan cara menggunakan kuesioner sebanyak 12 item soal pernyataan. Berikut adalah hasil skor jawaban yang yang didapatkan :

---

<sup>72</sup> MTs Negeri 3 Pati, Profil..., 2021.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Skor Kuesioner Variabel Citra Lembaga(X<sub>1</sub>)**

No. Indikator	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Total Skor
	SS	S	RG	TS	STS		
1	24	47	10	1	0	82	340
2	34	32	12	0	0	82	334
3	12	48	17	2	0	82	307
4	18	48	16	0	0	82	330
5	6	49	16	11	0	82	274
6	10	43	26	3	0	82	306
7	4	49	21	8	0	82	295
8	5	43	28	6	0	82	293
9	5	46	25	6	0	82	296
10	4	53	22	3	0	82	304
11	5	59	16	2	0	82	313
12	28	49	5	0	0	82	351

Pada tabel diatas dapat dilihat mengenai jumlah skor setiap indikator pertanyaan dari 82 responden. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari variabel citra lembaga maka dihitung dengan skor dari setiap item pernyataan adalah sebagai berikut:

- 1) Indikator *Personality* (kepercayaan terhadap sekolah)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 1 memiliki jumlah skor sangat setuju 24, setuju 47, ragu-ragu 10, tidak setuju sebanyak 1 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen nomor 1 yaitu 340.

2) Indikator *Personality* (kualitas pembelajaran baik)

Pada tabel 4.1 hasil skor instrumen kualitas pembelajaran baik adalah jawaban sangat setuju 34, setuju 32, ragu-ragu 12, tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 0.

3) Indikator *Personality* (biaya pendidikan)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui Instrumen nomor 3 memiliki jumlah skor sangat setuju 12, setuju 48, ragu-ragu 17, tidak setuju sebanyak 2 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk total skor instrumen yaitu sebesar 307.

4) Indikator *Reputation* (*Credibility*/sekolah yang paling diminati)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 4 memiliki jumlah skor sangat setuju 18, setuju 48, ragu-ragu 16, tidak setuju sebanyak 0 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen nomor 1 yaitu 330.

5) Indikator *Reputation* (*Reliability*/ Guru dan karyawan senantiasa memberikan pengarahan terhadap sistem di sekolah)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 5 memiliki jumlah skor sangat setuju 6, setuju 49, ragu-ragu 16, tidak setuju sebanyak 11 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen nomor 1 yaitu 274.

- 6) Indikator *Reputation (Trustworthiness/* merasa bangga terhadap nama baik sekolah)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 6 memiliki jumlah skor sangat setuju 10, setuju 43, ragu-ragu 26, tidak setuju sebanyak 3 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen nomor 1 yaitu 306.

- 7) Indikator *Reputation (Responsibility/* kegiatan rutin bersama orangtua siswa dan komite sekolah)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 7 memiliki jumlah skor sangat setuju 4, setuju 49, ragu-ragu 21, tidak setuju sebanyak 8 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen nomor 1 yaitu 295.

- 8) Indikator *Value (Pihak Sekolah memiliki solusi yang baik terhadap permasalahan siswa)*

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 8 memiliki jumlah skor sangat setuju 5, setuju 43, ragu-ragu 28, tidak setuju sebanyak 6 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 293.

- 9) Indikator *Value ( Guru dan karyawan memberikan contoh sikap yang baik terhadap siswa)*

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 9 memiliki jumlah skor sangat setuju 5 , setuju 46, ragu-ragu 25, tidak setuju sebanyak 6 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 296.

10) Indikator *Value* (tingkat kedisiplinan siswa sangat diperhatikan di sekolah)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 10 memiliki jumlah skor sangat setuju 4, setuju 53, ragu-ragu 22, tidak setuju sebanyak 3 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 304.

11) Indikator *School Identity* ( Nama sekolah mempengaruhi siswa dalam memilih sekolah)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 11 memiliki jumlah skor sangat setuju 5, setuju 59, ragu-ragu 16, tidak setuju sebanyak 2 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 313.

12) Indikator *School Identity* (Seragam khas sekolah menarik)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui indikator pernyataan nomor 12 memiliki jumlah skor sangat setuju 28, setuju 49, ragu-ragu 5, tidak setuju sebanyak 0 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 351.

Berdasarkan hasil perolehan skor variabel citra lembaga yang dihitung setiap indikatornya dapat diketahui instrumen yang lebih banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah kepercayaan terhadap sekolah, guru memiliki metode belajar yang menarik, biaya pendidikan cukup murah, merupakan sekolah favorit, rasa bangga yang dimiliki siswa terhadap sekolahnya dan seragam sekolah yang menarik. Sedangkan yang memiliki jawaban sangat setuju hanya sedikit yaitu instrumen pernyataan nomor 5,7,8,9,10

dan 11. Hal tersebut menunjukkan bahwa pihak guru dan karyawan ada yang belum sepenuhnya ramah dalam memberi respon siswanya, banyak siswa yang belum mengetahui adanya kegiatan rutin bersama orangtua dan masyarakat sekitar, pihak guru maupun karyawan belum maksimal dalam menggapi permasalahan siswa, mungkin ada beberapa guru yang diperhatikan siswa tidak disiplin dan peringatan untuk siswa yang melanggar tata tertib kurang ditegaskan.

Berikut adalah hasil perhitungan skor rata-rata pada variabel pengambilan keputusan. Untuk mengetahui interval kelas yang didapatkan maka dibuat tabel perhitungan seperti dibawah ini:

**Tabel 4.2**

**Distribusi Skor Rata-Rata Variabel Citra Lembaga ( $X_1$ )**

<b>Interval</b>	<b>Fi</b>	<b>Xi</b>	<b>FiXi</b>	<b>Xi-<math>\bar{x}</math></b>	<b>(Xi-<math>\bar{x}</math>)<sup>2</sup></b>
32 – 35	1	33,5	33,5	-12,54	157,17
36 – 39	2	37,5	75	-8,54	72,87
40 – 43	12	41,5	498	-4,54	20,58
44 – 47	41	45,5	1865,5	-0,54	0,29
48 - 51	22	49,5	1089	3,46	12,00
52 - 55	4	53,5	214	7,46	55,70
<b>Jumlah</b>	<b>82</b>		<b>3775</b>		<b>318,61</b>

Mencari standar deviasi ;

$$\text{Varian ( } Sx^2) = \frac{(Xi-\bar{x})^2}{N-1} = \frac{318,61}{81} = 3,93$$

$$\text{Standar Deviasi (Sx)} = \sqrt{Sx^2} = \sqrt{3,9} = 1,98$$

Untuk mengetahui seberapa kualitas variabel citra lembaga maka dapat dikategorikan dari skor mentah ke dalam standar skala lima yaitu sebagai berikut:

$$M + 1,5 \text{ SD} = 46,03 + 1,5 (1,98) = 46,03 + 2,97 = 49,01 = 49 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 \text{ SD} = 46,03 + 0,5 (1,98) = 46,03 + 0,99 = 47,02 = 47 - 48$$

$$M - 0,5 \text{ SD} = 46,03 - 0,5 (1,98) = 46,03 - 0,99 = 45,04 = 45 -46$$

$$M - 1,5 \text{ SD} = 46,03 - 1,5 (1,98) = 46,03 - 2,97 = 43,06 = 43-44 \text{ ke bawah}$$

Kualitas variabel citra lembaga kemudian dibagi ke dalam 5 kategori (stafive), yaitu sangat baik, baik, sedang, kurang dan sangat kurang. Dalam hal ini maka dibuat tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Kualitas Variabel Citra Lembaga ( $X_1$ )**

<b>Nomor</b>	<b>Interval</b>	<b>Kategori</b>
1	49 ke atas	Sangat baik
2	47 – 48	Baik
3	45 -46	Cukup Baik
4	43 – 44	Kurang
5	42 ke bawah	Sangat Kurang

Dari hasil perhitungan data diatas dapat diketahui bahwa rata-rata dari variabel citra lembaga adalah sebesar 46,03 atau jika dibulatkan menjadi 46 berada pada interval 45-46 yang artinya kualitas variabel citra lembaga pada pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati tergolong “**Cukup Baik**”.

b. Deskripsi Data Variabel Kelompok Referensi

Deskripsi data untuk mengetahui kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan memilih MTs Negeri 3 Pati diperoleh dengan cara menggunakan kuesioner sebanyak 5 item soal pernyataan. Berikut adalah hasil skor jawaban yang yang didapatkan.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Skor Kuesioner Variabel Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>)**

No Indikator	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Total Skor
	SS	S	RG	TS	STS		
1	3	36	0	44	0	82	247
2	0	15	1	64	2	82	193
3	7	47	1	27	0	82	280
4	1	19	0	61	1	82	204
5	6	73	2	1	0	82	330

Pada tabel diatas dapat dilihat mengenai jumlah skor setiap indikator pertanyaan dari 82 responden. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari variabel kelompok referensi maka dihitung dengan skor dari setiap item pernyataan adalah sebagai berikut:

- 1) Indikator Formal (lingkungan pertemanan organisasi/sekolah)  
Berdasarkan tabel 4.4 diketahui indikator pernyataan nomor 1 memiliki jumlah skor sangat setuju 3, setuju 36, ragu-ragu 0, tidak setuju sebanyak 44 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 247.
- 2) Indikator informal (kelompok persahabatan)  
Berdasarkan tabel 4.4 diketahui indikator pernyataan nomor 2 memiliki jumlah skor sangat setuju 0, setuju 15, ragu-ragu 1, tidak setuju sebanyak 64 dan sangat tidak setuju 2 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 193.

