

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT PEMILIHAN MADRASAH TSANA WIYAH
DI KECAMATAN NGALIYAN SEMARANG**

SKRIPSI

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



Oleh:

**FITRIYATUL HASANAH
NIM 1403036026**

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

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitriyatul Hasanah
NIM : 1403036026
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT PEMILIHAN MADRASAH TSANA WIYAH DI KECAMATAN NGALIYAN SEMARANG

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

Semarang, 11 Juli 2018

Pembuat Pernyataan,



Fitriyatul Hasanah

NIM:1403036026



KEMENTERIAN AGAMA R.I.
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (024) 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185
Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT PEMILIHAN MADRASAH
TSANAWIYAH DI KECAMATAN NGALIAN
SEMARANG**

Penulis : Fitriyatul Hasanah
NIM : 1403036026
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

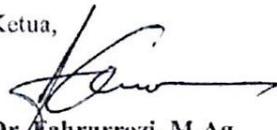
Telah diujikan dalam sidang *munaqasyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

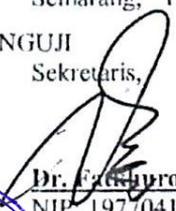
Semarang, 11 Juli 2018

DEWAN PENGUJI

Ketua,

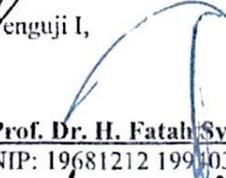
Sekretaris,


Dr. Fahrurrozi, M.Ag
NIP: 19770816 200501 1 003


Dr. Fahrurrozi, M. Pd
NIP: 19770415 200701 2 015

Penguji I,

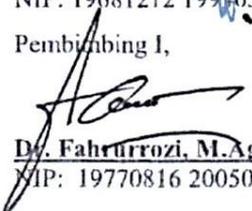
Penguji II,

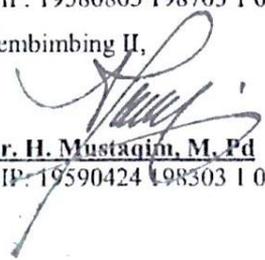

Prof. Dr. H. Fatah Syuhri, M.Pd
NIP: 19681212 199403 1 003


Dr. H. Saifudin Zuhri, M.Ag
NIP: 19580805 198703 1 002

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Fahrurrozi, M.Ag
NIP: 19770816 200501 1 003


Dr. H. Mustaqim, M. Pd
NIP: 19590424 198303 1 005

NOTA DINAS

Semarang, 11 Juli 2018

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

Assalamu'alaikum wr.wb

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

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT PEMILIHAN MADRASAH TSANAWIYAH DI KECAMATAN NGALIYAN SEMARANG**

Nama : **Fitriyatul Hasanah**

NIM : 1403036026

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

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

Wassalamu'alaikum wr. wb

Pembimbing I,



Dr. Fahrurrozi, M.Ag

NIP: 19770816 200501 1 003

NOTA DINAS

Semarang, 11 Juli 2018

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

Assalamu'alaikum wr.wb

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

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT PEMILIHAN MADRASAH TSANAWIYAH DI KECAMATAN NGALIYAN SEMARANG**

Nama : **Fitriyatul Hasanah**

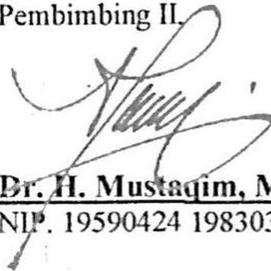
NIM : 1403036026

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

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

Wassalamu'alaikum wr. wb

Pembimbing II.



Br. H. Mustaqim, M. Pd
NIP. 19590424 198303 1 005

ABSTRAK

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT PEMILIHAN MADRASAH TSANAWIYAH DI KECAMATAN NGALIYAN SEMARANG**

Penulis : **Fitriyatul Hasanah**

NIM : 1403036026

Di era modern ini persaingan antar sekolah lanjutan tingkat pertama (SLTP) sangatlah ketat. Untuk menarik minat para calon siswa agar memilih sekolah yang sesuai, setiap sekolah memiliki strategi pemasaran yang beragam dengan menawarkan kualitas produk dan harga yang terjangkau. Adapun rumusan masalah penelitian ini 1) Apakah ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang? 2) Apakah ada pengaruh signifikan antara harga terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang? 3) Adakah pengaruh signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang?

Penelitian ini dilakukan pada Madrasah Tsanawiyah yang tersebar di Kecamatan Ngaliyan Semarang. Madrasah Tsanawiyah tersebut antara lain MTs Darul Ulum, MTs Fatahillah, MTs Nurussibyan Sampel tersebut diambil secara acak terstratifikasi (*stratified random sampling*). Adapun jumlah sampel yang berhasil diambil peneliti adalah 173 siswa dari tiga sekolah tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap minat pemilihan MTs sebesar 33,8% dan sisanya sebesar 66,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model. Pada anova, uji f/simultan terlihat bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat siswa. Dengan demikian hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak..

Kata kunci: **Kualitas Produk, Harga, Minat**

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 Agar sesuai teks Arabnya.

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

Bacaan Madd:

ā = a panjang
ī = i panjang
ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أُوْ
ai = أَيَّ
iy = إِيْ

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾
وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٨﴾

(5) Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, (6) Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. (7) Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras untuk (urusan yang lain), (8) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.¹

(Surat Asy- Syarh: 5-8)

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 703.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah wasyukurillah, Puji dan syukur kami haturkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang”. Skripsi ini peneliti susun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Manajemen Pendidikan Islam pada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.

Dengan kerendahan hati dan rasa hormat, peneliti sampaikan bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, maka sudah sepantasnya peneliti menyampaikan ucapan terimakasih serta penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag,
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, Dr. H. Raharjo, M.Ed.S.t. dan segenap jajaran atas kepemimpinannya di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Dr. Fahrurrozi, M.Ag dan Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Dr. Fatkhuroji, M.Pd.
4. Pembimbing I Dr. Fahrurrozi, M.Ag dan Pembimbing II, Dr. H. Mustaqim, M. Pd, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan

pikirannya untuk selalu memberikan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Seluruh Dosen beserta staff pengajar di akademik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman selama di bangku perkuliahan.
6. Kepala MTs Darul Ulum, MTs Fatahillah dan MTs Nurussibyan yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian..
7. Keluarga tercinta khususnya Bapak H. Fathurrohman dan Ibu Hj. Malihatun yang tak pernah berhenti mendoakan, memberi motivasi, cinta dan semangat kepada penulis.
8. Kakak tercinta Umi Farhatin yang selalu mendukung serta mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
9. Pengasuh Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang, Bapak K.H. Amnan Muqoddam dan Ibu Ny. Hj. Rofiqotul Makiyah A.H beserta keluarga yang selalu mendoakan, menasehati, dan mencurahkan ilmunya.
10. Sahabat-sahabat PPP. Al-Hikmah Tugurejo khususnya kamar Al-Falah (mba Ika Krisna, mba alfi, dek Muna, dek Inayah, dek Fatim, dek Fiski, dek Nurul, dek Ana, dek Latifah, dek Imal, dek Sella, dek Iklimah, dan dek Yuli) terima kasih atas dukungan, semangat, motivasi dan doanya.
11. Sahabat-sahabat terkasih di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang angkatan 2014 khususnya keluarga besar MPI yang telah memberikan motivasi dan semangat serta tempat bertukar pikiran maupun informasi dalam penulisan skripsi ini.

12. Teman-teman PPL MI Al-Hikmah Polaman Mijen dan tim KKN Posko 8 Kelurahan Bandungrejo Kecamatan Mranggen Kota Demak, yang telah banyak memberikan dukungan dan semangatnya selama ini dan memberi banyak pelajaran.

13. Semua pihak yang pernah mewarnai dan mengisi hidup penulis serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua amal kebbaikannya dengan sebaik-baik balasan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi materi, metodologi dan analisisnya. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya., Amin.

Semarang, 11 Juli 2018
Peneliti,

Fitriyatul Hasanah
NIM. 1403036026

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	vi
TRANSLITERASI	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II: KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT PEMILIHAN MADRASAH TSANAWIYAH	
A. Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrrasah Tsanawiyah	7
1. Pemasaran Jasa Pendidikan	7
a. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan.	7
b. Karakteristik Jasa	10
2. Kualitas Produk Jasa	11
a. Pengertian Kualitas Produk Jasa.	11
b. Karakteristik Produk Jasa	16
c. Tingkatan Produk	20
3. Harga	21
a. Pengertian Harga	21
b. Tujuan Penetapan Harga	25
c. Prinsip Penetapan Harga	26
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga	29

4. Minat	30
a. Pengertian Minat.....	30
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat.....	32
c. Macam-macam Minat.....	34
B. Kajian Pustaka	36
C. Hipotesis	39

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
C. Populasi Penelitian	42
D. Variabel dan Indikator Penelitian	43
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data.....	48

BAB IV : DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Hasil Penelitian	60
B. Analisis Data	120
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	157
D. Keterbatasan Penelitian	163

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	165
B. Saran	166
C. Kata Penutup	167

DAFTAR PUSTAKA	169
----------------------	-----

LAMPIRAN.....	172
---------------	-----

RIWAYAT HIDUP.....	226
--------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Indikator Variabel Penelitian.	44
Tabel 3.2	Hubungan antar Variabel	46
Tabel 3.3	Alternatif dan Skor Jawaban	49
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	50
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	51
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Minat (Y).....	52
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas X1, X2, Y.. ..	53
Tabel 4.1	Mean dan standar deviasi kualitas produk di MTs Darul Ulum.	61
Tabel 4.2	Distribusi jawaban responden atas tingkat kelulusan UN yang tinggi.....	61
Tabel 4.3	Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum sudah terakreditasi baik.....	62
Tabel 4.4	Distribusi jawaban responden atas prestasi belajar MTs Darul Ulum sudah baik.....	63
Tabel 4.5	Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum sering mendapatkan penghargaan	63
Tabel 4.6	Distribusi jawaban responden atas karya siswa siswi selalu menjadi nominasi kejuaraan	64
Tabel 4.7	Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Darul Ulum banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.	65
Tabel 4.8	Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum memiliki kompetensi yang baik.. ..	66
Tabel 4.9	Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Darul Ulum dapat diterima di sekolah lain dengan mudah.....	66
Tabel 4.10	Distribusi jawaban responden atas alumni MTs Darul Ulum menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan.	67

Tabel 4.11	Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum menyediakan bermacam-macam program pilihan.....	68
Tabel 4.12	Distribusi jawaban responden atas MTs memiliki variasi pilihan program yang menarik.....	.69
Tabel 4.13	Mean dan standar deviasi kualitas produk di MTs Fatahillah..	70
Tabel 4.14	Distribusi jawaban responden atas tingkat kelulusan UN yang tinggi.....	71
Tabel 4.15	Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah sudah terakreditasi baik.....	72
Tabel 4.16	Distribusi jawaban responden atas prestasi belajar MTs Fatahillah sudah baik.....	72
Tabel 4.17	Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah sering mendapatkan penghargaan.....	73
Tabel 4.18	Distribusi jawaban responden atas karya siswa siswi selalu menjadi nominasi kejuaraan	74
Tabel 4.19	Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Fatahillah banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.....	75
Tabel 4.20	Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah memiliki kompetensi yang baik.....	75
Tabel 4.21	Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Fatahillah dapat diterima di sekolah lain dengan mudah.....	76
Tabel 4.22	Distribusi jawaban responden atas alumni MTs Fatahillah menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan... ..	77
Tabel 4.23	Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum menyediakan bermacam-macam program pilihan....	78
Tabel 4.24	Distribusi jawaban responden atas MTs memiliki variasi pilihan program yang menarik.....	78

Tabel 4.25	Mean dan standar deviasi kualitas produk di MTs Nurussibyan	80
Tabel 4.26	Distribusi jawaban responden atas tingkat kelulusan UN yang tinggi	81
Tabel 4.27	Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan sudah terakreditasi baik	81
Tabel 4.28	Distribusi jawaban responden atas prestasi belajar MTs Nurussibyan sudah baik.....	82
Tabel 4.29	Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan sering mendapatkan penghargaan..	83
Tabel 4.30	Distribusi jawaban responden atas karya siswa siswi selalu menjadi nominasi kejuaraan	83
Tabel 4.31	Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Nurussibyan banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi	84
Tabel 4.32	Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan memiliki kompetensi yang baik.....	85
Tabel 4.33	Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Nurussibyan dapat diterima di sekolah lain dengan mudah.	86
Tabel 4.34	Distribusi jawaban responden atas alumni MTs Nurussibyan menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan.....	86
Tabel 4.35	Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan menyediakan bermacam-macam program pilihan.....	87
Tabel 4.36	Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan memiliki variasi pilihan program yang menarik.....	88
Tabel 4.37	Mean dan standar deviasi harga di MTs Darul Ulum.....	90
Tabel 4.38	Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Darul Ulum sudah tepat	90