3) Indikator primer (dorongan dari keluarga)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui indikator pernyataan nomor 3 memiliki jumlah skor sangat setuju 7, setuju 47, ragu-ragu 1, tidak setuju sebanyak 27 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 280.

4) Indikator sekunder (saran dan informasi dari tetangga)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui indikator pernyataan nomor 4 memiliki jumlah skor sangat setuju 1, setuju 19, ragu-ragu 0, tidak setuju sebanyak 61 dan sangat tidak setuju 1 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 204.

5) Indikator asosiasi/disosiasi (ketertarikan dari ciri khas sekolah)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui indikator pernyataan nomor 1 memiliki jumlah skor sangat setuju 6, setuju 73, ragu-ragu 2, tidak setuju sebanyak 1 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 330.

Berdasarkan hasil perolehan skor variabel kelompok referensi yang dihitung setiap indikatornya dapat diketahui instrumen yang lebih banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah siswa memilih sekolah di MTs N 3 Pati karena berdasarkan pilihan orangtuanya dan gedung serta fasilitas sekolah cukup menarik peserta didik. Sedangkan yang memiliki jawaban sangat setuju hanya sedikit yaitu instrumen pernyataan nomor 1,2 dan 4. Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi yang didapat dari teman lingkungan organisasi maupun sekolah kurang relevan, kebanyakan siswa memilih sekolah atas keinginan sendiri bukan pengaruh dari

sahabatnya dan masyarakat sekitar belum memiliki loyalitas tinggi terhadap sekolah.

Berikut adalah hasil perhitungan skor rata-rata pada variabel kelompok referensi. Untuk mengetahui interval kelas yang didapatkan maka dibuat tabel perhitungan seperti dibawah ini:

**Tabel 4.5**

**Distribusi Skor Rata-Rata Variabel Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>)**

<b>Interval</b>	<b>Fi</b>	<b>Xi</b>	<b>FiXi</b>	<b>Xi-<math>\bar{x}</math></b>	<b>(Xi-<math>\bar{x}</math>)<sup>2</sup></b>
10 – 11	2	10,5	21	-5,12	26,23
12 – 13	17	12,5	212,5	-3,12	9,75
14 – 15	28	14,5	406	-1,12	1,26
16 – 17	16	16,5	264	0,88	0,77
18 – 19	6	18,5	111	2,88	8,28
20 – 21	13	20,5	266,5	4,88	23,80
22 – 23	2	22,5	45	7,37	54,44
Jumlah	82		1240		125,29

Mencari standar deviasi

$$\text{Varian ( } Sx^2) = \frac{(Xi-\bar{x})^2}{N-1} = \frac{125,29}{81} = 1,55$$

$$\text{Standar Deviasi (Sx)} = \sqrt{Sx^2} = \sqrt{1,55} = 1,24$$

Untuk mengetahui seberapa kualitas variabel kelompok referensi maka dapat dikategorikan dari skor mentah ke dalam standar skala lima yaitu sebagai berikut:

$$M + 1,5 SD = 15,1 + 1,5 (1,24) = 15,6 + 1,85 = 17,5 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 15,1 + 0,5 (1,24) = 15,6 + 0,62 = 16,2 - 17,4$$

$$M - 0,5 SD = 15,1 - 0,5 (1,24) = 15,6 - 0,62 = 15,0 - 16,1$$

$$M - 1,5 SD = 15,1 - 1,5 (1,24) = 15,6 - 1,85 = 13,7 - 14,9 \text{ ke bawah}$$

Kualitas variabel kelompok referensi kemudian dibagi ke dalam 5 kategori (stafive), yaitu sangat baik, baik, sedang, kurang dan sangat kurang. Dalam hal ini maka dibuat tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.6**

**Kualitas Variabel Kelompok Referensi ( $X_2$ )**

<b>Nomor</b>	<b>Interval</b>	<b>Kategori</b>
1	17,5 ke atas	Sangat baik
2	16,2 -17,4	Baik
3	15,0 – 16,1	Cukup Baik
4	13,7 – 14,9	Kurang
5	13,6 ke bawah	Sangat Kurang

Dari hasil perhitungan data diatas dapat diketahui bahwa rata-rata dari variabel kelompok referensi adalah sebesar 15,1 atau berada pada interval 15,0 – 16,1 yang artinya kualitas variabel kelompok referensi

pada pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati tergolong “**Cukup Baik**”.

c. Deskripsi Data Variabel Pengambilan Keputusan

Deskripsi data untuk variabel terikat yaitu pengambilan keputusan memilih MTs Negeri 3 Pati, diperoleh dengan cara menggunakan kuesioner sebanyak 10 item soal pernyataan. Berikut adalah hasil skor jawaban yang yang didapatkan

**Tabel 4.7**

**Hasil Skor Kuesioner Variabel Pengambilan Keputusan (Y)**

No Indikator	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Total Skor
	SS	S	RG	TS	STS		
1	8	60	3	12	0	82	313
2	4	58	5	12	0	82	301
3	1	29	3	48	0	82	226
4	0	41	8	33	0	82	254
5	0	15	3	64	0	82	197
6	4	65	7	1	0	82	303
7	2	74	4	2	0	82	322
8	0	79	3	0	0	82	325
9	4	71	6	0	1	82	323
10	3	74	5	0	0	82	326

Pada tabel diatas dapat dilihat mengenai jumlah skor setiap indikator pertanyaan dari 82 responden. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari variabel pengambilan keputusan maka dihitung dengan skor dari setiap item pernyataan adalah sebagai berikut:

- 1) Indikator pengenalan kebutuhan (sekolah memiliki program pendidikan yang saya butuhkan)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 1 memiliki jumlah skor sangat setuju 8, setuju 60, ragu-ragu 3, tidak setuju sebanyak 12 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 313.

- 2) Indikator pencarian nformasi (dari sumber pribadi/ menggali informasi sendiri)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 2 memiliki jumlah skor sangat setuju 4, setuju 58, ragu-ragu 5, tidak setuju sebanyak 12 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 301.

- 3) Indikator pencarian informasi (sumber dari luar seperti spanduk)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 3 memiliki jumlah skor sangat setuju 1, setuju 29, ragu-ragu 3, tidak setuju sebanyak 48 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 226.

- 4) Indikator pencarian informasi (dari pengalaman sendiri)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 4 memiliki jumlah skor sangat setuju 0, setuju 41, ragu-ragu 8, tidak setuju sebanyak 33 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 254.

- 5) Indikator evaluasi alternatif (lokasi sekolah dekat dan strategis)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 5 memiliki jumlah skor sangat setuju 0, setuju 15, ragu-ragu 3, tidak setuju sebanyak 64 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 197.

- 6) Indikator evaluasi alternatif (guru dan karyawan berlaku adil kepada setiap siswa)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 6 memiliki jumlah skor sangat setuju 4, setuju 65, ragu-ragu 7, tidak setuju sebanyak 1 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 303.

- 7) Indikator keputusan pembelian (kecermatan dalam mengambil keputusan)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 7 memiliki jumlah skor sangat setuju 2, setuju 74, ragu-ragu 4, tidak setuju sebanyak 2 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 322.

- 8) Indikator keputusan pembelian (faktor keterpaksaan dari orang tua)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 8 memiliki jumlah skor sangat setuju 0, setuju 79, ragu-ragu 3,

tidak setuju sebanyak 0 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 167.

9) Indikator pasca pembelian (kepuasan terhadap produk)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 9 memiliki jumlah skor sangat setuju 4, setuju 71, ragu-ragu 6, tidak setuju sebanyak 0 dan sangat tidak setuju 1 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 323.

10) Indikator pasca pembelian (merekomendasikan sekolah ke orang-orang sekitar)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui indikator pernyataan nomor 10 memiliki jumlah skor sangat setuju 3, setuju 74, ragu-ragu 5, tidak setuju sebanyak 0 dan sangat tidak setuju 0 orang. Untuk hasil total skor instrumen yaitu 326.

Berdasarkan hasil perolehan skor variabel pengambilan keputusan yang dihitung setiap indikatornya dapat diketahui instrumen yang lebih banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah pernyataan nomor 1, 2, 6, 7, 9 dan 10. Hal ini menunjukkan kualitas variabel keputusan memilih sudah baik. Sedangkan yang memiliki jawaban sangat setuju hanya sedikit yaitu instrumen pernyataan nomor 3, 4, 5 dan 8. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat promosi melalui sarana publik kurang menarik peminat sekolah, sosialisasi kepada masyarakat kurang, lokasi peserta didik rata-rata jauh dari sekolah atau sekolah lokasinya kurang strategis.