Tabel 4.39	Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Darul Ulum sesuai dengan daya beli.....	.91
Tabel 4.40	Distribusi jawaban responden atas semakin murah biaya di MTs Darul Ulum, menjadi pilihan	92
Tabel 4.41	Distribusi jawaban responden atas komponen biaya di MTs Darul Ulum sangat jelas.....	92
Tabel 4.42	Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau.	93
Tabel 4.43	Distribusi jawaban responden atas Mts Darul Ulum menjadi pilihan karena SPP terjangkau .94	
Tabel 4.44	Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen.....	94
Tabel 4.45	Distribusi jawaban responden atas MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau..	95
Tabel 4.46	Distribusi jawaban responden atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs Darul Ulum kompetitif.....	96
Tabel 4.47	Distribusi jawaban responden atas pelayanan di MTs Darul Ulum sudah baik.....	96
Tabel 4.48	Distribusi jawaban responden atas tenaga pengajar di MTs Darul Ulum sudah sesuai dengan bidangnya... ..	97
Tabel 4.49	Distribusi jawaban responden atas koleksi perpustakaan di MTs Darul Ulum sudah memadai.....	98
Tabel 4.50	Distribusi jawaban responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai98
Tabel 4.51	Mean dan standar deviasi harga di MTs Fatahillah	100
Tabel 4.52	Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Fatahillah sudah tepat.....	101

Tabel 4.53	Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Fatahillah sesuai dengan daya beli.....	101
Tabel 4.54	Distribusi jawaban responden atas semakin murah biaya di MTs Fatahillah, menjadi pilihan	102
Tabel 4.55	Distribusi jawaban responden atas komponen biaya di MTs Fatahillah sangat jelas	103
Tabel 4.56	Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau konsumen	104
Tabel 4.57	Distribusi jawaban responden atas Mts Fatahillah menjadi pilihan karena SPP terjangkau.....	104
Tabel 4.58	Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen	105
Tabel 4.59	Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah memberikan biaya pembelian buku terjangkau	106
Tabel 4.60	Distribusi jawaban responden atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs Fatahillah kompetitif.....	106
Tabel 4.61	Distribusi jawaban responden atas pelayanan di MTs Fatahillah sudah baik	107
Tabel 4.62	Distribusi jawaban responden atas tenaga pengajar di MTs Fatahillah sudah sesuai dengan bidangnya.....	108
Tabel 4.63	Distribusi jawaban responden atas koleksi perpustakaan di MTs Fatahillah sudah memadai.	108
Tabel 4.64	Distribusi jawaban responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai.....	109
Tabel 4.65	Mean dan standar deviasi harga di MTs Nurussibyan.....	111
Tabel 4.66	Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Nurussibyan sudah tepat.. ...	111

Tabel 4.67	Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Nurussibyan sesuai dengan daya beli	112
Tabel 4.68	Distribusi jawaban responden atas semakin murah biaya di MTs Nurussibyan, menjadi pilihan..	113
Tabel 4.69	Distribusi jawaban responden atas komponen biaya di MTs Nurussibyan sangat jelas.	113
Tabel 4.70	Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau.	114
Tabel 4.71	Distribusi jawaban responden atas Mts Nurussibyan menjadi pilihan karena SPP terjangkau.	115
Tabel 4.72	Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen.....	115
Tabel 4.73	Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan memberikan biaya pembelian buku terjangkau..	116
Tabel 4.74	Distribusi jawaban responden atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs Nurussibyan kompetitif.....	117
Tabel 4.75	Distribusi jawaban responden atas pelayanan di MTs Nurussibyan sudah baik.....	117
Tabel 4.76	Distribusi jawaban responden atas tenaga pengajar di MTs Nurussibyan sudah sesuai dengan bidangnya	118
Tabel 4.77	Distribusi jawaban responden atas koleksi perpustakaan di MTs Nurussibyan sudah memadai.....	119
Tabel 4.78	Distribusi jawaban responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai	119
Tabel 4.79	Interpretasi koefisien korelasi kualitas produk di MTs Darul Ulum.....	123

Tabel 4.80	Interpretasi koefisien korelasi kualitas produk di MTs Fatahillah.....	128
Tabel 4.81	Interpretasi koefisien korelasi kualitas produk di MTs Fatahillah.....	133
Tabel 4.82	Interpretasi koefisien korelasi harga di MTs Darul Ulum..	138
Tabel 4.83	Interpretasi koefisien korelasi harga di MTs Fatahillah.	143
Tabel 4.84	Interpretasi koefisien korelasi harga di MTs Nurussibyan.....	148
Tabel 4.85	Interpretasi koefisien korelasi XI, X2	155

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Uji Validitas.....	172
Lampiran 2	Uji Reliabilitas	177
Lampiran 3	Angket Penelitian	179
Lampiran 4	Data mentah variabel kualitas produk	183
Lampiran 5	Data mentah variabel harga.....	190
Lampiran 6	Data mentah variabel minat	196
Lampiran 7	Data hasil angket variabel kualitas produk....	202
Lampiran 8	Data hasil angket variabel harga	205
Lampiran 9	Data hasil angket variabel minat	208
Lampiran 10	Tabel r.....	212
Lampiran 11	Tabel t.....	213
Lampiran 12	Tabel f.....	214
Lampiran 13	Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi	215
Lampiran 14	Surat Mohon Izin Riset.....	216
Lampiran 15	Surat Bukti Telah Melakukan Penelitian.....	219
Lampiran 16	Uji Laboratorium Matematika.....	222
Lampiran 17	Sertifikat Toefl.....	225

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-undang SISDIKNAS pasal 91 ayat 1 menyatakan bahwa setiap satuan pendidikan pada jalur formal dan non formal wajib melakukan penjaminan mutu pendidikan. Berkaitan dengan hal tersebut, mutu dalam suatu pendidikan sangatlah dibutuhkan. Hal ini agar sekolah/madrasah dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam era globalisasi.¹

Fenomena yang sering muncul dengan berkembangnya arus globalisasi dan informasi mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap pendidikan terutama pendidikan agama yaitu masyarakat lebih memomorduakan pendidikan agama. Dari *survey* sederhana yang dilakukan menunjukkan bahwa tingkat favorititas madrasah di bawah lembaga sekolah.²

Melihat fenomena di atas, lembaga pendidikan islam khususnya madrasah tsanawiyah dituntut mampu meningkatkan mutu lembaga pendidikannya sehingga mempunyai daya saing tinggi dan dipercaya oleh masyarakat. Apabila lembaga pendidikan islam tersebut tidak dapat meningkatkan mutu

¹ Undang-undang Nomor 20 tahun 2003, *Sistem Pendidikan Nasional*, pasal 91, ayat (1).

² Imam Machali, Ara Hidayat, *The Handbook Of Education Management*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 290.

pendidikannya disebabkan lembaga pendidikan islam tersebut tidak dapat memuaskan konsumen sesuai dengan kebutuhan pasar, maka yang akan terjadi adalah lembaga pendidikan islam tidak akan berlaku untuk terus eksis.³

Masyarakat kini mulai berpikir selektif dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Ketatnya persaingan akan memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan kualitas produknya.

Pada dasarnya proses pemasaran merupakan proses mengomunikasikan berbagai hal yang terdapat dalam suatu lembaga kepada masyarakat luas dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat atau untuk mempengaruhi harapan masyarakat terhadap sesuatu sehingga masyarakat akan membeli atau bergabung kedalam lembaga tersebut.⁴

Tingginya tingkat persaingan dalam pendidikan telah memaksa setiap lembaga pendidikan islam untuk mengembangkan berbagai strategi khususnya didalam pemasaran agar dapat memenangkan tingkat persaingan. Syarat yang harus

³ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*, (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm. 370.

⁴ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 116.

dipenuhi oleh perusahaan agar dapat mencapai kesuksesan dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk jasa yang berkualitas dengan harga yang pantas.⁵

Untuk dapat berkembang dan bersaing, maka lembaga pendidikan islam harus mampu menjaga tingkat kepuasan konsumennya. Berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen, salah satunya adalah dengan selalu meningkatkan kualitas produk, dan selalu memperhatikan harga/biaya. harga/biaya dalam hal ini adalah SPP, uang gedung, daftar ulang dan lain sebagainya.

Terdapat berbagai hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha jasa dalam lembaga pendidikan islam khususnya madrasah tsanawiyah. Salah satu yang mempengaruhinya adalah bagaimana pihak lembaga madrasah dapat menarik konsumen dan mempertahankan mereka, yaitu dengan cara memberikan kualitas produk dan harga yang sesuai. Dengan demikian para konsumen akan merasa puas.

Suatu Sekolah yang mahal tidak menjadi masalah sepanjang kualitas dan manfaat yang dirasakan peserta didik

⁵ Ramadani, dkk., "Pengaruh Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SDN 02 Talamau dengan Citra Sekolah Sebagai Variabel Moderasi", *Jurnal Bung Hatta*, (Vol. 8, No. 2, tahun 2016), hlm. 1.

melebihi biaya yang dikeluarkan. Sebaliknya, sekolah murah bukan jaminan akan diserbu calon siswa apabila dirasa kualitasnya rendah. Oleh sebab itu, biaya pendidikan merupakan faktor suplemen dalam membangun sekolah yang banyak diminati oleh calon peserta didik, yang paling utama adalah kualitas produk yang nantinya akan dirasakan oleh peserta didik.⁶

Dalam konteks ini, peneliti didasarkan pada hasil penelitian Nur Faizah Rahmawati tahun 2016. Dalam penelitian ini menetapkan 4 bauran pemasaran sebagai bauran pemasaran jasa pendidikan yang dikaitkan dengan minat memilih perguruan tinggi. Selain itu penelitian tahun 2014, menunjukkan terdapat beberapa strategi dalam pembentukan minat yang diterapkan Madrasah Tsanawiyah yaitu strategi produk, harga, promosi, lokasi, sumber daya manusia, sarana dan prasarana serta pelayanan madrasah. Dari ketujuh strategi tersebut terdapat dua strategi yang secara sungguh-sungguh mempengaruhi minat siswa dalam memilih sekolah yaitu strategi produk dan harga.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang?
2. Apakah ada pengaruh signifikan antara harga terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang?

⁶ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri,...*, hlm. 395.

3. Adakah pengaruh signifikan antara kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap minat pemilihan madrasah tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui besaran pengaruh kualitas produk pendidikan terhadap minat pemilihan madrasah tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang.
- b. Untuk mengetahui besaran pengaruh harga pendidikan terhadap minat pemilihan madrasah tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang.
- c. Untuk mengetahui besaran pengaruh kualitas produk dan harga pendidikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pemilihan madrasah tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Dapat memberikan informasi penting bagi *stakeholder* tentang pengaruh faktor kualitas produk dan harga jasa pendidikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kecenderungan minat memilih madrasah tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang.
 - 2) Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu

manajemen khususnya manajemen pemasaran jasa pendidikan

3) Untuk mengetahui perilaku konsumen pendidikan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi sekolah

Dengan adanya penelitian ini bagi sekolah adalah untuk memahami perilaku konsumen, agar dapat mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam rangka menciptakan sekolah sebagai lembaga pendidikan yang lebih unggul sehingga menjadi tujuan konsumen yang ingin memilih madrasah pada tingkat SLTP.

2) Bagi peneliti

Sebagai wahana untuk menambah khazanah keilmuan, cara berfikir dan menerapkan teori manajemen yang diperoleh pada saat perkuliahan terutama yang berkaitan dengan masalah bauran pemasaran pada umumnya dan keputusan pemilihan madrasah pada khususnya.

BAB II

Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah

A. Deskripsi Teori

1. Pemasaran Jasa Pendidikan

a. Pengertian

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran adalah “*Marketing is an organizational function and a set of processes for creating, communicating, and delivering value to customers and for managing customer relationship in ways that benefit the organization and its stake holders*” artinya pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.¹

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam bukunya, “*Marketing Management*” mendefinisikan pemasaran sebagai berikut, “*Marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with*

¹ Nandan Limakrisna, Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis edisi 2*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), hlm. 5.

others”.²(artinya pemasaran adalah suatu proses sosial dengan mana individu-individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran dan penukaran produk dan jasa yang bernilai secara bebas dengan lainnya).

Pengertian di atas menjelaskan bahwa pemasaran merupakan proses pertemuan antara individu dan konsumen dimana masing-masing pihak ingin mendapatkan apa yang dibutuhkan melalui tahap menciptakan, menawarkan, dan pertukaran sehingga saling menguntungkan satu sama lain.

Dalam lembaga sekolah/madrasah pemasaran didefinisikan sebagai pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi sekolah/madrasah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk *stakholder* ataupun masyarakat sosial pada umumnya.³

Oleh karena itu, pemasaran dalam bidang pendidikan menghasilkan kepuasan peserta didik serta kesejahteraan *stakeholder* lembaga pendidikan dalam jangka panjang sebagai kunci untuk memperoleh profit. Hal ini berlaku bagi

² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (England: Pearson Education, 2016), p. 27.

³ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 97.

lembaga pendidikan yang bergerak di bidang industri jasa pendidikan maupun industri jasa non pendidikan.⁴

Pada dasarnya jasa merupakan aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lainnya yang sifatnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Menurut Stanton jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud, yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Pada umumnya jasa dikonsumsi bersamaan pada saat diproduksi dan jasa tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan secara fisik.⁵

Sedangkan dalam bukunya Kotler & Keller edisi 13, Jasa/layanan adalah semua kinerja atau tindakan yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.⁶ Pada intinya jasa pendidikan adalah sesuatu yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sifatnya tidak berwujud dan tidak memiliki dampak perpindahan hak milik.

⁴ Buchori Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 153-154.

⁵ Buchori Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*,..., hlm. 168.

⁶ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 (Terjemah)*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 36.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan.⁷

b. Karakteristik jasa

Jasa mempunyai empat karakteristik yang berbeda yang tentunya sangat mempengaruhi desain program pemasaran. Adapun macam-macam karakteristik jasa antara lain:

- 1) Tidak berwujud. Jasa lain halnya dengan produk fisik. Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum jasa tersebut dibeli.
- 2) Tidak terpisahkan. Jika barang fisik dibuat, dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai perantara, dan dikonsumsi, lain halnya dengan jasa yang umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.
- 3) Bervariasi. Karena kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan dan dimana, dan kepada siapa, sehingga jasa sangat bervariasi. Biasanya pembeli jasa membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih penyedia jasa.

⁷ Buchori Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, ...,* hlm. 31.

- 4) Dapat musnah. Maksudnya jasa tidak dapat disimpan, jadi musnahnya jasa bisa menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi.⁸

2. Kualitas Produk Jasa

a. Pengertian

Kualitas merupakan konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk. Sebuah produk yang bersaing dengan produk lainnya memiliki tingkat keunggulan relatif. Produk yang lebih unggul adalah produk yang bermutu. Mutu dalam pengertian relatif bukanlah suatu sebutan untuk suatu produk atau jasa, tetapi pernyataan bahwa suatu produk atau jasa telah memenuhi persyaratan atau kriteria, atau spesifikasi yang ditetapkan. Produk atau jasa tersebut tidak harus terbaik, tetapi telah memenuhi standar yang ditetapkan.⁹

Mutu dalam pengertian relatif dapat diukur dan dinilai berdasarkan persyaratan kriteria dan spesifikasi (standar - standar) yang telah ditetapkan lebih dulu. Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 13 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan disebutkan bahwa pada pasal 1 Standar Nasional Pendidikan meliputi :

⁸ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 (Terjemah)*,..., hlm. 39-41.

⁹ K. A. Rahman, *Peningkatan Mutu Madrasah Melalui Penguatan Partisipasi Masyarakat*, Jurnal Pendidikan Islam, (Vol. 1 No. 2 tahun 2012), hlm. 228.

- 1) Standar kompetensi lulusan
Dijelaskan bahwa standar ini mencakup sikap, pengetahuan dan keterampilan.
- 2) Standar isi
Dijelaskan bahwa standar ini mencakup lingkup materi dan tingkat kompetensi untuk mencapai kompetensi lulusan pada jenjang dan jenis pendidikan tertentu
- 3) Standar proses
Dijelaskan bahwa standar ini mencakup pelaksanaan pembelajaran pada satu satuan pendidikan untuk mencapai standar kompetensi lulusan.¹⁰
- 4) Standar pendidik dan tenaga kependidikan
Dijelaskan bahwa pendidik harus memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi sebagai agen pembelajaran, sehat jasmani dan rohani, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional.
- 5) Standar sarana dan prasarana
Dijelaskan bahwa standar ini mencakup ruang belajar, tempat berolahraga, tempat beribadah, perpustakaan, laboratorium, bengkel kerja, tempat bermain, tempat berkreasi dan berekreasi serta sumber

¹⁰ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, No. 13 tahun 2015, *Standar Nasional Pendidikan*, Pasal 1.

belajar lain, yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran, termasuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.

6) Standar Pengelolaan

Standar ini mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan, kabupaten/kota, provinsi, atau nasional agar tercapai efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pendidikan.

7) Standar Pembiayaan

Standar ini mencakup komponen dan besarnya biaya operasi satuan pendidikan yang berlaku selama satu tahun.

8) Standar Penilaian

Standar ini mencakup mekanisme, prosedur, dan instrumen penilaian hasil belajar peserta didik.¹¹

Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam bukunya, *“Principles of Marketing”* menjelaskan produk adalah sebagai berikut, *a product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need. product include more than just tangible objects, such as cars, computers, or mobile phones. Broadly defined, product also include services, events, persons, places, organizations, information*

¹¹Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 13 tahun 2015, *Standar Nasional Pendidikan*, Pasal 1.

*and ideas or a mixture of these.*¹² (Artinya produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. produk mencakup lebih dari sekedar objek yang nyata seperti mobil, komputer atau telepon seluler. Definisi secara luas juga mencakup layanan, event, orang, tempat, organisasi, dan ide atau yang lainnya).

Produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud, dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan.¹³

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa produk bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, namun juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa, dan nilai dari sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut.

Islam membicarakan tentang produk sebagai berikut:

¹² Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, (England: Pearson Education, 2016), p. 256.

¹³ Buchori Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, ...,* hlm. 156.

هذا يعني ان الإسلام يحث علي أن تكون المنتجات المطروحة في السوق محتوية علي المنافع للطرفين وإلا فهي قطعة داخل متحف^{١٤}

“Sesungguhnya islam membicarakan adanya produk itu ditempatkan di dalam pasar yang berisi kemanfaatan bagi orang dan apabila produk tidak memberi kemanfaatan maka itu bagian yang masuk pada gudang”.

Dari uraian di atas, manakala dikaitkan dengan produk dalam pendidikan, maka produk harus berisi kemanfaatan bagi orang (konsumen) dan apabila produk tidak memberikan kemanfaatan bagi konsumen, maka akibatnya konsumen akan mencari produk lain dari sekolah lain.

Produk merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadikan preferensi pilihan bagi calon siswa. Bauran produk dalam strategi ini dapat berupa diferensiasi produk yang akan memberikan dampak terhadap kesempatan lapangan kerja dan menimbulkan citra terhadap nama sekolah/madrasah, dan terhadap mutu produk itu sendiri. Misalnya muatan lokal apa yang tersedia pada suatu sekolah/madrasah, ada muatan lokal yang favorit dan ada yang tidak, layanan akademik, dan layanan administratif.

¹⁴ المزيج التسويقي من منظور لتطبيقات التجارية الإسلامية, (بدون مكان: بدون ناشر, ٢٠٠٥), ص. ٤٣.
بلحيمر إبراهيم,

Demikian pula performance dari lulusan sekolah/madrasah tersebut, turut mempengaruhi pilihan calon siswa.¹⁵

b. Karakteristik Produk Jasa

Menurut Rambat Lupiyoadi ada empat karakteristik produk jasa, yaitu:

- 1) Tidak berwujud (*intangible*), jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud (*intangible*)
- 2) Heterogenitas/variabilitas, jasa bersifat non standar dan sangat variabel
- 3) Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen dalam prosesnya.
- 4) Tidak tahan lama (*perishability*), jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan.¹⁶

Dalam pemasaran jasa pendidikan sudah seharusnya lembaga pendidikan sebagai pemasar harus memahami produknya. Produk dalam konteks jasa pendidikan meliputi:

- a) Reputasi, sekolah yang baik menawarkan reputasi/mutu pendidikan yang tinggi

¹⁵ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah,...*, hlm. 109.

¹⁶ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salwmba Empat, 2009), hlm. 84.

- b) Prospek, sekolah yang baik mempunyai prospek yang cerah bagi para siswa setelah lulus dari sekolah tersebut.
- c) Variasi pilihan, sekolah yang baik menawarkan pilihan konsentrasi berbagai program yang ada sehingga calon siswa dapat memilih bidang yang sesuai dengan bakat dan minat mereka.¹⁷

Reputasi dan prospek lembaga madrasah menjadi daya tarik dan minat siswa. Selama ini, madrasah menawarkan produk sesuai dengan misinya yaitu sebagai proses “*character building*” yaitu siswa berakhlak mulia, agamis, religius, dan penuh nilai, termasuk didalamnya adalah terpenuhinya standar kompetensi lulusan yaitu kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan dan keterampilan. Produk madrasah inilah yang akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para calon pelanggannya.¹⁸

Seorang *marketer* yang baik harus mampu menawarkan produk dengan baik pula, sebab akan membuat konsumen merasa puas. Rasa puas konsumen

¹⁷ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri,...*, hlm. 390.

¹⁸ Imam Machali, Ara Hidayat, *The Handbook Of Education Management*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 292.

itulah yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan dapat berdampak pada citra lembaga itu sendiri.

Sebagaimana dalam al-Qur'an dijelaskan surat at taubah 105

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ
تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Dan katakanlah “ bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (Q.S. At-Taubah/9: 105).¹⁹

Kemudian dalam surat az-zalzalah ayat 7-8 dijelaskan lagi

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ
ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

“Maka barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarah, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan barang siapa mengerjakan kejahatan seberat zarah, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya.” (Q.S. Al-Zalzalah/99: 7-8)²⁰

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 198.

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*,..., hlm. 744.

Berdasarkan ayat Al-Qur'an tersebut, sangatlah jelas bahwa siapa saja yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah (biji sawi), niscaya dia akan melihat balasannya. Dan siapa saja yang mengerjakan kejahatan sekecil dzarrah (biji sawi) dia juga akan melihat balasannya. Sebagai seorang *marketer*, tentunya harus mampu menawarkan produk yang baik supaya orang lain tidak akan merasa tertipu dengan produk yang ditawarkan, sebab jika orang lain merasa tertipu maka akan dapat membuat orang lain kecewa dan dapat menurunkan kepercayaan konsumen yang nantinya akan berdampak pada citra lembaga.

c. Tingkatan Produk

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

- 1) Produk Utama/Inti (*Core benefit*), yaitu keuntungan yang mendasar dari sesuatu yang dibeli oleh konsumen.
- 2) Produk Generik (*generic product*), yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).

- 3) Produk Harapan (*expected product*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara layak diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- 4) Produk Pelengkap (*augmented product*), yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
- 5) Produk Potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa yang akan datang.²¹

Sebuah lembaga yang bergerak dalam pemasaran jasa sudah sewajarnya melakukan pengembangan produk/jasa baru. Menurut Chistopher Lovelock yang dikutip oleh Lupiyoadi terdapat enam kategori inovasi jasa, yaitu sebagai berikut:

- 1) Inovasi utama
- 2) Bisnis *start-up*
- 3) Produk baru untuk pasar yang sedang dilayani
- 4) Perluasan lini produk
- 5) Perbaikan produk
- 6) Perubahan gaya.²²

²¹ Buchari Alma, *.Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hm. 41.

3. Harga

a. Pengertian

Terkait dengan kualitas produk, konsumen disini harus membayar sejumlah harga. Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga juga dapat diartikan penentu nilai suatu produk dibenak konsumen.²³

Roger A. Kerin dalam bukunya “*Marketing*” menjelaskan harga sebagai berikut, “*price is the money or other considerations (including other products and services) exchanged for the ownership or use of a product or service*”.²⁴ (artinya harga adalah sejumlah uang atau pertimbangan lain (termasuk produk dan layanan lain) yang dipertukarkan untuk kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan).

Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang berupa sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa yang harus diberikan konsumen kepada produsen. Harga juga

²² Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*,..., hlm. 90-91.

²³ Buchori Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*,..., hlm. 306.

²⁴ Roger A. Kerin et.all., *Marketing*, (New York: McGraw-Hill, 2009), p. 318.

merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel.²⁵

Sedangkan Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam bukunya, "*Principles of Marketing*" mendefinisikan harga adalah sebagai berikut, "*in the narrowest sense, price is the amount of money charged for a product or a service. more broadly, price is the sum of all the values that customers give up to gain the benefits of having or using a product or service.*"²⁶(artinya harga dalam arti sempit, adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan). Lebih luas lagi, harga adalah sejumlah uang dari semua nilai yang pelanggan berikan untuk mendapatkan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau layanan).

Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah, seluruh biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu lembaga pendidikan. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya pendidikan yang terdiri atas semua biaya yang harus dibayarkan oleh siswa selaku konsumen yang akan merasakan langsung jasa tersebut. Dalam hal ini, harga

²⁵ Buchori Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan,...*, hlm. 306.

²⁶ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles of Marketing,...*, p. 324.

pendidikan yang dimaksud berupa SPP, investasi bangunan, dan biaya laboratorium.²⁷

Semakin tinggi kualitas suatu produk, biasanya harga jasa pendidikan yang ditawarkan pun akan semakin tinggi. Misalnya sekolah yang memiliki kualitas internasional (berstandar nasional), akan menetapkan harga di atas rata-rata. Namun siswa akan tetap membayar harga tersebut guna untuk mendapatkan pendidikan bermutu tinggi.²⁸

Penetapan harga dalam islam dapat dilandasi atas dasar suka sama suka antara penjual dan pembeli. Sebagaimana dalil dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan

²⁷ Imam Machali, Ara Hidayat, *The Handbook Of Education Management*,..., hlm. 293.

²⁸ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*,..., hlm. 390.

janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah maha penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa’/4: 29).²⁹

Menurut dalil diatas maka penentuan harga sangat berpengaruh kepada konsumen dalam pemberian nilai dan mempengaruhi minat konsumen terhadap produk serta keputusan konsumen untuk membeli.

Posisi biaya dan perilaku penentuan harga dari pesaing merupakan unsur penting yang harus diperhatikan. Perusahaan jasa yang dalam hal ini adalah lembaga pendidikan harus mengamati pesaing-pesaingnya agar dapat menentukan biaya, harga, dan keuntungan perusahaan itu sendiri. Hal ini dapat dilakukan dengan beberapa teknik dan perbandingan harga terhadap kualitas setiap penawaran yang ditawarkan oleh pesaing utama. Dimana, pengetahuan akan biaya yang dimiliki pesaing dapat membantu para manajer dibidang jasa untuk membuat penilaian mengenai harga.³⁰

b. Tujuan Penetapan Harga

Metode penentuan harga harus dimulai dengan pertimbangan atas tujuan penentuan harga itu sendiri.