Berikut adalah hasil perhitungan skor rata-rata pada variabel pengambilan keputusan. Untuk mengetahui interval kelas yang didapatkan maka dibuat tabel perhitungan seperti dibawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Skor Rata-rata Variabel Pengambilan keputusan**  
**(Y)**

<b>Interval</b>	<b>Fi</b>	<b>Xi</b>	<b>FiXi</b>	<b>Xi-<math>\bar{x}</math></b>	<b>(Xi-<math>\bar{x}</math>)<sup>2</sup></b>
27 – 28	3	27,5	82,5	-5,78	33,41
29 – 30	10	29,5	295	-3,78	14,29
31 – 32	27	31,5	850,5	-1,78	3,17
33 – 34	16	33,5	536	0,22	0,05
35 - 36	9	35,5	319,5	2,22	4,93
37 - 38	14	37,5	525	4,22	17,80
39 - 40	2	39,5	79	6,22	38,68
41 – 42	1	41,5	41,5	8,22	67,56
<b>Jumlah</b>	<b>82</b>		<b>2729</b>		<b>179,90</b>

Mencari standar deviasi

$$\text{Varian ( } Sx^2) = \frac{(Xi-\bar{x})^2}{N-1} = \frac{179,90}{81} = 2,22$$

$$\text{Standar Deviasi (Sx)} = \sqrt{Sx^2} = \sqrt{2,22} = 1,49$$

Untuk mengetahui seberapa kualitas variabel pengambilan keputusan maka dapat dikategorikan dari skor mentah ke dalam standar skala lima yaitu sebagai berikut:

$$M + 1,5 SD = 33,28 + 1,5 (1,49) = 15,6 + 2,23 = 35,52 = 36 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 33,28 + 0,5 (1,49) = 15,6 + 0,75 = 34,03 = 34 - 35$$

$$M - 0,5 SD = 33,28 - 0,5 (1,49) = 15,6 - 0,75 = 32,54 = 33$$

$$M - 1,5 SD = 33,28 - 1,5 (1,49) = 15,6 - 2,23 = 31,05 = 31 - 32 \text{ ke bawah}$$

Kualitas variabel citra lembaga kemudian dibagi ke dalam 5 kategori (stafive), yaitu sangat baik, baik, sedang, kurang dan sangat kurang. Dalam hal ini maka dibuat tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Kualitas Variabel Pengambilan Keputusan (Y)**

Nomor	Interval	Kategori
1	36 ke atas	Sangat baik
2	34 – 35	Baik
3	33	Cukup Baik
4	31 – 32	Kurang
5	30 ke bawah	Sangat Kurang

Dari hasil perhitungan data diatas dapat diketahui bahwa rata-rata dari variabel Pengambilan Keputusan adalah sebesar 33,28

atau berada pada interval 33 yang artinya kualitas variabel kelompok referensi pada pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati tergolong “**Cukup Baik**”.

## B. Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mendapatkan data valid. Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $r_{hitung}$  berada di atas taraf signifikansi 5% dikatakan “valid” dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau  $r_{hitung}$  berada di bawah taraf signifikansi 5% dikatakan “tidak valid”.<sup>73</sup> Analisis perhitungan uji validitas ini menggunakan program aplikasi *SPSS 16.0 for windows*. Adapun hasil uji validitas data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

#### 1) Uji Validitas Instrumen Variabel Citra Lembaga ( $X_1$ )

**Tabel 4.10**  
**Analisis Validitas**

No	Validitas		Keterangan
	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	
1	0,380	0,2172	Valid
2	0,446		Valid
3	0,438		Valid
4	0,600		Valid

<sup>73</sup> Ivan Fanani Rahmadhani, *Statistik Pendidikan...*, hlm. 44.

5	0,499	Valid
6	0,297	Valid
7	0,424	Valid
8	0,483	Valid
9	0,379	Valid
10	0,454	Valid
11	0,318	Valid
12	0,338	Valid

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 3.4 diatas diketahui bahwa item soal dari nomor 1 sampai 12 jika dikonsultasikan dengan  $r_{tabel}$ , dilihat dari  $N = 82$  taraf signifikan  $5\% = 0,2172$  adalah signifikan atau nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ). Maka item soal variabel citra lembaga dinyatakan valid.

## 2) Uji Validitas Variabel Kelompok Referensi ( $X_2$ )

**Tabel 4.11**  
**Analisis Validitas**

No	Validitas		Keterangan
	$R_{hitung}$	$r_{tabel}$	
1	0,681	0,2172	Valid
2	0,707		Valid
3	0,614		Valid
4	0,805		Valid

5	0,231		Valid
---	-------	--	-------

Hasil analisis tabel 3.5 diatas menyatakan bahwa item soal dari nomor 1 sampai 5 memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) dengan melihat  $N= 82$  taraf signifikan  $5\%= 0,2172$  yang berarti valid.

3) Uji Validitas variabel pengambilan keputusan (Y)

**Tabel 4.12**  
**Analisis Validitas**

No	Validitas		Keterangan
	$R_{hitung}$	$r_{tabel}$	
1	0,481	0,2172	Valid
2	0,503		Valid
3	0,715		Valid
4	0,664		Valid
5	0,574		Valid
6	0,487		Valid
7	0,390		Valid
8	0,293		Valid
9	0,409		Valid
10	0,264		Valid

Berdasarkan tabel 3.6 Hasil uji validitas variabel pengambilan keputusan memilih (Y) menunjukkan bahwa semua butir soal adalah valid, karena memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  dengan  $N= 82$  taraf signifikan  $5\%= 0,2172$ .

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item-item yang sudah teruji validitasnya, sehingga item yang tidak valid tidak diikutsertakan. Dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS 16.0 for windows* untuk mengujinya. Hasil pengujian dari suatu instrument dikatakan reliabel apabila pengujian dari instrumen menghasilkan Cronbach Alpha.  $> 0,6$  maka instrument tersebut reliabel. Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha  $< 0,6$  menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur variabel tidak reliabel. Hasil uji realibilitas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Realibilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Citra Lembaga (X1)	0,602	Realiabel
2	Kelompok Referensi (X2)	0,638	Realiabel
3	Pengambilan Keputusan (Y)	0,604	Reliabel

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian tersebut berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas, maka dalam penelitian ini menggunakan cara uji statistik Non-Parametric Kolmogorov (K-S).<sup>74</sup> Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas yaitu dengan melihat nilai sig. jika lebih besar dari 0,05 maka dikatakan data tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh hasil sebagai berikut:

#### **Tabel 4.14**

#### **Hasil Uji Normalitas**

---

<sup>74</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis...*, hlm. 114.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		82
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.75188181
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.585
Asymp. Sig. (2-tailed)		.883

a. Test distribution is Normal.

*Sumber: Output SPSS 16.0, diolah 2021*

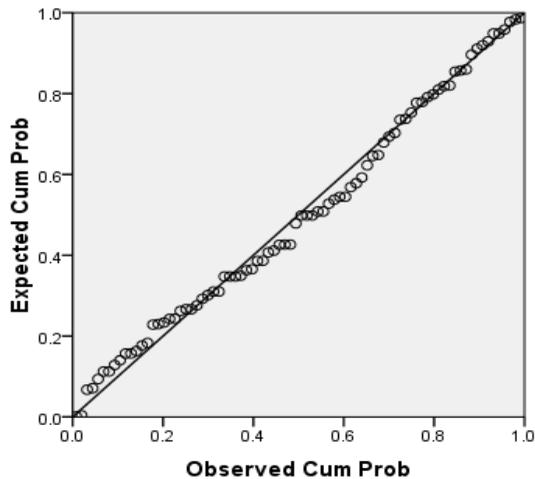
Berdasarkan tabel 4.9 diatas, hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikasi sebesar 0,883 lebih besar dari 0,05 maka hasil tersebut sudah menunjukkan distribusi yang normal.

Uji normalitas yang kedua menggunakan uji P-Plot yang digunakan untuk memperoleh hasil apakah data yang diuji tersebut berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal

jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

#### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Pengambilan Keputusan



Sumber: Output SPSS 16.0, diolah 2021

**Gambar 4.1**

#### Grafik P-plot

Hasil uji normalitas dalam gambar 4.1 grafik P-Plot di atas menunjukkan titik-titik tersebut menyebar disekitar garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel. Multikolonieritas dideteksi dengan menggunakan Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.00 maka bisa dikatakan tidak terjadi multikolonieritas.<sup>75</sup> Hal ini dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.407	4.681		3.292	.001		
Citra Lembaga	.288	.091	.323	3.149	.002	.984	1.016
Kelompok Referensi	.322	.102	.323	3.150	.002	.984	1.016

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan  
*Sumber: Output SPSS 16.0, 2021*

Dari tabel 4.11 di atas hasil uji multikolonieritas dapat diketahui bahwa nilai tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 yaitu 0,984. Jika dilihat nilai VIF masing-masing variabel sebesar 1,016 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas dalam model penelitian ini.