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*,..., hlm. 153.

³⁰. Eddy Soeryanto Soegoto, *Menciptakan Strategi Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 3-9.

Adapun tujuan-tujuan tersebut menurut Adrian Payne yang dikutip oleh Lupiyoadi antara lain:

- 1) Bertahan, merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.
- 2) Memaksimalkan laba, penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.
- 3) Memaksimalkan penjualan, penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
- 4) Gengsi/prestis, tujuan penentuan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai jasa yang eksklusif.
- 5) Pengembalian atas investasi (ROI), tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi yang diinginkan.³¹

c. Prinsip Penetapan Harga

³¹ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ..., hlm. 100.

Secara singkat, prinsip-prinsip penetapan harga menurut Kotler yang ditulis dalam buku Buchari Alma adalah sebagai berikut:

- 1) Mempertimbangkan sejumlah faktor dalam menetapkan harga, mencakup: pemilihan tujuan penetapan harga, menentukan tingkat permintaan, perkiraan biaya menganalisa harga yang ditetapkan dan produk yang ditawarkan pesaing, pemilihan metode penetapan harga, serta menentukan harga akhir.
- 2) Tidak harus selalu berupaya mencari profit maksimum melalui penetapan harga maksimum, tetapi dapat pula dicapai dengan cara memaksimalkan penerimaan sekarang, memaksimalkan penguasaan pasar atau kemungkinan lainnya.
- 3) Para pemasar hendaknya memahami seberapa responsive permintaan terhadap perubahan harga.
- 4) Berbagai jenis biaya harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga, termasuk di dalamnya adalah biaya langsung dan tidak langsung, biaya tetap dan biaya variabel, serta biaya-biaya yang lain.
- 5) Harga-harga para pesaing akan mempengaruhi tingkat permintaan jasa yang ditawarkan,

sehingga harga pesaing harus turut dipertimbangkan dalam proses penetapan harga.

- 6) Berbagai cara atau variasi penetapan harga yang ada mencakup *markup*, sasaran perolehan, nilai yang dapat diterima, faktor psikologis, diskon harga, harga promosi, serta harga bauran produk.³²

Menurut Zeithalm dan Bitner yang dikutip oleh Buchori Alma penetapan harga yang biasa digunakan dalam menentukan harga mencakup:

- a) Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*) artinya seluruh biaya yang dikeluarkan oleh siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan.
- b) Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition-based pricing* artinya harga-harga para pesaing akan mempengaruhi tingkat permintaan jasa, sehingga harga pesaing turut dipertimbangkan dalam proses penetapan harga.
- c) Penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand-based*) artinya semakin tinggi mutu

³² Buchori Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan,...*, hlm. 157-158.

produk/jasa, biasanya harga jasa pendidikan yang ditawarkanpun akan semakin tinggi.³³

Menurut Batty apabila mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi. Mutu produk akan sangat terkait dengan biaya, karena akan sangat mempengaruhi posisi kompetitif terhadap sekolah/madrasah saingan. Misalnya, bila uang sekolah dinaikkan apakah minat masuk sekolah/madrasah berkurang? tidak sepanjang uang sekolah tersebut masih dirasa dalam batas keterjangkauan siswa. Akan tetapi, ada sekolah/madrasah yang menetapkan uang sekolah tinggi sekali, tapi peminatnya banyak. Hal ini disebabkan karena situasi kelangkaan penyedia jasa pendidikan yang bermutu (sekurang-kurangnya menurut persepsi konsumen).³⁴

Hal ini sebagaimana dijelaskan sebagai berikut:

إن إلزام هؤلاء المتعلمين بسعر معين^{٣٥}

“Sesungguhnya orang-orang yang bekerja itu menetapkan dengan harga yang tertentu.”

³³ Buchori Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*,..., hlm. 158.

³⁴ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*,..., hlm. 110.

³⁵ المزيح التسويقي من منظور لتطبيقات التجارية الإسلامية، (بدون مكان: بدون ناشر، ٢٠٠٥)، ص. ١٤٥.
بلحيمر إبراهيم.

Dari uraian di atas, jika dikaitkan dalam harga pendidikan yaitu seseorang yang akan memilih sekolah tentunya sudah menetapkan harga yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan masing-masing dari setiap konsumen.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jasa adalah sebagai berikut;

- 1) Elastisitas permintaan
- 2) Struktur biaya
- 3) Persaingan
- 4) *Positioning* dari jasa yang ditawarkan
- 5) Sasaran yang ingin dicapai perusahaan
- 6) Siklus hidup jasa
- 7) Sumber daya yang digunakan
- 8) Kondisi ekonomi³⁶

4. Minat

a. Pengertian

Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin kuat pula minatnya. Menurut Crow and Crow bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong

³⁶ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ..., hlm. 100.

seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.³⁷

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* dijelaskan bahwa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat timbul dalam diri seseorang untuk memperhatikan, menerima, dan melakukan sesuatu tanpa ada yang menyuruh dan sesuatu itu dinilai penting dan berguna bagi dirinya.³⁸

Minat dalam proses pemasaran merupakan proses mengomunikasikan berbagai hal yang terdapat dalam suatu lembaga kepada masyarakat luas dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat atau untuk mempengaruhi harapan masyarakat terhadap sesuatu sehingga masyarakat akan membeli atau bergabung dengan lembaga tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut, dikenal dengan istilah minat beli.³⁹

Menurut Assael yang dikutip oleh Siti Salbiyah bahwa minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan

³⁷ Jaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 121.

³⁸ Nini Subini dkk, *Psikologi Pembelajaran*, (Yogyakarta: Mentari Pustaka, 2013), hlm. 87.

³⁹ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah,...*, hlm. 116.

yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.⁴⁰

Sedangkan menurut Kotler yang dikutip oleh Sugeng Eko Yuli Waluyo bahwa minat beli adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Beberapa pengertian minat adalah sebagai berikut:

- 1) Minat dianggap sebagai sebuah perangkap atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku.
- 2) Minat juga mengindikasikan seberapa jauh seseorang mempunyai kemampuan untuk mencoba
- 3) Minat menunjukkan pengukuran kehendak seseorang
- 4) Minat berhubungan dengan perilaku yang terus menerus.⁴¹

Dari uraian mengenai pengertian minat beli diatas, dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kecenderungan suatu konsumen akan membeli suatu

⁴⁰ Siti Salbiyah, Budi Wahyu Mahardika, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSurabaya Tahun 2017*, Jurnal Balance, (Volume XV Nomor 1 Tahun 2018), hlm. 6.

⁴¹ Sugeng Eko Yuli Waluyo, *Analisa pengaruh lokasi, biaya dan kualitas pendidikan terhadap minat siswa memilih sekolah SMA Muhammadiyah 2 Mojosari di Mojokerto*, Jurnal JEBDEER, (Vol. 1 No.2 tahun 2018), hlm. 55.

produk atau jasa yang didasarkan atas rasa suka dan mempunyai sikap positif terhadap produk tersebut. Minat beli muncul ketika seseorang telah mendapatkan informasi yang cukup mengenai produk yang diinginkan.

Suatu produk dikatakan sukses dan berhasil dapat dilihat dari seberapa jauh tumbuhnya minat beli konsumen pada produk tersebut. Minat beli dalam konteks ini adalah siswa yang akan merasakan langsung jasa tersebut.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Crow and Crow dalam buku Abdul Rahman Shaleh berpendapat bahwa, ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam individu Merupakan rangsangan yang datang dari lingkungan/ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan/kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat.
- 2) Motif sosial Adalah minat seseorang terhadap suatu hal, dapat menjadi factor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu, seperti keinginan untuk meneruskan studi di perguruan tinggi agar dapat status social yang lebih tinggi pula.

- 3) Faktor emosional Faktor perasaan dan emosi mempunyai pengaruh terhadap subyek.⁴²

Menurut Swasta dan Irawan yang dikutip oleh Hendra Fure faktor yang mempengaruhi minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi. Apabila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli. Biasanya, adanya ketidakpuasan akan menghilangkan minat.⁴³ Minat beli dapat ditingkatkan dengan melihat faktor-faktor antara lain:

- a) Faktor psikis merupakan faktor pendorong yang berasal dari dalam diri konsumen, seperti motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap,
- b) Faktor social, merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial, dan kelompok acuan.⁴⁴

c. Macam-macam minat

⁴² Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 263-264

⁴³ Hendra Fure, Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, (Jurnal Emba, Vol. 1 No. 3 Tahun 2013), hlm. 275.

⁴⁴ Muhammad Fakhru Rizky NST, Hanifa Yasin, *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, (14, Nomor 2, Tahun 2014), hlm. 141.

Menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui macam-macam minat sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Hal ini bermaksud yakni konsumen telah memiliki minat untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu yang ia inginkan.
- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Hal ini bermaksud yakni seorang konsumen yang telah memiliki minat untuk membeli akan menyarankan orang terdekatnya untuk melakukan pembelian produk yang sama.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu pada produk preferensinya.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.⁴⁵

⁴⁵ Ferdinand dan Rian Pranomo, *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha*, Jurnal Diponegoro Business Review, (Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012), hlm. 22.

Dalam menentukan minat beli konsumen mengenai produk atau jasa mana yang akan dikonsumsi, kualitas produk dan harga ikut serta mempengaruhi minat dalam memberikan perhatian terhadap produk atau jasa. Timbulnya ketertarikan konsumen terhadap suatu produk atau jasa, pada akhirnya konsumen akan memiliki keinginan untuk mencoba dan memutuskan untuk membeli. Hal utama yang dilakukan konsumen jika mereka cenderung menyukai suatu produk atau jasa tertentu, mereka akan selalu mencari produk atau jasa tersebut dan kemudian mereka akan membeli dan mereferensikan kepada orang lain. Dan jika konsumen sudah memiliki pilihan yang lebih disukai terhadap produk atau jasa tertentu, mereka hanya akan mengganti jika terjadi sesuatu terhadap produk preferensinya.⁴⁶

B. Kajian Pustaka

Dalam kajian pustaka ini peneliti menelaah beberapa karya ilmiah antara lain:

1. Jurnal yang berjudul “*The Effectiveness Of The Perception About Product, Promotion, and Price To Increase School Image and Loyalty of Parents (Study on Islamic Early Childhood*

⁴⁶ Siti Salbiyah, Budi Wahyu Mahardhika, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya Tahun 2017*, Jurnal Balance, (Volume XV Nomor 1 Tahun 2018), hlm. 6-7.

Education Institutions in Semarang)” Oleh Fahrurrozi tahun 2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh signifikan variabel bebas secara bersama-sama dalam menciptakan *image* sebesar 65%, sedangkan 35% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Pada coefficients, uji t/parsial menunjukkan bahwa variabel persepsi tentang Produk (X1) dan Harga (X2) secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Image* (Z) yang ditunjukkan oleh nilai Sig masing-masing lebih kecil dari Alpha 5% yaitu masing-masing 0,000. Sementara itu, variabel persepsi tentang Promosi (X2) secara statistik tidak signifikan memengaruhi variabel *image* (Z) yang terlihat dari nilai Sig. sebesar $0,993 > \text{Alpha } 5\%$. Kemudian dalam penelitian selanjutnya terdapat pengaruh signifikan variabel bebas (faktor produk, promosi, harga, dan *image*) secara bersama-sama (simultan) dalam membentuk loyalitas orang tua siswa, yaitu sebesar 62%. Pada Coefficients, uji t/parsial terlihat bahwa variabel persepsi tentang Produk (X1), Harga (X3) dan *Image* (Z) secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas orang tua siswa (Y) yang ditunjukkan oleh nilai Sig masing-masing adalah $0,000 < \text{Alpha } 5\%$. Sementara itu variabel persepsi tentang Promosi (X2), tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y, karena nilai Sig $0,481 > \text{Alpha } 5\%$. Jadi, variabel *Image* (Z) efektif mempengaruhi

hubungan antara variabel bebas persepsi tentang Produk (X1) dan Harga (X3) dengan variabel Loyalitas orang tua siswa (Y).⁴⁷

2. Skripsi yang berjudul “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Mahasiswa Masuk Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*” oleh Nur Faizah Rahmawati Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk diperoleh $t_{hitung} = 4,78 \geq t_{tabel\ 5\%} = 1,658$. Hal ini berarti variabel Produk secara parsial mempunyai pengaruh positif dan cukup signifikan terhadap variabel minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang. Variabel harga diperoleh $t_{hitung} = 9,747 \geq t_{tabel\ 5\%} = 1,658$. Hal ini berarti variabel Harga secara parsial mempunyai pengaruh positif dan cukup signifikan terhadap variabel minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang. Variabel lokasi diperoleh $t_{hitung} = 4,9 \geq t_{tabel\ 5\%} = 1,658$. Hal ini berarti variabel Lokasi secara parsial mempunyai pengaruh positif dan cukup signifikan terhadap variabel minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang. Variabel promosi diperoleh $t_{hitung} = 4,8 \geq t_{tabel\ 5\%} = 1,658$. Hal ini berarti variabel Promosi secara parsial mempunyai pengaruh positif dan cukup

⁴⁷ Fahrurrozi, Jurnal: *The Effectiveness Of The Perception About Product, Promotion, and Price To Increase School Image and Loyalty of Parents (Study on Islamic Early Childhood Education Institutions in Semarang)*, Jurnal Madania, (Volume 19 Nomor 2, tahun 2015), hlm. 133-135.

signifikan terhadap variabel minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang. Kemudian berdasarkan nilai adjusted R square sebesar 0,345. Hal ini berarti bahwa, keempat variabel independen yaitu produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan promosi (X4) mempunyai pengaruh sebesar 34,5 % terhadap variabel dependen minat mahasiswa masuk FITK UIN Walisongo Semarang. Sedangkan sisanya sebesar 65,5% ($100\% - 34,5\% = 65,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.⁴⁸

3. Jurnal yang berjudul “*Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Beli Pada Program Magister Manajemen Universitas Kristen Maranatha*” Oleh Yolla Margaretha tahun 2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product*, *price*, *physical evidence*, dan *process* berpengaruh terhadap minat beli pada program magister. Sedangkan *place*, *promotion*, dan *people* tidak berpengaruh terhadap minat beli pada program magister. Kemudian hasil *adjusted R square* adalah sebesar 0,399 yang menunjukkan bahwa pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap minat beli sebesar 39,90 % dan sisanya sebesar 60,1 % dipengaruhi oleh faktor lain.⁴⁹

⁴⁸ Nur Faizah Rahmawati (123311035), *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Mahasiswa Masuk Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang* : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2016.

⁴⁹ Yolla Margaretha, Jurnal: Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Beli Pada Program Magister Manajemen Universitas

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti produk dan harga sebagai variabel bebas/ independent (X) yang akan mempengaruhi variabel terikat/ dependent (Y). Hanya saja dalam penelitian pertama membahas variabel produk, harga dan promosi. Sedangkan penelitian kedua dan ketiga membahas tentang bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Sedangkan dalam penelitian ini memfokuskan pada variabel kualitas produk dan harga. Untuk variabel terikat/dependent (Y) peneliti memfokuskan pada variabel minat.

C. Rumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁵⁰ Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat pemilihan madrasah tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

Kristen Maranatha, *Jurnal Semantik*, (Volume 20, Nomor 3, Tahun 2011), hlm. 137-138.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 64.

2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap minat pemilihan madrasah tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap minat pemilihan madrasah tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif menggunakan instrumen (alat pengumpulan data) yang menghasilkan data *numerical* (angka). Analisis data dilakukan menggunakan teknik statistik untuk mereduksi dan mengelompokkan data, menentukan hubungan, serta mengidentifikasi perbedaan antar kelompok data.¹

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan korelasional, yaitu menggunakan analisis yang berupa angka atau bilangan. Pada penelitian ini peneliti mencari ada tidaknya pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap minat pemilihan MTs di kecamatan Ngaliyan Semarang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan pada tanggal 16 April 2018 sampai dengan 15 Mei 2018. Tempat Penelitian ini dilakukan di madrasah tsanawiyah dan tersebar di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Lembaga Madrasah Tsanawiyah tersebut antara lain:

1. MTs Darul Ulum
2. MTs Nurussibyan

¹Trianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan bagi Pengembangan Profesi Pendidikan & Tenaga Kependidikan*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 175.

3. MTs Fatahillah

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.² Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa di Madrasah Tsanawiyah Kecamatan Ngaliyan Semarang yang berjumlah 466 siswa yang terdiri dari 3 lembaga madrasah tsanawiyah yaitu:

- a. MTs Darul Ulum :181 siswa
- b. MTs Nurussibyan : 58 siswa
- c. MTs Fatahillah : 227 siswa

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Sugiyono jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Semakin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya semakin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka semakin besar kesalahan generalisasi.³

²Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 118.

³Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 62-69.

Dalam penelitian ini, dengan mempertimbangkan jumlah populasi, untuk menentukan berapa minimal sampel yang layak digunakan dalam penelitian menurut Roscoe yang dikutip dalam bukunya Sugiyono adalah antara 30 sampai 500 sampel.⁴

Sampel dalam penelitian ini adalah siswa yang sedang/masih belajar di Madrasah Tsanawiyah Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Sampel tersebut diambil secara acak (*stratifikasi random sampling*). Adapun menurut Isaac dan Michael yang dikutip oleh Sugiyono bahwa jumlah sampel dengan taraf kesalahan 10% adalah sebesar 173 responden. Adapun sebaran responden pada masing-masing sekolah adalah sebagai berikut:

- a. MTs Darul Ulum : 67 responden
- b. MTs Nurussibyan : 22 responden
- c. MTs Fatahillah : 84 responden

D. Variabel Dan Indikator Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 90-91.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 63

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶ Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas produk (X1)
- b. Harga (X2)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sehingga variabel terikat munculnya setelah variabel bebas.⁷ Adapun variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah minat dalam pemilihan madrasah tsanawiyah.

3. Indikator Penelitian

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas Produk (X1)	1. Reputasi	1.1 Prestasi akademik	1-3
		1.2 Prestasi non akademik	4-6
	2. Prospek	2.1 Lulusan sekolah	7-10
		3.1 Pilihan program kegiatan yang bervariasi	11-13
	3. Variasi pilihan		
Harga (X2)	1. Penetapan	1.1 biaya	1-4

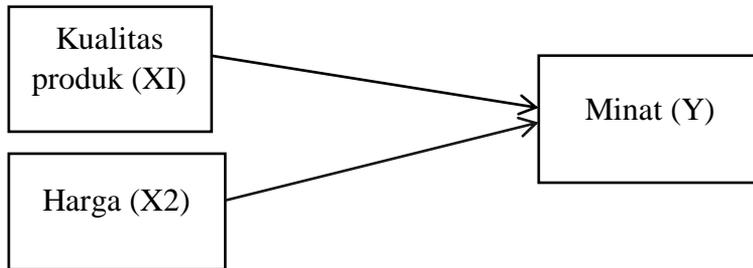
⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D...*, hlm. 39.

⁷ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian...*, hlm. 4.

	<p>harga berdasar kan biaya</p> <p>2. Penetapan harga berdasar kan persaingan</p> <p>3. Penetapan harga berdasar kan permintaan</p>	<p>pendidikan</p> <p>1.2 biaya uang gedung</p> <p>1.3 biaya SPP</p> <p>1.4 biaya pembelian buku</p> <p>2.1 perbandingan harga</p> <p>3.1 pelayanan baik</p> <p>3.2 tenaga pengajar sesuai bidangnya</p> <p>3.3 koleksi perpustakaan memadai</p> <p>3.4 kesesuaian biaya dengan mutu pendidikan</p>	<p>5</p> <p>6-7</p> <p>8</p> <p>9-10</p> <p>11</p> <p>12</p> <p>13</p> <p>14</p>
Minat (Y)	1. Minat transaksional	<p>1.1 pemilihan pribadi</p> <p>1.2 ketertarikan biaya pendidikan yang ditawarkan</p> <p>1.3 ketertarikan produk yang</p>	<p>1-2</p> <p>3</p> <p>4</p>

		ditawarkan	5
	2. Minat preferensial	1.4 ketertarikan manfaaat yang ditawarkan	6 7 8
	3. Minat referensial	2.1 SPP 2.2 uang gedung 2.3reputasi sekolah	9 10
	4. Minat eksploratif	3.1kerabat dekat 3.2keluarga 4.1Mencari informasi sendiri	11-16

Tabel 3.2
Hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:



E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan metode yaitu sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapatkan jawaban dari responden berkenaan dengan data yang diperlukan.⁸ Teknik ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data tentang kualitas produk dan harga serta minat dalam pemilihan sekolah.

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda *checklist* (√).

Skala yang digunakan adalah skala *Likert*, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan.⁹

F. Teknik Analisis Data

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D...*, hlm. 142

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*,..., hlm. 136.

Analisis data adalah suatu langkah yang paling menentukan dalam penelitian karena analisis data berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik.¹⁰ Analisis data dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis Pendahuluan

Merupakan analisis penelitian pertama kali yang dilakukan dengan cara memasukan hasil pengolahan data angket responden ke dalam tabel data frekuensi. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik statistik yang menghitung nilai kualitas dan kuantitas dengan cara memberikan penilaian berdasarkan atas jawaban angket yang telah disebarkan kepada responden, dimana masing-masing item diberikan alternatif jawaban. Untuk mempermudah penggolongan data statistiknya, angka setiap item soal positif diberi skor sebagai berikut:¹¹

Tabel 3.3
Alternatif dan Skor Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	4
2.	S	Setuju	3
3.	TS	Tidak Setuju	2

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D...*, hlm. 147.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 241.

4.	STS	Sangat Tidak Setuju	1
----	-----	---------------------	---

a. Uji Validitas Instrumen

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila instrument mampu mengukur apa yang hendak di ukur. Instrumen dalam penelitian ini, perlu diujicobakan terlebih dahulu kepada responden yang bukan merupakan sampel dalam penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan instrumen yang valid dan reliabel.

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.¹² Teknik yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment* dengan angka kasar, dengan rumus sebagai berikut:¹³

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara item (X) dengan skor total (Y)

X = skor setiap item

Y = skor total

N = jumlah responden

Kemudian menguji apakah korelasi itu signifikan atau tidak dengan mengkonsultasikan hasil r_{xy} pada tabel r_{tabel} . Bila koefisien korelasi sama atau lebih besar

¹² Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*,..., hlm. 348.

¹³ Suharsimi Arikunto, *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara. 2010), hlm. 87.

r_{tabel} maka butir instrumen dinyatakan valid.¹⁴ Butir validitas yang tidak valid akan dibuang dan tidak digunakan. Sedangkan butir angket yang valid digunakan sebagai alat untuk memperoleh data. Perhitungan dibantu dengan menggunakan program SPSS 16.0. Hasil uji validitas data yang diujikan adalah sebagai berikut.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Produk)

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n=173	Keputusan
1	0,467	0,320	Valid
2	0,547	0,320	Valid
3	0,434	0,320	Valid
4	0,529	0,320	Valid
5	0,443	0,320	Valid
6	0,126	0,320	Tidak Valid
7	0,791	0,320	Valid
8	0,601	0,320	Valid
9	0,509	0,320	Valid
10	0,357	0,320	Valid
11	0,582	0,320	Valid
12	0,475	0,320	Valid
13	0,043	0,320	Tidak Valid

Untuk analisis variabel kualitas produk diketahui bahwa dari 13 pernyataan terdapat 2 pernyataan yang tidak valid atau mempunyai nilai signifikan < 5% yaitu pernyataan nomor 6 dan nomor 13, sehingga dikeluarkan dari daftar pernyataan.

¹⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian, ...,* hlm. 357.

Hal ini dikarenakan pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator dari variabel.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel X₂ (Pengaruh Harga)

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n=173	Keputusan
1	0,371	0,320	Valid
2	0,636	0,320	Valid
3	0,574	0,320	Valid
4	0,585	0,320	Valid
5	0,459	0,320	Valid
6	0,366	0,320	Valid
7	0,316	0,320	Valid
8	0,421	0,320	Valid
9	0,466	0,320	Valid
10	0,286	0,320	Tidak Valid
11	0,371	0,320	Valid
12	0,450	0,320	Valid
13	0,449	0,320	Valid
14	0,359	0,320	Valid

Untuk analisis variabel harga diketahui bahwa dari 14 pernyataan terdapat 1 pernyataan yang tidak valid atau mempunyai nilai signifikan < 5% yaitu pernyataan nomor 10, sehingga dikeluarkan dari daftar pernyataan. Hal ini dikarenakan pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator dari variabel harga.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat)

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n=173	Keputusan
1	0,572	0,320	Valid
2	0,477	0,320	Valid
3	0,528	0,320	Valid
4	0,612	0,320	Valid
5	0,488	0,320	Valid
6	0,615	0,320	Valid
7	0,640	0,320	Valid
8	0,589	0,320	Valid
9	0,496	0,320	Valid
10	0,570	0,320	Valid
11	0,644	0,320	Valid
12	0,504	0,320	Valid
13	0,539	0,320	Valid
14	0,541	0,320	Valid
15	0,415	0,320	Valid
16	0,255	0,320	Tidak Valid

Untuk analisis variabel minat diketahui bahwa dari 16 pernyataan terdapat 1 pernyataan yang tidak valid atau mempunyai nilai signifikan < 5% yaitu pernyataan nomor 16, sehingga dikeluarkan dari daftar pernyataan. Hal ini dikarenakan pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator dari variabel minat.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Dalam menentukan apakah instrumen memiliki daya keajegan mengukur atau reliabilitas yang tinggi ataukah

belum, peneliti menggunakan rumus *alpha*. Adapun rumus *alpha* dimaksud adalah sebagai berikut:¹⁵

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_t^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas tes

n = banyaknya butir item yang dikeluarkan dalam tes

1 = bilangan konstan

$\sum S_t^2$ = jumlah varian butir

S_t^2 = varian total

Harga r_{11} yang diperoleh dikonsultasikan dengan harga r tabel *product moment* dengan taraf signifikan 5% dan 1%. Soal dikatakan reliabilitas jika harga $r_{11} > r_{tabel}$.

Tabel 3.7

Uji Reliabilitas Variabel X₁, X₂, X₃

Variabel	r_{xy}	r_{tabel} $\alpha=0,05$ N=173	Keputusan
Kualitas Produk (X ₁)	0,687	> 0,320	Reliabel
Harga (X ₂)	0,704	> 0,320	Reliabel
Minat (Y)	0,823	> 0,320	Reliabel

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai koefisien reliabilitas angket variabel Kualitas *Produk* (X₁) sebesar 0,687 dan variabel harga sebesar 0,704 serta variabel minat sebesar 0,823. Berdasarkan nilai koefisien reliabilitas tersebut dapat

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*,..., hlm. 115.

disimpulkan bahwa angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten sehingga dapat digunakan sebagai instrumen.