<sup>75</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis...*, hlm. 119.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan berbeda antara satu observasi ke observasi lain. Asumsi yang baik dalam regresi adalah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>76</sup> Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas yaitu apabila nilai signifikan alpha ( $\alpha$ ) lebih dari 5%, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi alpha kurang dari 5% maka terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.492	2.800		-1.605	.113
Citra lembaga	.103	.055	.205	1.889	.063
kelompok referensi	.124	.061	.220	2.023	.056

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Output SPSS 16.0, diolah 2021

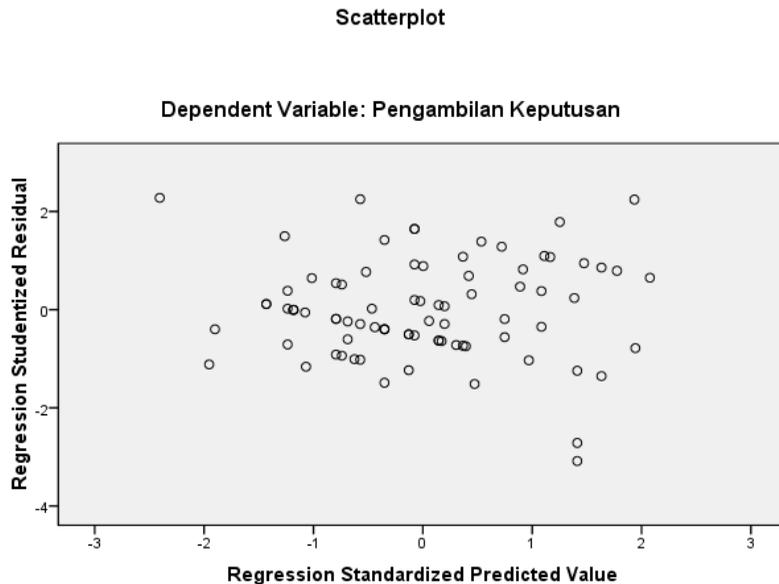
Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai signifikansi pada variabel citra lembaga ( $X_1$ ) adalah 0,063. Adapun nilai signifikansi

---

<sup>76</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis...*, hlm. 128.

pada variabel religiusitas ( $X_2$ ) adalah 0,056. Karena nilai signifikansi kedua variabel tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi  $\alpha$  sebesar 0,05 (5%), maka model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian terhadap uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji scatterplot. Uji ini dilakukan dengan melihat pola penyebaran titik-titik yang ada. Berdasarkan hasil Uji Scatterplot diperoleh gambar sebagai berikut:



*Sumber: Output SPSS 16.0, diolah 2021*

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Scatter plot**

Berdasarkan gambar 4.2 diatas yang merupakan data hasil uji dari scatterplot dapat diketahui bahwa titik-titik data yang ada pada gambar dalam penelitian ini tidak membentuk pola tertentu dan menyebar secara rata di bawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi ini.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Berganda digunakan untuk melihat pengaruh lebih dari sama dengan dua variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y). Regresi linier berganda dihitung dengan rumus  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ . Untuk mengetahui hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian menggunakan bantuan program *SPSS versi 16.0*. Hal ini dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.407	4.681		3.292	.001
Citra Lembaga	.288	.091	.323	3.149	.002
Kelompok Referensi	.322	.102	.323	3.150	.002

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber: Output SPSS 16.0, diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.13 maka dapat dibuat model persamaan regresi dengan melihat koefisien variabel pada kolom *Unstandardized Coefficients B* sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 15,407 + 0,288X_1 + 0,322X_2$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 15,407 menyatakan bahwa jika mengabaikan variabel citra lembaga ( $X_1$ ) dan kelompok referensi ( $X_2$ ), maka keputusan bergabung sebesar 15,407.
- b. Nilai koefisien citra lembaga ( $X_1$ ) ialah 0,288 bernilai positif. Hal ini berarti bahwa hubungan antara citra lembaga dengan pengambilan keputusan memilih ( $Y$ ) ialah searah. Selanjutnya, jika variabel citra lembaga meningkat 1 satuan, maka variabel pengambilan keputusan meningkat 0,288 satuan (dengan asumsi variabel bebas yang lain bernilai tetap).
- c. Nilai koefisien dan kelompok referensi ( $X_2$ ) ialah 0,322 bernilai positif. Hal ini berarti bahwa hubungan antara kelompok referensi dengan pengambilan keputusan memilih sekolah ( $Y$ ) searah. Selanjutnya, jika variabel kelompok referensi meningkat 1 satuan, maka variabel pengambilan keputusan akan mengalami kenaikan sebesar 0,322 (dengan asumsi variabel bebas yang lain bernilai tetap).

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T (Uji parsial)

Uji t dilakukan untuk menganalisis besarnya signifikansi masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil Uji t diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.407	4.681		3.292	.001
Citra Lembaga	.288	.091	.323	3.149	.002
Kelompok Referensi	.322	.102	.323	3.150	.002

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber: Output SPSS 16.0, diolah 2021

Pada tabel 4.14 diperoleh hasil uji parsial dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1990 (Taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan  $df = n - k = 82 - 2 = 80$ ). Jika nilai signifikasinya kurang dari 0,05 (5%) maka variabel bebas dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini merupakan penjelasan dari hasil uji t:

- 1) Pengaruh citra lembaga ( $X_1$ ) terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah (Y) ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  yaitu 3,149 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,990 (0,05;80) dan nilai signifikasinya sebesar 0,002 lebih kecil atau kurang dari nilai taraf signifikan yaitu 0,05. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel citra lembaga ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan memilih (Y).
- 2) Pengaruh Kelompok Referensi ( $X_2$ ) terhadap Pengambilan keputusan memilih sekolah (Y) diperoleh hasil dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,150 lebih dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,990 (0,05;80) dan nilai signifikasinya sebesar 0,002 kurang dari taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan variabel kelompok referensi ( $X_2$ ) terhadap pengambilan keputusan memilih (Y).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas dapat diketahui kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh secara parsial variabel citra lembaga ( $X_1$ ) terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati (Y) dan pada variabel kelompok referensi ( $X_2$ ) terdapat juga pengaruh secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati (Y).

b. Uji F ( Uji Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk melihat pengaruh variabel citra lembaga ( $X_1$ ) dan kelompok referensi ( $X_2$ ) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel pengambilan keputusan ( $Y$ ), serta untuk menguji model regresi tersebut signifikan atau tidak. Berikut hasil uji F yang telah dilakukan peneliti dengan bantuan program *SPSS versi 16.0* yaitu:

**Tabel 4.15**

**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	136.904	2	68.452	8.816	.000 <sup>a</sup>
Residual	613.401	79	7.765		
Total	750.305	81			

a. Predictors: (Constant), Kelompok Referensi, Citra Lembaga

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

*Sumber: Output SPSS 16.0, diolah 2021*

Pada tabel 4.15 hasil uji simultan diperoleh  $F_{hitung}$  yaitu 8,816 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  3,112 (0,05;2;82-2-1) dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,000. maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu Citra lembaga ( $X_1$ ) dan Kelompok referensi ( $X_2$ ) memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel pengambilan keputusan memilih sekolah

(Y). Dalam hal ini maka hipotesis 3 ( $H_3$ ) diterima yang berarti ada pengaruh secara signifikan antara kedua variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persen (%). Dalam output SPSS, nilai koefisien determinasi terletak pada tabel model *summery*<sup>b</sup> dan tertulis *R square*. Hasil yang diperoleh menggunakan program *SPSS 16.0* adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.427 <sup>a</sup>	.182	.162	2.786

a. Predictors: (Constant), Kelompok Referensi, Citra Lembaga

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

*Sumber: Output SPSS 16.0, diolah 2021*

Berdasarkan analisis data menggunakan alat bantu program *SPSS 16.0* dalam tabel 4.16 diperoleh hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R menunjukkan koefisien korelasi. Nilai R pada output *SPSS 16.0* adalah 0,427 yang mempunyai arti bahwa korelasi antara citra lembaga ( $X_1$ ) dan kelompok referensi ( $X_2$ ) terhadap pengambilan keputusan (Y) tergolong sedang.

2) R square menunjukkan koefisien determinasi. Nilai  $R^2$  pada output *SPSS 16.0* adalah 0,182 atau 18,2%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan variabel citra lembaga ( $X_1$ ) dan kelompok referensi ( $X_2$ ) terhadap naik turunnya variabel pengambilan keputusan (Y) adalah sebesar 18,2% dan sisanya sebesar 81,8% yang berarti dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## 5. Pembahasan

Dari berbagai pengujian yang dilakukan diatas, maka dapat diperoleh jawaban untuk masing-masing rumusan masalah dan dapat diuji hipotesis penelitian yang telah dibuat sebelumnya sebagai berikut:

a. Pengaruh Citra Lembaga terhadap Pengambilan Keputusan Memilih MTs Negeri 3 Pati.

Berdasarkan hasil Uji Parsial (Uji t) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,149 lebih dari t tabel yaitu 1,990 dan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yaitu 0,05 (5%). Dengan demikian, hipotesis yang berbunyi “Terdapat pengaruh secara signifikan antara Citra Lembaga ( $X_1$ ) terhadap Pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati (Y)” diterima atau  $H_{a1}$  diterima.