2. Analisis Akhir

a. Analisis korelasi *Product Moment*

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi. Sebelum dilakukan teknik analisis regresi, terlebih dahulu mencari korelasi antara variabel X dengan variabel Y dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*. Yaitu dengan rumus:

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

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}$$

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

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

Keterangan:

r_{xy} : angka indeks korelasi “r” *Product Moment*

N : jumlah responden

$\sum XY$: jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y

$\sum X$: jumlah seluruh skor X

$\sum Y$: jumlah seluruh skor Y¹⁶

Setelah diadakan uji korelasi *product moment*, maka hasil yang diperoleh dikonsultasikan dengan r tabel pada taraf signifikansi 5% dengan asumsi sebagai berikut:

¹⁶ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*,..., hlm. 228.

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

Untuk menguji signifikansi korelasi antara variabel X dan variabel Y dengan menggunakan uji t. Rumusnya:¹⁷

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

b. Korelasi Regresi Sederhana

Analisis korelasi regresi sederhana yaitu regresi linier yang hanya melibatkan dua variabel (variabel X dan variabel Y). Korelasi regresi sederhana umumnya tertarik pada minat untuk mengetahui besar dan arah dari hubungan, disamping minat yang lain, yaitu ingin mengadakan prediksi suatu variabel terhadap variabel yang lain.¹⁸ Formula atau model sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b(x)$$

Keterangan:

- \hat{Y} = Variabel dependen konstanta (nilai yang diprediksikan)
- x = Variabel independen
- a = Nilai konstanta harga Y jika X =0

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D...*, hlm 183-184.

¹⁸ Amos Noelaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 137.

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Dengan pencarian $a+b(X)$ menggunakan rumus, yaitu:

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \hat{Y} - b X$$

$$\frac{(\sum X^2)(\sum Y) - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

c. Korelasi Regresi Berganda

Analisis korelasi berganda dan regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu *dependent variable* dengan dua atau lebih *independent variable*.¹⁹ Regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap minat pemilihan madrasah tsanawiyah (Y). Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = minat pemilihan MTs

a = bilangan konstanta

b_1 = koefisien regresi kualitas produk

b_2 = koefisien regresi harga

X_1 = kualitas produk

¹⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*,... hlm. 296.

$$X_2 = \text{harga}^{20}$$

d. Uji T (Parsial)

Uji T dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara individu variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Adapun Rumus pengujiannya adalah sebagai berikut:

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

r = koefisien korelasi

n= jumlah responden²¹

e. Uji F (Simultan)

Uji F adalah alat untuk menguji variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

a) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi ($JK_{Reg[a]}$) dengan rumus:

$$JK_{Reg[a]} = \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$$

b) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi ($JK_{Reg[b|a]}$) dengan rumus:

$$JK_{Reg[b|a]} = b \left\{ \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \right\}$$

²⁰ Riduwan, Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 108.

²¹ Sudjana, *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*, (Bandung, Tarsito, 2003), hlm. 62.

- c) Mencari Jumlah Kuadrat Residu (JK_{Res}) dengan rumus:

$$JK_{Res} = \Sigma Y^2 - JK_{Reg[b|a]} - JK_{Reg[a]}$$

- d) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg [a]}$) dengan rumus:

$$RJK_{reg[a]} = JK_{Reg[a]}$$

- e) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg [b|a]}$) dengan rumus:

$$RJK_{reg[b|a]} = JK_{Reg[b|a]}$$

- f) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Residu (RJK_{Res}) dengan rumus:

$$RJK_{res} = \frac{JK_{Res}}{n - 2}$$

- g) Menguji Signifikansi dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{Reg(b|a)}}{RJK_{res}}$$

Adapun kaidah pengujian signifikansi adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka tolak H_0 artinya signifikan dan $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka tolak H_a artinya tidak signifikan.²²

²² Sambas Ali Muhidin, Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2009), hlm.196-197.

3. Analisis Lanjut

Setelah diperoleh F_{reg} , maka langkah selanjutnya adalah membandingkan harga F_{reg} dengan nilai F_{tabel} , pada taraf 5% dengan kemungkinan:

- a. Jika F_{reg} lebih besar dari pada F_{tabel} 5%, maka signifikan (hipotesis diterima). Berarti ada pengaruh yang positif dari kualitas produk dan harga terhadap minat siswa memilih MTs.
- b. Jika F_{reg} lebih kecil dari pada F_{tabel} 5%, maka non signifikan (hipotesis ditolak), yang artinya tidak ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat siswa memilih MTs.²³

²³ Riduwan, Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis,...*, hlm. 102.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Kualitas Produk

a. Deskripsi Data tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pemilihan MTs Darul Ulum

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa F hitung sebesar 44,879 dengan tingkat kesalahan 0,000%. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat memilih MTs Darul Ulum. Kemudian didapat korelasi $r = 0,626$. Hal ini menunjukkan ada hubungan antara kualitas produk dan minat.

Dari analisis tersebut dapat diketahui pula nilai koefisien Determinasi R Square sebesar 0,391. Hal ini menunjukan bahwa sebesar 39,1 % adanya pengaruh kualitas produk terhadap minat memilih MTs Darul Ulum. Sedangkan sisanya sebesar 60,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Uji T (Uji Kebermaknaan Variabel) diperoleh bahwa t hitung untuk variabel produk jasa terhadap minat memilih MTs Darul Ulum sebesar 6,465 pada taraf signifikansi 0,000 bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh kualitas produk terhadap minat memilih MTs Darul Ulum. Untuk mengetahui mean dan standar deviasi menggunakan SPSS 16.0 seperti dibawah ini:

**Tabel 4.1 Mean dan standar deviasi MTs Darul Ulum
Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Minat	42.63	5.726	67
Kualitas Produk	35.07	3.426	67

Pada tabel descriptive statistics, didapat mean = 35,07 dan standar deviasi sebesar 3,426. Kemudian deskripsi tanggapan responden atas variabel minat siswa dapat dilihat dari uraian dibawah ini.

Berdasarkan tanggapan dari 67 responden mengenai variabel kualitas produk terhadap minat memilih MTs Darul Ulum terdiri dari item pernyataan yang selanjutnya akan diuraikan jawaban responden sebagai berikut.

- 1) Pernyataan tentang MTs memiliki tingkat kelulusan UN yang tinggi dan stabil

Tabel 4.2 Distribusi jawaban responden atas tingkat kelulusan UN yang tinggi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	25	37,3
2.	Tinggi	39	58,2
3.	Rendah	3	4,5
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas pernyataan tingkat kelulusan UN tinggi dan stabil menunjukkan 58,2% responden dengan kategori tinggi dan 4,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan

bahwa tingkat kelulusan UN yang tinggi dan stabil berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas tingkat UN yang tinggi dan stabil.

- 2) Pernyataan tentang MTs sudah terakreditasi dengan baik

Tabel 4.3 Distribusi jawaban responden atas Mts

Darul Ulum sudah terakreditasi baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	32	48,5
2.	Tinggi	33	50
3.	Rendah	1	1,5
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	66	100

Tanggapan responden atas pernyataan MTs Darul Ulum sudah terakreditasi dengan baik menunjukkan 50% responden dengan kategori tinggi dan 1,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Darul Ulum sudah terakreditasi dengan baik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Darul Ulum sudah terakreditasi dengan baik.

- 3) Pernyataan tentang prestasi belajar MTs sudah baik dan sesuai apa yang diinginkan

Tabel 4.4 Distribusi jawaban responden atas prestasi belajar Mts Darul Ulum yang sudah baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	21	31,3
2.	Tinggi	41	61,2
3.	Rendah	5	7,5
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas pernyataan prestasi belajar MTs Darul Ulum sudah baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan menunjukkan 61,2% responden dengan kategori tinggi dan 7,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa prestasi belajar MTs Darul Ulum sudah baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas prestasi belajar MTs Darul Ulum sudah baik dan sesuai apa yang diinginkan.

- 4) Pernyataan tentang MTs sering mendapatkan berbagai penghargaan

Tabel 4.5 Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum sering mendapatkan penghargaan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	21	31,3
2.	Tinggi	44	65,7
3.	Rendah	2	3
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas pernyataan MTs Darul Ulum sering mendapatkan berbagai penghargaan menunjukkan 65,7% responden dengan kategori tinggi dan 3% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Darul Ulum sering mendapatkan berbagai penghargaan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Darul Ulum sering mendapatkan berbagai penghargaan.

- 5) Pernyataan tentang karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan

Tabel 4.6 Distribusi jawaban responden atas karya siswa siswi selalu menjadi nominasi kejuaraan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	15	22,4
2.	Tinggi	44	65,7
3.	Rendah	8	11,9
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas pernyataan karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan menunjukkan 65,7% responden dengan kategori tinggi dan 11,9% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu

terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan.

- 6) Pernyataan tentang lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi

Tabel 4.7 Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	26	38,8
2.	Tinggi	36	53,7
4.	Rendah	5	7,5
5.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas pernyataan tentang lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi menunjukkan 53,7% responden dengan kategori tinggi dan 7,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.

- 7) Pernyataan tentang MTs memiliki kompetensi yang baik

Tabel 4.8 Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum memiliki kompetensi yang baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	13	19,4
2.	Tinggi	50	74,6
3.	Rendah	3	4,5
4.	Sangat Rendah	1	1,5
	Total	67	100

Tanggapan responden atas MTs Darul Ulum memiliki kompetensi yang baik menunjukkan 74,6% responden dengan kategori tinggi dan 1,5% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Darul Ulum memiliki kompetensi yang baik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Darul Ulum memiliki kompetensi yang baik.

- 8) Pernyataan tentang lulusan MTs dapat diterima di sekolah dengan mudah

Tabel 4.9 Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Darul Ulum dapat diterima di sekolah lain dengan mudah

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	10	14,9
2.	Tinggi	44	65,7
3.	Rendah	13	19,4
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas lulusan MTs Darul Ulum dapat diterima di sekolah dengan mudah menunjukkan 65,7% responden dengan kategori tinggi dan 19,4% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa lulusan MTs Darul Ulum dapat diterima di sekolah dengan mudah berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas lulusan MTs Darul Ulum dapat diterima di sekolah dengan mudah.

- 9) Pernyataan tentang alumni MTs menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan.

Tabel 4.10 Distribusi jawaban responden atas alumni MTs Darul Ulum menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	14	20,9
2.	Tinggi	40	59,7
3.	Rendah	12	17,9
4.	Sangat Rendah	1	1,5
	Total	67	100

Tanggapan responden atas alumni MTs Darul Ulum menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan menunjukkan 59,7% responden dengan kategori tinggi dan 1,5% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa alumni MTs Darul Ulum menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul

Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas alumni MTs Darul Ulum menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan.

- 10) Pernyataan tentang MTs menyediakan bermacam-macam program pilihan

Tabel 4.11 Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum menyediakan bermacam-macam program pilihan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	21	31,3
2.	Tinggi	40	59,7
3.	Rendah	6	9
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas MTs Darul Ulum menyediakan bermacam-macam program pilihan menunjukkan 59,7% responden dengan kategori tinggi dan 9% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Darul Ulum menyediakan bermacam-macam program pilihan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs menyediakan bermacam-macam program pilihan.

- 11) Pernyataan tentang MTs memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik

Tabel 4.12 Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum memiliki variasi pilihan program yang menarik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	11	16,4
2.	Tinggi	51	76,1
3.	Rendah	5	7,5
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas MTs Darul Ulum memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik menunjukkan 76,1% responden dengan kategori tinggi dan 7,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik.

b. Deskripsi Data tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pemilihan MTs Fatahillah

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa F hitung sebesar 20,277 dengan tingkat kesalahan 0,000%. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk

memprediksi bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat memilih MTs Fatahillah. Kemudian didapat korelasi $r = 0,445$. Hal ini menunjukkan ada hubungan antara kualitas produk dan minat.

Dari analisis tersebut dapat diketahui pula nilai koefisien Determinasi R Square sebesar 0,198. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 19,8% adanya pengaruh kualitas produk terhadap minat memilih MTs Fatahillah. Sedangkan sisanya sebesar 80,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Uji T (Uji Kebermaknaan Variabel) diperoleh bahwa t hitung untuk variabel produk jasa terhadap minat memilih MTs Fatahillah sebesar 4,503 pada taraf signifikansi 0,000 bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh kualitas produk terhadap minat memilih MTs Fatahillah. Untuk mengetahui mean dan standar deviasi menggunakan SPSS 16.0 seperti dibawah ini:

Tabel 4.13 Mean dan standar deviasi MTs Fatahillah
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat	44.49	5.563	84
Kualitas Produk	34.50	4.569	84

Pada tabel descriptive statistics, didapat mean = 34,50 dan standar deviasi sebesar 4,569. Kemudian

deskripsi tanggapan responden atas variabel minat siswa dapat dilihat dari uraian dibawah ini.

Berdasarkan tanggapan dari responden mengenai variabel kualitas produk terhadap minat memilih MTs Fatahillah terdiri dari item pernyataan yang selanjutnya akan diuraikan jawaban responden sebagai berikut.

- 1) Pernyataan tentang MTs memiliki tingkat kelulusan UN yang tinggi dan stabil

Tabel 4.14 Distribusi jawaban responden atas tingkat kelulusan UN yang tinggi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	25	30,1
2.	Tinggi	52	62,7
3.	Rendah	5	6
4.	Sangat Rendah	1	1,2
	Total	83	100

Tanggapan responden atas pernyataan tingkat kelulusan UN tinggi dan stabil menunjukkan 62,7% responden dengan kategori tinggi dan 1,2% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tingkat kelulusan UN yang tinggi dan stabil berpengaruh terhadap minat memilih MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas tingkat UN yang tinggi dan stabil.

- 2) Pernyataan tentang MTs sudah terakreditasi dengan baik.

Tabel 4.15 Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah sudah terakreditasi baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	32	38,6
2.	Tinggi	47	56,6
3.	Rendah	3	3,6
4.	Sangat Rendah	1	1,2
	Total	83	100

Tanggapan responden atas pernyataan MTs Fatahillah sudah terakreditasi dengan baik menunjukkan 56,6% responden dengan kategori tinggi dan 1,2% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Fatahillah sudah terakreditasi dengan baik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Fatahillah sudah terakreditasi dengan baik.

- 3) Pernyataan tentang prestasi belajar MTs sudah baik dan sesuai apa yang diinginkan

Tabel 4.16 Distribusi jawaban responden atas prestasi belajar Mts Fatahillah yang sudah baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	25	29,8
2.	Tinggi	47	55,9
3.	Rendah	9	10,7
4.	Sangat Rendah	3	3,6
	Total	84	100

Tanggapan responden atas pernyataan prestasi belajar MTs Fatahillah sudah baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan menunjukkan 55,9% responden dengan kategori tinggi dan 3,6% .responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa prestasi belajar MTs Fatahillah sudah baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTsFatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas prestasi belajar MTs Fatahillah sudah baik dan sesuai apa yang diinginkan.

- 4) Pernyataan tentang MTs sering mendapatkan berbagai penghargaan

Tabel 4.17 Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah sering mendapatkan penghargaan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	31	36,9
2.	Tinggi	49	58,3
3.	Rendah	4	4,8
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	84	100

Tanggapan responden atas pernyataan MTs Fatahillah sering mendapatkan berbagai penghargaan menunjukkan 58,3% responden dengan kategori tinggi dan 4,8% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Fatahillah sering mendapatkan berbagai penghargaan berpengaruh

terhadap minat pemilihan MtsFatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Fatahillah sering mendapatkan berbagai penghargaan.

- 5) Pernyataan tentang karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan

Tabel 4.18 Distribusi jawaban responden atas karya siswa siswi selalu menjadi nominasi kejuaraan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	25	29,8
2.	Tinggi	44	52,4
3.	Rendah	10	11,9
4.	Sangat Rendah	5	5,9
	Total	84	100

Tanggapan responden atas pernyataan karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan menunjukkan 52,4% responden dengan kategori tinggi dan 5,9% .responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan.

- 6) Pernyataan tentang lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi

Tabel 4.19 Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Fatahillah banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	30	35,7
2.	Tinggi	49	58,3
3.	Rendah	4	4,8
4.	Sangat Rendah	1	1,2
	Total	84	100

Tanggapan responden atas lulusan MTs Fatahillah banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi menunjukkan 58,3% responden dengan kategori tinggi dan 1,2% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi berpengaruh terhadap minat pemilihan Mts Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.

- 7) Pernyataan tentang MTs memiliki kompetensi yang baik

Tabel 4.20 Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah memiliki kompetensi yang baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	25	29,8
2.	Tinggi	53	63
3.	Rendah	4	4,8
4.	Sangat Rendah	2	2,4
	Total	84	100

Tanggapan responden atas MTs Fatahillah memiliki kompetensi yang baik menunjukkan 63% responden dengan kategori tinggi dan 2,4% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Fatahillah memiliki kompetensi yang baik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Fatahillah memiliki kompetensi yang baik.

- 8) Pernyataan tentang lulusan MTs dapat diterima di sekolah dengan mudah

Tabel 4.21 Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Fatahillah dapat diterima di sekolah lain dengan mudah

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	27	32,2
2.	Tinggi	39	46,4
3.	Rendah	17	20,2
4.	Sangat Rendah	1	1,2
	Total	84	100

Tanggapan responden atas lulusan MTs Fatahillah dapat diterima di sekolah dengan mudah menunjukkan 46,4% responden dengan kategori tinggi dan 1,2% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa lulusan MTs Fatahillah dapat diterima di sekolah dengan mudah berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs

Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas lulusan MTs Fatahillah dapat diterima di sekolah dengan mudah.

- 9) Pernyataan tentang alumni MTs menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan.

Tabel 4.22 Distribusi jawaban responden atas alumni MTs Fatahillah menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	20	23,8
2.	Tinggi	36	42,8
3.	Rendah	25	29,8
4.	Sangat Rendah	3	3,6
	Total	84	100

Tanggapan responden atas alumni MTs Fatahillah menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan menunjukkan 42,8% responden dengan kategori tinggi dan 3,6% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa alumni MTs Fatahillah menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas alumni MTs Fatahillah menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan.

- 10) Pernyataan tentang MTs menyediakan bermacam-macam program pilihan

Tabel 4.23 Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah menyediakan bermacam-macam program pilihan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	18	21,7
2.	Tinggi	56	67,5
3.	Rendah	6	7,2
4.	Sangat Rendah	3	3,6
	Total	83	100

Tanggapan responden atas MTs Fatahillah menyediakan bermacam-macam program pilihan menunjukkan 67,5% responden dengan kategori tinggi dan 3,6% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Fatahillah menyediakan bermacam-macam program pilihan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Fatahillah menyediakan bermacam-macam program pilihan.

- 11) Pernyataan tentang MTs memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik

Tabel 4.24 Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah memiliki variasi pilihan program yang menarik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	17	20,2
2.	Tinggi	57	67,9
3.	Rendah	7	8,3
4.	Sangat Rendah	3	3,6
	Total	84	100

Tanggapan responden atas MTs Fatahillah memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik menunjukkan 67,9% responden dengan kategori tinggi dan 3,6% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Fatahillah memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik

c. Deskripsi Data tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat memilih MTs Nurussibyan

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa F hitung sebesar 4,305 dengan tingkat kesalahan 0,000%. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat memilih MTs Nurussibyan. Kemudian didapat korelasi $r = 0,421$. Hal ini menunjukkan ada hubungan antara kualitas produk dan minat.

Dari analisis tersebut dapat diketahui pula nilai koefisien Determinasi R Square sebesar 0,177. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 17,7 % adanya pengaruh kualitas produk terhadap minat memilih MTs

Nurussibyan. Sedangkan 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Uji T (Uji Kebermaknaan Variabel) diperoleh bahwa t hitung untuk variabel produk jasa terhadap minat memilih MTs Nurussibyan sebesar 2,075 pada taraf signifikansi 0,000 bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh kualitas produk terhadap minat memilih MTs Nurussibyan. Untuk mengetahui mean dan standar deviasi menggunakan SPSS 16.0 seperti dibawah ini:

Tabel 4.25 Mean dan standar deviasi MTs Nurussibyan
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat	41.73	6.489	22
Kualitas Produk	34.27	4.300	22

Pada tabel descriptive statistics, didapat mean = 34,27 dan standar deviasi sebesar 4,300. Kemudian deskripsi tanggapan responden atas variabel minat siswa dapat dilihat dari uraian dibawah ini.

Berdasarkan tanggapan dari responden mengenai variabel kualitas produk terhadap minat memilih MTs Nurussibyan terdiri dari item pernyataan yang selanjutnya akan diuraikan jawaban responden sebagai berikut.

- 1) Pernyataan tentang MTs memiliki tingkat kelulusan UN yang tinggi dan stabil

Tabel 4.26 Distribusi jawaban responden atas tingkat kelulusan UN yang tinggi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	9	41
2.	Tinggi	13	59
3.	Rendah	0	0
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas pernyataan tingkat kelulusan UN tinggi dan stabil menunjukkan 59% responden dengan kategori tinggi. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tingkat kelulusan UN yang tinggi dan stabil berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas tingkat UN yang tinggi dan stabil.

- 2) Pernyataan tentang MTs sudah terakreditasi dengan baik

Tabel 4.27 Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan sudah terakreditasi baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	9	40,9
2.	Tinggi	12	54,5
3.	Rendah	1	4,5
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas pernyataan MTs Nurussibyan sudah terakreditasi dengan baik menunjukkan 54,5% responden dengan kategori tinggi dan 4,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Nurussibyan sudah

terakreditasi dengan baik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Nurussibyan sudah terakreditasi dengan baik.

- 3) Pernyataan tentang prestasi belajar MTs sudah baik dan sesuai apa yang diinginkan

Tabel 4.28 Distribusi jawaban responden atas prestasi belajar Mts Nurussibyan yang sudah baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	4	18,2
2.	Tinggi	15	68,2
3.	Rendah	2	9,1
4.	Sangat Rendah	1	4,5
	Total	22	100

Tanggapan responden atas pernyataan prestasi belajar MTs Nurussibyan sudah baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan menunjukkan 68,2% responden dengan kategori tinggi dan 4,5% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa prestasi belajar MTs Nurussibyan sudah baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas prestasi belajar MTs Nurussibyan sudah baik dan sesuai apa yang diinginkan.

- 4) Pernyataan tentang MTs sering mendapatkan berbagai penghargaan

Tabel 4.29 Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan sering mendapatkan penghargaan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	7	31,8
2.	Tinggi	13	59,1
3.	Rendah	2	9,1
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas pernyataan MTs Nurussibyan sering mendapatkan berbagai penghargaan menunjukkan 59,1% .responden dengan kategori tinggi dan 9,1% .responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Nurussibyan sering mendapatkan berbagai penghargaan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Nurussibyan sering mendapatkan berbagai penghargaan.

- 5) Pernyataan tentang karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan

Tabel 4.30 Distribusi jawaban responden atas karya siswa siswi selalu menjadi nominasi kejuaraan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	4	18,2
2.	Tinggi	14	63,6
3.	Rendah	4	18,2
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas pernyataan karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan menunjukkan 63,6% responden dengan kategori tinggi dan 18,2% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas karya siswa siswi selalu menjadi nominasi dalam kejuaraan.

- 6) Pernyataan tentang lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi

Tabel 4.31 Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Nurussibyan banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	5	22,7
2.	Tinggi	14	63,6
3.	Rendah	3	13,7
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas pernyataan lulusan MTs Nurussibyan banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi menunjukkan 63,6% responden dengan kategori tinggi dan 13,7% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat

diinterpretasikan bahwa lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas lulusan MTs banyak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.

7) Pernyataan tentang MTs memiliki kompetensi yang baik

Tabel 4.32 Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan memiliki kompetensi yang baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	9	40,9
2.	Tinggi	12	54,5
3.	Rendah	1	4,5
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas MTs Nurussibyan memiliki kompetensi yang baik menunjukkan 54,5% responden dengan kategori tinggi dan 4,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs Nurussibyan memiliki kompetensi yang baik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Nurussibyan memiliki kompetensi yang baik.

- 8) Pernyataan tentang lulusan MTs dapat diterima di sekolah dengan mudah

Tabel 4.33 Distribusi jawaban responden atas lulusan MTs Nurussibyan dapat diterima di sekolah lain dengan mudah

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	7	31,8
2.	Tinggi	12	54,5
3.	Rendah	3	13,6
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas lulusan MTs Nurussibyan dapat diterima di sekolah dengan mudah menunjukkan 54,5% responden dengan kategori tinggi dan 13,6% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa lulusan MTs Nurussibyan dapat diterima di sekolah dengan mudah berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas lulusan MTs Nurussibyan dapat diterima di sekolah dengan mudah.

- 9) Pernyataan tentang alumni MTs menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan.

Tabel 4. 34 Distribusi jawaban responden atas alumni MTs Nurussibyan menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	3	13,6
2.	Tinggi	14	63,6
3.	Rendah	5	22,7
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas alumni MTs Nurussibyan menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan menunjukkan 63,6% responden dengan kategori tinggi dan 22,7% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa alumni MTs Nurussibyan menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas alumni MTs Nurussibyan menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan.

- 10) Pernyataan tentang MTs menyediakan bermacam-macam program pilihan

Tabel 4.35 Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan menyediakan bermacam-macam program pilihan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	4	18,2
2.	Tinggi	13	59,1
3.	Rendah	5	22,7
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

- 11) Tanggapan responden atas MTs Nurussibyan menyediakan bermacam-macam program pilihan menunjukkan 59,1% responden dengan kategori tinggi dan 22,7% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan

bahwa MTs Nurussibyan menyediakan bermacam-macam program pilihan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs menyediakan bermacam-macam program pilihan.

- 12) Pernyataan tentang MTs memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik

Tabel 4.36 Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan memiliki variasi pilihan program yang menarik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	2	9,1
2.	Tinggi	12	54,5
3.	Rendah	8	36,4
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas MTs Nurussibyan memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik menunjukkan 54,5% responden dengan kategori tinggi dan 36,4% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs Nurussibyan memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik.