Hasil penelitian yang signifikan ini berarti menguatkan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Agung Prasetya yang berjudul “Pengaruh Citra Lembaga, Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Sma Negeri 1 Sumberrejo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial

citra lembaga (X1) berpengaruh sebesar 0,221 terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah (Y) SMA Negeri 1 Sumberrejo.<sup>77</sup>

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Imam Ariono yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor di Pt. Federal International Finance Cabang Wonosobo”. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa Citra perusahaan berpengaruh terhadap para pelaku bisnis dalam pengambilan keputusan membeli sebuah produk motor.<sup>78</sup> Hal ini dapat menunjukkan bahwa sebuah lembaga atau perusahaan jika memiliki citra yang semakin baik maka akan meningkatkan keputusan memilih sebuah produk baik dalam dunia bisnis ataupun pendidikan.

b. Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah di MTs Negeri 3 Pati

Pengaruh Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>) terhadap Pengambilan keputusan memilih sekolah (Y) diperoleh hasil dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,150 lebih dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,990 (0,05;80) dan nilai signifikasinya sebesar 0,002 kurang dari taraf signifikan sebesar

---

<sup>77</sup> Agung Prasetya yang berjudul “Pengaruh Citra Lembaga, Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Sma Negeri 1 Sumberrejo”

<sup>78</sup> Imam Ariono, Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor di Pt. Federal International Finance Cabang Wonosobo, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPKM)* (Volume 1 ISSN(online): 2614-3763, 2018) hlm. 1.

0,05. Dengan demikian, hipotesis yang berbunyi “Terdapat pengaruh secara signifikan antara Kelompok referensi ( $X_2$ ) terhadap Pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati (Y)” diterima atau tolak  $H_{02}$ .

Kelompok referensi terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Ada beberapa jenis kelompok referensi yaitu kelompok formal dan informal, kelompok primer dan sekunder serta kelompok aspirasi dan disosiasi. Dari sudut pandang pemasaran, kelompok referensi merupakan kelompok yang dianggap sebagai kerangka acuan bagi para individu dalam pengambilan keputusan pembelian atau konsumsi mereka.<sup>79</sup> Kelompok referensi digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon efektif, kognitif dan perilaku. Kelompok referensi akan memberikan standar nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ivana Megasari dan Finisica Dwijayati Patrikha yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kelompok Referensi dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK PGRI 13 Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (Uji

---

<sup>79</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 305.

- t) kelompok referensi ( $X_2$ ) berpengaruh sebesar 6,289 terhadap keputusan siswa memilih SMK PGRI 13 Surabaya.<sup>80</sup>
- c. Pengaruh Citra Lembaga dan Kelompok Referensi secara bersama-sama (simultan) terhadap pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati.

Pengaruh secara simultan adalah pengaruh dari beberapa variabel bebas yang secara bersama-sama menimbulkan pengaruh terhadap variabel terikat. Penelitian ini menunjukkan pengaruh variabel Citra lembaga dan Kelompok referensi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati.

Hasil uji simultan diperoleh  $F_{hitung}$  yaitu 8,816 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  3,112 (0,05;2;82-2-1) dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,000. maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu Citra lembaga ( $X_1$ ) dan Kelompok referensi ( $X_2$ ) memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel pengambilan keputusan memilih sekolah ( $Y$ ). Dalam hal ini maka hipotesis 3 ( $H_3$ ) diterima yang berarti ada pengaruh secara signifikan antara kedua variabel independen terhadap variabel dependen.

Sedangkan dari hasil koefisien determinasi yaitu Nilai  $R^2$  pada output *SPSS 16.0* adalah sebesar 0,182 atau 18,2%. Hal ini

---

<sup>80</sup> Ivana Megasari dan Finisica Dwijayati Patrikha, Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kelompok Referensi dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK PGRI 13 Surabaya, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 03 Nomor 03 Tahun 2017, hlm. 1.

menunjukkan bahwa sumbangan variabel citra lembaga ( $X_1$ ) dan kelompok referensi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap naik turunnya variabel pengambilan keputusan ( $Y$ ) sebesar 18,2% dan sisanya sebesar 81,8% yang berarti dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini jauh dari kata sempurna, mengingat penulis belum mempunyai pengalaman dalam menulis karya ilmiah dan karena keterbatasan peneliti dalam hal pengetahuan, kemampuan berpikir menulis serta sulitnya menemui responden dikarenakan masa Pandemi Covid-19.
2. Data yang dianalisis dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang berdasarkan pada persepsi jawaban responden, sehingga mengandung kemungkinan timbulnya masalah jika persepsi responden berbeda dengan keadaan sesungguhnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas variabel citra lembaga pada pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati tergolong “Cukup Baik” dengan nilai rata-rata sebesar 46,03 atau jika dibulatkan menjadi 46 berada pada interval 45-46. Sementara itu hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan nilai koefisien citra lembaga ( $X_1$ ) ialah 0,288 bernilai positif. Hal ini berarti bahwa hubungan antara citra lembaga dengan pengambilan keputusan memilih ( $Y$ ) ialah searah. Sedangkan berdasarkan hasil Uji Parsial (Uji  $t$ ) diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 3,149 lebih dari  $t$  tabel yaitu 1,990 dan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yaitu 0,05 (5%). Dengan demikian, hipotesis yang berbunyi “Terdapat pengaruh secara signifikan antara Citra Lembaga ( $X_1$ ) terhadap Pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati ( $Y$ )” diterima atau  $H_{a1}$  diterima.
2. Berdasarkan hasil rata-rata variabel kelompok referensi yaitu sebesar 15,1 atau berada pada interval 15,0 – 16,1 artinya variabel kelompok referensi cukup mempengaruhi pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati. Sementara itu pada hasil analisis regresi berganda, nilai koefisien kelompok referensi ( $X_2$ ) ialah 0,322 bernilai positif. Hal ini berarti bahwa hubungan antara kelompok referensi

dengan pengambilan keputusan memilih sekolah (Y) searah. Kemudian pada hasil uji parsial (uji t) diperoleh hasil dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,150 lebih dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,990 (0,05;80) dan nilai signifikasinya sebesar 0,002 kurang dari taraf signifikan sebesar 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang berbunyi “Terdapat pengaruh secara signifikan antara Kelompok referensi ( $X_2$ ) terhadap Pengambilan keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati (Y)” diterima atau tolak  $H_{o2}$ .

3. Hasil uji simultan diperoleh  $F_{hitung}$  yaitu 8,816 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  3,112 (0,05;2;82-2-1) dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,000. maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu Citra lembaga ( $X_1$ ) dan Kelompok referensi ( $X_2$ ) memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel pengambilan keputusan memilih sekolah (Y). Dalam hal ini maka hipotesis 3 ( $H_3$ ) diterima yang berarti ada pengaruh secara signifikan antara kedua variabel independen terhadap variabel dependen.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh citra lembaga dan kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan memilih MTs Negeri 3 Pati, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen penelitian ini atau mengganti dengan variabel lain yang disinyalir dapat memberikan sumbangan yang lebih besar dalam mempengaruhi keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 3 Pati.

Serta perlu mengkaji lebih lanjut mengenai variabel informasi perilaku konsumen yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Dengan demikian, hasil yang akan didapat diharapkan lebih akurat.

## 2. Bagi Lembaga Pendidikan

Pihak sekolah disarankan lebih meningkatkan sikap keramahan dalam memberi respon siswanya, mengadakan pertemuan dengan orang tua siswa dengan waktu yang terstruktur, pihak guru maupun karyawan disarankan agar maksimal dan lebih tegas dalam menggapai permasalahan siswa, siswa tidak disiplin dan peringatan untuk siswa yang melanggar tata tertib. Kemudian tingkat promosi melalui sarana publik lebih ditingkatkan agar menarik bagi calon siswa, hubungan kepada masyarakat lebih ditingkatkan agar masyarakat memiliki loyalitas yang tinggi terhadap sekolah.

## C. Kata Penutup

Puji syukur Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, hal tersebut semata-mata bukan kesengajaan, akan tetapi keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, untuk itu penulis mengharapakan kritik dan saran untuk perbaikan hasil yang telah didapat.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memotivasi serta tak lupa memohon petunjuk dan bimbingan kepada Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Aamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Adriza, 2015. *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi yang Berbasis Vokasi (Dilengkapi dengan Hasil Penelitian Menggunakan SEM)*, Yogyakarta: Deepublish
- Alma, Buchari. 2003. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Dagun, Save M. 2006. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN)
- Gunawan, Ce. 2020. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), offline.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 dan 2, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jilid I, Jakarta: Prenhallindo, Muhaimin, dkk, 2012. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Kurniawan, Robert dan Yuniarto, Budi. 2016. *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*, Edisi Pertama. Jakarta : Kencana
- Mangkunegara , Anwar Prabu. 2002. *Prilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditam.
- Muri, Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group
- Nawari, 2010. *Analisis Regresi dengan Ms Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: Gramedia

- Nuryanto, Sanityas , 2018. *Analisis Faktor Keputusan Penggunaan Jasa Pendidikan Pra Sekolah Pada TK Alyssa Bogor*, Bogor: IPB
- Qomusuddin, Ivan Fanani. 2019. *Statistik Pendidikan (Lengkap dengan Aplikasi IBM SPSS Statistic 20.0)*. Yogyakarta: Deepublish
- Riduwan, 2012. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sarwono, Sarlito. 2012. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Schiffman, L.G. dan L.L. Kanuk, 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-7. Jakarta: Indeks.
- Sireger, Sofian. 2017. *Metode Penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2012. *Dasar-Dasar Publik Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suwarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia
- Syamsi, Ibnu. 2007. *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Yessy, Nur Endah Sary. 2015. *Buku Ajar Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Parama Publishing.

## JURNAL

- Ariono, Imam. Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor di Pt. Federal International Finance Cabang Wonosobo, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPKM)*, Volume 1 ISSN (online): 2614-3763, 2018.

Bafadhol, Ibrahim. Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia *Jurnal Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 06 No.11, Januari 2017.

Erlangga, Aegis Dhimas dkk., Pengaruh Motivasi, Citra Lembaga, Keluarga, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan Jasa Kursus *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 17 Edisi Khusus April 2017.

Gazali, Marlina. Optimalisasi Peran Lembaga Pendidikan Untuk Mencerdaskan Bangsa *Jurnal Al-Ta'dib*, Vol. 6 No. 1 Januari-Juni, 2013.

Rakhmawati, Ikke Yuni dan Sudarwanto, Tri. Pengaruh Citra Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 9 No 2, Tahun 2021.

Realina, Daniel Tamburian. Pengaruh Peran PR Terhadap Reputasi Perusahaan Operator Selular *Jurnal Prologia*, Vol. 3 No.2 , Desember 2019.

#### REFERENSI INTERNET

<https://referensi.data.kemdikbud.go.id> diakses pada Jum'at, 12 Februari 2021 pukul 16.07 WIB

Imam Mulyana Dwi Suwandi, Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran [www.eiman.uni.cc](http://www.eiman.uni.cc) diakses pada 7 Februari 2021 pukul 10.42 WIB

#### SKRIPSI

Abidin, M. Zainal. "Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Mudharabah". Skripsi – UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014.

Fradito, Aditia "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus di SD Islam Surya Buana dan MIN 02 Malang)", Skripsi – UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016.

Dokumen

MTs N 3 Pati, file dokumen profil MTs Negeri 3 Pati, 2021.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Instrumen Penelitian

#### ANGKET (KUESIONER)

“PENGARUH CITRA LEMBAGA DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH DI MTs NEGERI 3 PATI”

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir Skripsi saya Anis Fitria Mahasiswi UIN Walisongo Semarang mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Setiap jawaban yang saudara/i berikan akan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan tugas skripsi saya. Untuk itu, terima kasih banyak saya ucapkan atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner ini.

#### A. Identitas Responden

Nama :  
Kelas :  
Alamat :  
Usia : Tahun.  
Jenis Kelamin : Laki-laki/ Perempuan  
No. HP aktif :

(akan ada giveaway pulsa Rp. 30.000,- untuk 3 siswa yang beruntung ☺, jadi mohon sangat bantuannya dari adik-adik sekalian. Terimakasih)

#### B. Petunjuk Pengisian

Pada angket ini tidak ada jawaban benar ataupun salah. Siswa/siswi dimohon menjawab secara jujur dengan memberi tanda checklist (√) pada kolom sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Pada jawaban yang tersedia dari mulai skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju). Masing-masing pilihan jawaban memiliki makna sebagai berikut:

SS	= Sangat Setuju	diberi skor 5
S	= Setuju	diberi skor 4
RG	= Ragu-ragu	diberi skor 3
TS	= Tidak Setuju	diberi skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor 1

No.	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	RG	TS	STS
<b>Variabel Citra Lembaga</b>						
1.	Saya yakin bisa belajar dengan baik di MTs Negeri 3 Pati.					
2.	Saya bisa memahami pelajaran di sekolah karena gurunya mempunyai cara mengajar yang baik dan menarik.					
3.	Biaya pendidikan di MTs N 3 Pati tidak mahal.					
4.	MTs N 3 Pati merupakan sekolah yang paling diminati di wilayah Kecamatan Gembong.					
5.	Guru dan pegawai di MTs Negeri menanggapi dengan					

	ramah ketika saya bertanya mengenai peraturan sekolah.					
6.	Saya merasa bangga sekolah di MTs N 3 Pati karena banyak siswa yang mendapat juara dalam perlombaan sehingga mempengaruhi nama baik sekolah.					
7.	Sekolah mempunyai kegiatan rutin atau rapat bersama dengan orang tua siswa dalam waktu tertentu.					
8.	Pihak guru maupun karyawan MTs N 3 Pati dengan cepat membantu ketika saya atau siswa lain mempunyai masalah atau sakit di sekolah.					
9.	Guru dan karyawan selama sekolah aktif selalu tepat waktu, ramah dan menggunakan bahasa yang baik dan benar dalam mengajar.					

10.	Ketika saya tidak memakai seragam yang lengkap akan diberi peringatan dan sanksi oleh guru.					
11.	Nama sekolah MTs Negeri 3 Pati mempengaruhi saya dalam memilih sekolah tersebut.					
12.	Seragam batik khas sekolah bagus dan menarik bagi saya.					
<b>Variabel Kelompok Referensi</b>						
1.	Menurut teman-teman di sekitar saya MTs Negeri 3 Pati merupakan sekolah yang memiliki sarana dan guru-guru yang berkualitas.					
2.	Saya sebelumnya tidak tahu referensi untuk melanjutkan sekolah kemudian mengikuti sahabat saya memilih MTs Negeri 3 Pati.					
4.	Saya memutuskan sekolah di MTs Negeri 3 Pati karena perintah dari Orang tua.					

5.	Saya mempunyai tetangga lulusan dari MTs Negeri 3 Pati yang menyarankan agar saya memilih sekolah tersebut.					
6.	Saya tertarik sekolah di MTs Negeri 3 Pati karena melihat gedungnya yang bagus.					
<b>Variabel Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah</b>						
1.	Saya yakin memilih MTs N 3 Pati karena sesuai dengan sekolah yang saya inginkan.					
2.	Saya memilih MTs N 3 Pati karena melihat lulusan sekolah tersebut banyak yang berprestasi.					
3.	Saya tertarik sekolah di MTs N 3 Pati karena iklan, spanduk dan brosur yang saya lihat.					
4.	Saya memilih MTs N 3 Pati karena mendengar informasi dan pengalaman dari tetangga dan keluarga.					

5.	Lokasi sekolah dekat dengan tempat tinggal saya.					
6.	Para guru dan karyawan di MTs N 3 Pati berlaku adil terhadap saya dan siswa lain tanpa memandang kelebihan tertentu.					
7.	Saya yakin memilih sekolah di MTs N 3 Pati setelah membandingkan sekolah tersebut dengan sekolah lain yang saya pilih.					
8.	Saya memutuskan sekolah di MTs N 3 Pati terpaksa karena keinginan kedua orangtua saya.					
9.	Saya merasa puas dengan pendidikan yang diberikan oleh guru-guru di MTs N 3 Pati.					
10.	Saya akan merekomendasikan sekolah ini ke beberapa orang terdekat dan orang lain.					

## Lampiran 2 : Jawaban Responden

### ANGKET (KUESIONER)

"PENGARUH CITRA LEMBAGA DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH DI MTs NEGERI 3 PATI"

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir Skripsi saya Anis Fitriah Mahasiswi UIN Walisongo Semarang mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Setiap jawaban yang saudara/i berikan akan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan tugas skripsi saya. Untuk itu, terima kasih banyak saya ucapkan atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner ini.

#### A. Identitas Responden

Nama : INDIRA AULIA TRIHARJUTI  
 Kelas : X - C  
 Alamat : Di Pegadung 02/06 kec. gentong PATI  
 Usia : 14 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki/ Perempuan  
 No. HP aktif : 081 5386575011

(akan ada giveaway pulsa Rp. 30.000,- untuk 3 siswa yang beruntung @, jadi mohon sangat bantuannya dari adik-adik sekalian. Terimakasih)

#### B. Petunjuk Pengisian

Pada angket ini tidak ada jawaban benar ataupun salah. Siswa/siswi dimohon menjawab secara jujur dengan memberi tanda checklist (✓) pada kolom sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Pada jawaban yang tersedia dari mulai skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju). Masing-masing pilihan jawaban memiliki makna sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju                      diberi skor 5  
 S = Setuju                                      diberi skor 4  
 RG = Ragu-ragu                              diberi skor 3  
 TS = Tidak Setuju                              diberi skor 2  
 STS = Sangat Tidak Setuju                      diberi skor 1

No.	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	RG	TS	STS
<b>Variabel Citra Lembaga</b>						
1	MTs N 3 Pati adalah sebuah lembaga yang terpercaya dalam bidang pendidikan	✓				

2.	MTs N 3 Pati adalah sekolah yang berkualitas.		✓			
3.	Biaya pendidikan di MTs N 3 Pati terjangkau.		✓			
4.	MTs N 3 Pati merupakan sekolah yang memiliki reputasi paling baik didaerahnya		✓			
5.	Saya sekolah di MTs Negeri 3 Pati karena kualitasnya terjamin baik pendidikan maupun agamanya		✓			
6.	Pihak sekolah selalu berusaha meningkatkan mutu pendidikannya		✓			
7.	MTs N 3 Pati merupakan sekolah yang mempunyai tanggung jawab sosial dalam masyarakat.		✓			
8.	Pelayanan di MTs N 3 Pati baik, adil dan jujur.		✓			
9.	Perilaku yang baik selalu diterapkan di sekolah MTs N 3 Pati.		✓			
10.	Di MTs N 3 Pati dijamin disiplin dan keamanannya.		✓			
11.	Nama sekolah mempengaruhi saya dalam memilih sekolah tersebut.				✓	
12.	Seragam batik khas sekolah cukup menarik.		✓			
<b>Variabel Kelompok Referensi</b>						
1.	Saya memilih MTs N 3 Pati karena saran dari teman sekolah sebelumnya.				✓	
2.	Saya memilih sekolah di MTs N 3 Pati karena dorongan sahabat					✓
3.	Saya minat untuk sekolah di MTs N 3 Pati karena mengikuti sahabat saya.					✓
4.	Sekolah di MTs N 3 Pati karena pengaruh dari keluarga				✓	
5.	Informasi mengenai sekolah dari tetangga membuat saya tertarik untuk sekolah di MTs N 3 Pati				✓	

6.	Baju seragam dan penampilan siswa di MTs N 3 Pati cukup menarik.		✓			
<b>Variabel Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah</b>						
1.	Saya yakin memilih MTs N 3 Pati karena sesuai dengan sekolah yang saya inginkan		✓		✓	
2.	Saya memilih MTs N 3 Pati karena melihat prestasi lulusan sekolah tersebut.		✓			
3.	Saya tertarik sekolah di MTs N 3 Pati karena iklan, spanduk dan brosur yang saya lihat					✓
4.	Saya memilih MTs N 3 Pati karena mendengar informasi dan pengalaman dari tetangga dan keluarga.					✓
5.	Lokasi sekolah dekat dengan tempat tinggal saya.					✓
6.	Pelayanan di sekolah tersebut baik dan berkualitas.		✓			
7.	Saya yakin memilih sekolah di MTs N 3 Pati setelah mempertimbangkan beberapa faktor.					✓
8.	Saya memutuskan sekolah di MTs N 3 Pati karena dipaksa.					✓
9.	Saya merasa puas dengan jasa pendidikan di sekolah MTs N 3 Pati		✓			
10.	Saya akan merekomendasikan sekolah ini ke beberapa orang terdekat dan orang lain		✓			

### Lampiran 3: Hasil Skor Jawaban Kuesioner

no. Res	no Item										total		
1	4				4	4	3	4	4	4	2	5	43
2	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	43
3	4	4	4	5	4	2	4	3	2	2	4	4	43
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	50
5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	52
6	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	53
7	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	46
8	5	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	45
9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	45
10	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	45
11	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	44
12	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	45
13	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	42
14	5	4	3	3	3	4	3	4	2	2	3	4	40
15	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	42
16	3	5	5	4	4	2	3	4	3	4	2	3	39
17	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	46
18	3	5	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	44
19	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	47
20	5	3	3	3	5	4	4	2	3	4	3	4	45
21	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	49
22	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	47
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	48
24	5	5	3	5	3	4	3	3	4	4	4	4	47
25	4	5	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	46
26	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	48
27	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	47
28	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	47
29	4	4	3	3	3	3	5	3	4	3	4	4	45
30	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	44
31	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	42
32	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	4	42
33	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	48
34	3	4	5	4	2	3	4	4	3	3	4	3	42
35	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	55
36	4	5	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	50
37	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
38	5	5	4	4	5	3	4	2	4	4	4	4	47
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
40	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	47
41	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	48
42	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	48
43	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	49
44	4	4	4	4	5	4	3	5	3	4	3	4	47
45	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
46	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	48
47	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	44
48	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	46
49	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	42
50	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	44
51	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	4	3	32
52	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	45
53	5	5	3	3	3	3	3	4	3	5	3	4	45
54	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	47
55	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
56	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	44
57	5	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	5	49
58	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	46
59	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	46
60	3	5	3	4	4	4	5	4	2	2	4	3	43
61	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	47
62	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	50
63	4	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	47
64	4	5	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	44
65	4	5	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	46
66	3	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	47
67	4	5	4	3	4	3	4	2	5	3	4	4	45
68	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	49
69	5	5	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	45
70	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	48
71	4	4	5	4	3	5	4	4	3	3	4	4	48
72	5	5	4	3	4	3	2	2	3	3	3	5	42
73	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	48
74	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	54
75	5	5	5	4	2	4	4	4	4	2	4	5	48
76	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	48
77	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	49
78	2	5	5	4	4	3	3	3	4	3	4	5	45
79	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	47
80	4	5	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	49
81	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	35
82	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	46

no resp.	no Item					total
	1	2	3	4	5	
1	4	2	4	2	4	16
2	2	2	4	2	4	14
3	4	4	4	2	4	20
4	2	2	4	2	4	14
5	4	2	2	5	4	17
6	2	2	4	2	4	14
7	4	2	4	2	4	16
8	2	2	5	2	3	14
9	2	2	2	2	4	12
10	4	2	4	2	4	16
11	4	4	4	4	4	20
12	2	2	2	2	4	12
13	2	2	4	2	4	14
14	4	4	4	4	4	20
15	2	2	2	2	4	12
16	2	2	2	2	4	12
17	4	2	2	5	4	17
18	4	2	4	2	4	16
19	2	4	4	2	3	15
20	4	2	2	2	4	14
21	2	4	2	2	4	14
22	5	2	2	2	4	15
23	2	2	4	2	5	15
24	4	2	4	2	4	16
25	2	2	4	4	4	16
26	4	2	4	4	5	19
27	2	2	2	2	4	12
28	2	2	4	2	4	14
29	4	2	4	4	4	18
30	4	2	2	2	4	14
31	2	2	4	2	4	14
32	4	4	5	4	4	21
33	5	2	4	2	4	17
34	4	4	5	4	5	22
35	4	2	2	2	4	14
36	2	2	4	2	4	14
37	2	2	5	2	4	15
38	2	2	4	2	4	14
39	4	4	4	2	4	18
40	2	2	4	2	4	14
41	2	2	4	4	4	16
42	2	2	4	2	4	14
43	2	2	4	2	4	14
44	2	2	2	2	4	12
45	2	2	2	2	4	12
46	4	4	4	4	4	20
47	2	4	4	2	4	16
48	4	4	4	4	4	20
49	4	2	4	2	4	16
50	2	2	4	2	4	14
51	4	2	2	2	4	14
52	4	2	4	2	4	16
53	4	2	4	2	5	17
54	2	2	2	2	4	12
55	4	2	2	2	4	14
56	4	2	2	2	4	14
57	4	4	4	4	4	20
58	5	2	2	2	4	15
59	2	2	2	2	4	12
60	4	2	2	2	4	14
61	2	2	4	2	4	14
62	2	2	5	2	5	16
63	4	4	4	4	4	20
64	2	2	2	2	4	12
65	2	2	2	2	4	12
66	4	4	4	4	4	20
67	2	2	2	2	4	12
68	4	2	3	4	4	17
69	2	2	2	2	3	11
70	2	2	2	2	4	12
71	2	2	4	2	4	14
72	4	2	4	4	5	19
73	2	2	2	2	4	12
74	2	2	4	2	4	14
75	4	4	4	4	4	20
76	2	3	4	2	3	14
77	2	2	2	2	4	12
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	2	2	4	2	4	14
81	2	2	4	4	4	16
82	2	2	2	2	4	12

no	Item										
resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	2	3	2	4	4	2	4	4	33
2	5	4	4	2	2	4	4	2	4	4	35
3	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	34
4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	36
5	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
6	5	5	4	4	2	5	4	2	5	4	40
7	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	34
8	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
9	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	34
10	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	33
11	2	3	3	4	4	4	4	2	3	4	33
12	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	37
13	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	36
14	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
15	4	4	3	2	2	4	4	2	4	4	33
16	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
17	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
18	4	3	2	3	2	3	4	3	4	3	31
19	4	2	2	2	2	4	4	2	4	4	30
20	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	34
21	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	34
22	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
23	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
24	5	4	4	4	2	4	4	2	4	4	37
25	5	4	2	2	2	4	4	2	4	4	33
26	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	36
27	5	5	4	4	2	5	4	2	4	4	39
28	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
29	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	30
30	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	34
31	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
32	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
33	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
34	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
35	4	5	2	2	2	5	4	2	4	4	34
36	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
37	2	4	2	4	2	4	4	2	4	4	32
38	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
39	2	4	2	3	2	3	3	2	4	4	29
40	5	4	4	4	2	5	4	2	4	4	38
41	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	36
42	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
43	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
44	3	4	2	4	3	3	4	2	4	3	32
45	2	4	2	2	2	4	4	2	4	4	30
46	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	32
47	4	2	2	2	2	4	4	2	4	4	30
48	5	4	2	4	2	4	4	2	4	4	35
49	2	4	2	4	2	4	4	2	4	4	32
50	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	36
51	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	36
52	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	34
53	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
54	4	2	2	2	2	4	4	2	4	4	30
55	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
56	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	30
57	2	4	2	2	2	4	4	2	4	4	30
58	2	4	2	2	2	4	4	2	4	4	30
59	4	5	4	4	4	5	4	2	5	5	42
60	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	28
61	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
62	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	34
63	3	2	2	3	2	3	3	2	3	4	27
64	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
65	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
66	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
67	4	4	4	3	2	3	4	2	4	4	34
68	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
69	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	36
70	2	3	2	2	2	4	4	2	4	4	29
71	4	4	2	3	2	4	3	2	4	4	32
72	4	4	4	3	2	3	3	2	4	4	33
73	2	4	2	2	4	4	4	2	4	4	32
74	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
75	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	32
76	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	32
77	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	32
78	4	3	4	3	2	4	4	2	2	4	32
79	4	2	2	2	2	4	2	3	3	4	28
80	5	2	5	4	2	5	4	2	4	4	37
81	4	2	4	2	2	4	4	2	4	4	32
82	4	2	4	2	2	4	4	2	4	4	32

## Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian

### a. Variabel Kelompok Referensi (X2)

**Correlations**

		x1	x2	x3	x4	x5	x
x1	Pearson Correlation	1	.318**	.137	.397**	.202	.678**
	Sig. (2-tailed)		.004	.220	.000	.069	.000
	N	82	82	82	82	82	82
x2	Pearson Correlation	.318**	1	.297**	.611**	-.080	.710**
	Sig. (2-tailed)	.004		.007	.000	.475	.000
	N	82	82	82	82	82	82
x3	Pearson Correlation	.137	.297**	1	.349**	.141	.644**
	Sig. (2-tailed)	.220	.007		.001	.206	.000
	N	82	82	82	82	82	82
x4	Pearson Correlation	.397**	.611**	.349**	1	.205	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.065	.000
	N	82	82	82	82	82	82
x5	Pearson Correlation	.202	-.080	.141	.205	1	.298**
	Sig. (2-tailed)	.069	.475	.206	.065		.007
	N	82	82	82	82	82	82
X	Pearson Correlation	.678**	.710**	.644**	.802**	.298**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.007	
	N	82	82	82	82	82	82

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	5

### b. Variabel Citra Lembaga (X1)

**Correlations**

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	X	
x1	Pearson Correlation	1	-.098	-.050	.115	.145	.079	.122	.127	.169	.142	-.003	.024	.341**
	Sig. (2-tailed)		.382	.657	.302	.195	.483	.275	.254	.129	.204	.976	.827	.002
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x2	Pearson Correlation	-.098	1	.217	.120	.036	.219*	.155	.024	.068	.117	.069	.030	.392**
	Sig. (2-tailed)	.382		.051	.284	.746	.048	.165	.832	.543	.297	.541	.790	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x3	Pearson Correlation	-.050	.217	1	.249*	.009	.049	.186	.302**	.127	.043	.093	.314**	.463**
	Sig. (2-tailed)	.657	.051		.024	.938	.663	.095	.006	.256	.704	.403	.004	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x4	Pearson Correlation	.115	.120	.249*	1	.056	.309**	.133	.300**	.143	.168	.278*	.289**	.590**
	Sig. (2-tailed)	.302	.284	.024		.616	.005	.234	.006	.201	.132	.011	.008	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x5	Pearson Correlation	.145	.036	.009	.056	1	.161	.153	.031	.021	.199	.117	.101	.430**
	Sig. (2-tailed)	.195	.746	.938	.616		.147	.169	.781	.849	.073	.295	.369	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x6	Pearson Correlation	.079	.219*	.049	.309**	.161	1	.255*	.115	-.169	.135	.236*	.027	.460**
	Sig. (2-tailed)	.483	.048	.663	.005	.147		.021	.301	.130	.228	.032	.810	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x7	Pearson Correlation	.122	.155	.186	.133	.153	.255*	1	.113	.049	.137	-.043	-.192	.415**
	Sig. (2-tailed)	.275	.165	.095	.234	.169	.021		.311	.660	.221	.702	.085	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x8	Pearson Correlation	.127	.024	.302**	.300**	.031	.115	.113	1	.131	.136	.240*	.174	.522**
	Sig. (2-tailed)	.254	.832	.006	.006	.781	.301	.311		.240	.223	.030	.119	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

x9	Pearson Correlation	.169	.068	.127	.143	.021	-.169	.049	.131	1	.005	.003	.185	.342**
	Sig. (2-tailed)	.129	.543	.256	.201	.849	.130	.660	.240		.966	.980	.095	.002
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x10	Pearson Correlation	.142	.117	.043	.168	.199	.135	.137	.136	.005	1	.033	.167	.411**
	Sig. (2-tailed)	.204	.297	.704	.132	.073	.228	.221	.223	.966		.772	.135	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x11	Pearson Correlation	-.003	.069	.093	.278*	.117	.236*	-.043	.240*	.003	.033	1	.098	.379**
	Sig. (2-tailed)	.976	.541	.403	.011	.295	.032	.702	.030	.980	.772		.381	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x12	Pearson Correlation	.024	.030	.314**	.289**	.101	.027	-.192	.174	.185	.167	.098	1	.402**
	Sig. (2-tailed)	.827	.790	.004	.008	.369	.810	.085	.119	.095	.135	.381		.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x	Pearson Correlation	.341**	.392**	.463**	.590**	.430**	.460**	.415**	.522**	.342**	.411**	.379**	.402**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.602	12

c. Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

**Correlations**

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x
x1 Pearson Correlation	1	.043	.264*	.121	-.045	.382**	.114	-.104	.242*	.060	.481**
Sig. (2-tailed)		.705	.017	.278	.687	.000	.309	.353	.029	.591	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x2 Pearson Correlation	.043	1	.146	.169	.203	.205	.175	-.258*	.369**	.140	.503**
Sig. (2-tailed)	.705		.190	.128	.067	.064	.116	.019	.001	.211	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x3 Pearson Correlation	.264*	.146	1	.428**	.358**	.229*	.170	-.160	.070	.183	.715**
Sig. (2-tailed)	.017	.190		.000	.001	.038	.126	.151	.534	.100	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x4 Pearson Correlation	.121	.169	.428**	1	.436**	.068	.162	-.087	.051	.006	.664**
Sig. (2-tailed)	.278	.128	.000		.000	.542	.147	.438	.647	.959	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x5 Pearson Correlation	-.045	.203	.358**	.436**	1	.031	.148	-.101	.044	.115	.574**
Sig. (2-tailed)	.687	.067	.001	.000		.785	.184	.368	.695	.303	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x6 Pearson Correlation	.382**	.205	.229*	.068	.031	1	.292**	-.303**	.399**	.461**	.487**
Sig. (2-tailed)	.000	.064	.038	.542	.785		.008	.006	.000	.000	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x7 Pearson Correlation	.114	.175	.170	.162	.148	.292**	1	-.453**	.304**	-.018	.390**
Sig. (2-tailed)	.309	.116	.126	.147	.184	.008		.000	.005	.870	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x8 Pearson Correlation	-.104	-.258*	-.160	-.087	-.101	-.303**	-.453**	1	-.327**	-.328**	-.293**
Sig. (2-tailed)	.353	.019	.151	.438	.368	.006	.000		.003	.003	.008

	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x9	Pearson Correlation	.242*	.369**	.070	.051	.044	.399**	.304**	-.327**	1	.166	.409**
	Sig. (2-tailed)	.029	.001	.534	.647	.695	.000	.005	.003		.136	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x10	Pearson Correlation	.060	.140	.183	.006	.115	.461**	-.018	-.328**	.166	1	.264*
	Sig. (2-tailed)	.591	.211	.100	.959	.303	.000	.870	.003	.136		.017
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
x	Pearson Correlation	.481**	.503**	.715**	.664**	.574**	.487**	.390**	-.293**	.409**	.264*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.017	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.604	10

## Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
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 -1148/Un.10.3/D.1/PG.00/05/2021  
Lamp : -  
Hal : Mohon Izin Riset

Semarang, 29 Juli 2021

Kepada Yth.  
Kepala Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Pati  
Di Tempat

*Assalamu'alaikum. Wr. Wb*

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

Nama : Anis Fitria  
NIM : 1703036037  
Alamat : Ds. Pohgading RT 2/RW 05, Kec. Gembong Kab. Pati  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Lembaga dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah di MTs Negeri 3 Pati.

Pembimbing :

1. Drs. H. Abdul Wahid, M.Ag.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya yang bersangkutan di berikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama bulan Agustus 2021. Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.*

A.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Junaedi, M. Ag

NIP: 196903201998031004

Tembusan:

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

## Lampiran 6 : Surat Keterangan Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN PATI  
MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 3 PATI  
Alamat : Jl.Raya Pati-Gembong Km.10 Kode Pos 59162 (0295)5500667  
e-mail: [mtsngembong@jateng.kemendag.go.id](mailto:mtsngembong@jateng.kemendag.go.id)

### SURAT KETERANGAN

Nomor : 349/mts.11.18.03/KP.00.2/09/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. H. Supalal, M.Pd.  
NIP : 19611120 199103 1 002  
Jabatan : Kepala MTs Negeri 3 Pati

Menerangkan bahwa :

Nama : Anis Fitria  
NIM : 1703036037  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Perguruan Tinggi: UIN Walisongo Semarang

Benar-benar telah melaksanakan penelitian di MTs Negeri 3 Pati dalam rangka menyusun skripsi dengan judul : “ Pengaruh Citra Lembaga dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih MTs N 3 Pati” selama bulan Juli 2021.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pati, 30 September 2021



## Lampiran 7 : Dokumentasi



Gambar 6.1 Halaman MTs N 3 Pati



Gambar 6.2 Izin Penelitian dengan Ka. TU

## RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Anis Fitria
2. Tempat & Tgl. Lahir : Pati, 12 Juli 1999
3. Alamat Rumah : Ds. Pohgading kec. Gembong Pati
4. HP : 088220213526
5. E-mail : fitriaanis67@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal:
  - a. SD Negeri 01 Pohgading
  - b. MTs Negeri 3 Pati
  - c. MA Salafiyah Kajen Pati
  - d. UIN Walisongo Semarang

Semarang, 30 September 2021



Anis Fitria

NIM. 1703036037