2. Deskripsi Data Harga

a. Deskripsi Data tentang Pengaruh Harga Terhadap Minat Pemilihan MTs Darul Ulum

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa F hitung sebesar 32,934 dengan tingkat kesalahan 0,000%. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi bahwa harga berpengaruh terhadap minat memilih MTs Darul Ulum. Kemudian didapat korelasi $r = 0,580$. Hal ini menunjukkan ada hubungan antara harga dan minat.

Dari analisis tersebut dapat diketahui pula nilai koefisien Determinasi R Square sebesar 0,336 . Hal ini menunjukan bahwa sebesar 33,6 % adanya pengaruh harga terhadap minat memilih MTs Darul Ulum. Sedangkan sisanya sebesar 66,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Uji T (Uji Kebermaknaan Variabel) diperoleh bahwa t hitung untuk variabel harga terhadap minat memilih MTs Darul Ulum sebesar 5,739 pada taraf signifikansi 0,000 bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh harga terhadap minat memilih MTs Darul Ulum. Untuk mengetahui mean dan standar deviasi menggunakan SPSS 16.0 seperti dibawah ini:

Tabel 4.37 Mean dan standar deviasi MTs Darul Ulum

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Minat	42.63	5.726	67
Harga	40.06	4.424	67

Pada tabel descriptive statistics, didapat mean = 40,06 dan standar deviasi sebesar 4,424. Kemudian deskripsi tanggapan responden atas variabel minat siswa dapat dilihat dari uraian dibawah ini.

Berdasarkan tanggapan dari 67 responden mengenai variabel harga terhadap minat memilih MTs Darul Ulum terdiri dari item pernyataan yang selanjutnya akan diuraikan jawaban responden sebagai berikut.

- 1) Pernyataan tentang biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas

Tabel 4.38 Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Darul Ulum sudah tepat

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	14	20,9
2.	Tinggi	43	64,2
3.	Rendah	10	14,9
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas pernyataan biaya pendidikan di MTs Darul Ulum sudah tepat dan pantas menunjukkan 64,2% responden dengan kategori tinggi dan 14,9% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat

diinterpretasikan bahwa biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas.

- 2) Pernyataan tentang biaya pendidikan di MTs sesuai dengan daya beli

Tabel 4.39 Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Darul Ulum sesuai dengan daya beli

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	9	13,4
2.	Tinggi	39	58,2
3.	Rendah	17	25,4
4.	Sangat Rendah	2	3
	Total	67	100

Tanggapan responden atas biaya pendidikan di MTs Darul Ulum sesuai dengan daya beli menunjukkan 58,2% responden dengan kategori tinggi dan 3% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa biaya pendidikan di MTs sesuai dengan daya beli berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas biaya pendidikan di MTs sesuai dengan daya beli.

- 3) Pernyataan tentang semakin murah biaya di MTs, menjadi pilihan

Tabel 4.40 Distribusi jawaban responden atas semakin murah biaya di MTs Darul Ulum, menjadi pilihan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	21	31,8
2.	Tinggi	37	56,1
3.	Rendah	6	9,1
4.	Sangat Rendah	2	3
	Total	66	100

Tanggapan responden atas semakin murah biaya di MTs Darul Ulum, menjadi pilihan menunjukkan 56,1% responden dengan kategori tinggi dan 3% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin murah biaya di MTs, menjadi pilihan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas semakin murah biaya di MTs, menjadi pilihan.

- 4) Pernyataan tentang komponen biaya pendidikan di MTs sangat jelas

Tabel 4.41 Distribusi jawaban responden atas komponen biaya di MTs Darul Ulum sangat jelas

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	15	22,7
2.	Tinggi	44	66,7
3.	Rendah	7	10,6
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	66	100

Tanggapan responden atas komponen biaya pendidikan di MTs Darul Ulum sangat jelas menunjukkan 66,7% responden dengan kategori tinggi dan 10,6% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa komponen biaya pendidikan di MTs sangat jelas berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas komponen biaya pendidikan di MTs sangat jelas.

- 5) Pernyataan tentang saya memilih MTs ini karena biaya uang gedung terjangkau

Tabel 4.42 Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	15	22,4
2.	Tinggi	38	56,7
3.	Rendah	11	16,4
4.	Sangat Rendah	3	4,5
	Total	67	100

Tanggapan responden atas MTs Darul Ulum menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau menunjukkan 56,7% responden dengan kategori tinggi dan 4,5% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau.

- 6) Pernyataan tentang saya memilih MTs ini karena biaya SPP terjangkau

Tabel 4.43 Distribusi jawaban responden atas Mts Darul Ulum menjadi pilihan karena SPP terjangkau

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	14	20,9
2.	Tinggi	49	73,1
3.	Rendah	4	6
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas MTs Darul Ulum menjadi pilihan karena SPP terjangkau menunjukkan 73,1% responden dengan kategori tinggi dan 6% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs menjadi pilihan karena SPP terjangkau berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs menjadi pilihan karena SPP terjangkau.

- 7) Pernyataan tentang MTs memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen

Tabel 4.44 Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	20	29,8
2.	Tinggi	44	65,7
3.	Rendah	3	4,5
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas MTs Darul Ulum memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen menunjukkan 65,7% responden dengan kategori tinggi dan 4,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen.

- 8) Pernyataan tentang MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau

Tabel 4.45 Distribusi jawaban responden atas MTs Darul Ulum memberikan biaya pembelian buku terjangkau

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	14	20,9
2.	Tinggi	45	67,2
3.	Rendah	8	11,9
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas MTs Darul Ulum memberikan biaya pembelian buku terjangkau menunjukkan 67,2% responden dengan kategori tinggi dan 11,9% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau.

- 9) Pernyataan tentang dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif

Tabel 4.46 Distribusi jawaban responden atas dibanding dengan MTs lain, biaya di MTs Darul Ulum kompetitif

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	12	18,2
2.	Tinggi	44	66,7
3.	Rendah	10	15,1
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	66	100

Tanggapan responden atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif menunjukkan 66,7% responden dengan kategori tinggi dan 15,1% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif.

- 10) Pernyataan tentang pelayanan di MTs sudah baik

Tabel 4.47 Distribusi jawaban responden atas pelayanan di MTs Darul Ulum sudah baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	19	28,4
2.	Tinggi	40	59,7
3.	Rendah	8	11,9
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas pelayanan di MTs Darul Ulum sudah baik menunjukkan 59,7% responden dengan kategori tinggi dan 11,9% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa pelayanan di MTs sudah baik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas pelayanan di MTs sudah baik.

- 11) Pernyataan tentang tenaga pengajar di MTs sudah sesuai dengan bidangnya

Tabel 4.48 Distribusi jawaban responden atas tenaga pengajar di MTs Darul Ulum sudah sesuai dengan bidangnya

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	24	35,8
2.	Tinggi	36	53,7
3.	Rendah	7	10,5
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas tenaga pengajar di MTs Darul Ulum sudah sesuai dengan bidangnya menunjukkan 53,7% responden dengan kategori tinggi dan 10,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tenaga pengajar di MTs sudah sesuai dengan bidangnya berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas tenaga pengajar di MTs sudah sesuai dengan bidangnya.

- 12) Pernyataan tentang koleksi perpustakaan di MTs sudah memadai

Tabel 4.49 Distribusi jawaban responden atas koleksi perpustakaan di MTs Darul Ulum sudah memadai

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	14	20,9
2.	Tinggi	43	64,2
3.	Rendah	9	13,4
4.	Sangat Rendah	1	1,5
	Total	67	100

Tanggapan responden atas koleksi perpustakaan di MTs Darul Ulum sudah memadai menunjukkan 64,2% responden dengan kategori tinggi dan 1,5% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa koleksi perpustakaan di MTs sudah memadai berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh koleksi perpustakaan di MTs sudah memadai.

- 13) Pernyataan tentang biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai

Tabel 4.50 Distribusi jawaban responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	11	16,4
2.	Tinggi	50	74,6
3.	Rendah	6	9
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	67	100

Tanggapan responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai menunjukkan 74,6% responden dengan kategori tinggi dan 9% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai.

b. Deskripsi Data tentang Pengaruh Harga Terhadap Minat Pemilihan MTs Fatahillah

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa F hitung sebesar 44,084 dengan tingkat kesalahan 0,000%. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi bahwa harga berpengaruh terhadap minat memilih MTs Fatahillah. Kemudian didapat korelasi $r = 0,591$. Hal ini menunjukkan ada hubungan antara harga dan minat.

Dari analisis tersebut dapat diketahui pula nilai koefisien Determinasi R Square sebesar 0,350 . Hal ini menunjukan bahwa sebesar 35 % adanya pengaruh harga terhadap minat memilih MTs Fatahillah. Sedangkan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Uji T (Uji Kebermaknaan Variabel) diperoleh bahwa t hitung untuk variabel harga terhadap minat memilih MTs Fatahillah sebesar 6,640 pada taraf signifikansi 0,000 bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh harga terhadap minat memilih MTs Fatahillah. Untuk mengetahui mean dan standar deviasi menggunakan SPSS 16.0 seperti dibawah ini:

Tabel 4.51 Mean dan standar deviasi MTs Fatahillah
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat	44.49	5.563	84
Harga	39.15	4.778	84

Pada tabel descriptive statistics, didapat mean = 39,15 dan standar deviasi sebesar 4,778. Kemudian deskripsi tanggapan responden atas variabel minat siswa dapat dilihat dari uraian dibawah ini.

Berdasarkan tanggapan dari 84 responden mengenai variabel harga terhadap minat memilih MTs Fatahillah terdiri dari item pernyataan yang selanjutnya akan diuraikan jawaban responden sebagai berikut.

- 1) Pernyataan tentang biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas

Tabel 4.52 Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Fatahillah sudah tepat

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	18	21,4
2.	Tinggi	55	65,5
3.	Rendah	11	13,1
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	84	100

Tanggapan responden atas pernyataan biaya pendidikan di MTs Fatahillah sudah tepat dan pantas menunjukkan 65,5% responden dengan kategori tinggi dan 13,1% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas.

- 2) Pernyataan tentang biaya pendidikan di MTs sesuai dengan daya beli

Tabel 4.53 Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Fatahillah sesuai dengan daya beli

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	15	17,8
2.	Tinggi	57	67,9
3.	Rendah	10	11,9
4.	Sangat Rendah	2	2,4
	Total	84	100

Tanggapan responden atas biaya pendidikan di MTs Fatahillah sesuai dengan daya beli menunjukkan 67,9% responden dengan kategori tinggi dan 2,4% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa biaya pendidikan di MTs sesuai dengan daya beli berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas biaya pendidikan di MTs sesuai dengan daya beli.

- 3) Pernyataan tentang semakin murah biaya di MTs, menjadi pilihan

Tabel 4.54 Distribusi jawaban responden atas semakin murah biaya di MTs Fatahillah, menjadi pilihan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	20	23,8
2.	Tinggi	49	58,3
3.	Rendah	13	15,5
4.	Sangat Rendah	2	2,4
	Total	84	100

Tanggapan responden atas semakin murah biaya di MTs Fatahillah, menjadi pilihan menunjukkan 58,3% responden dengan kategori tinggi dan 2,4% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin murah biaya di MTs, menjadi

pilihan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas semakin murah biaya di MTs, menjadi pilihan.

- 4) Pernyataan tentang komponen biaya pendidikan di MTs sangat jelas

Tabel 4.55 Distribusi jawaban responden atas komponen biaya di MTs Fatahillah sangat jelas

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	15	17,8
2.	Tinggi	59	70,2
3.	Rendah	5	5,9
4.	Sangat Rendah	5	5,9
	Total	84	100

Tanggapan responden atas komponen biaya pendidikan di MTs Fatahillah sangat jelas menunjukkan 70,2% responden dengan kategori tinggi dan 5,9% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa komponen biaya pendidikan di MTs sangat jelas berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas komponen biaya pendidikan di MTs sangat jelas.

- 5) Pernyataan tentang saya memilih MTs ini karena biaya uang gedung terjangkau

Tabel 4.56 Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	16	19
2.	Tinggi	43	51,2
3.	Rendah	20	23,8
4.	Sangat Rendah	5	6
	Total	84	100

Tanggapan responden atas MTs Fatahillah menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau menunjukkan 51,2% responden dengan kategori tinggi dan 6% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau.

- 6) Pernyataan tentang saya memilih MTs ini karena biaya SPP terjangkau

Tabel 4.57 Distribusi jawaban responden atas komponen biaya di MTs Fatahillah menjadi pilihan karena SPP terjangkau

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	25	29,8
2.	Tinggi	44	52,3
3.	Rendah	13	15,5
4.	Sangat Rendah	2	2,4
	Total	84	100

Tanggapan responden atas MTs Fatahillah menjadi pilihan karena SPP terjangkau menunjukkan 52,3% responden dengan kategori tinggi dan 2,4% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs menjadi pilihan karena SPP terjangkau berpengaruh terhadap minat pemilihan Mts Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs menjadi pilihan karena SPP terjangkau.

- 7) Pernyataan tentang MTs memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen

Tabel 4.58 Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	17	20,2
2.	Tinggi	58	69,1
3.	Rendah	7	8,3
4.	Sangat Rendah	2	2,4
	Total	84	100

Tanggapan responden atas MTs Fatahillah memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen menunjukkan 69,1% responden dengan kategori tinggi dan 2,4% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen berpengaruh terhadap minat pemilihan Mts Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen.

- 8) Pernyataan tentang MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau

Tabel 4.59 Distribusi jawaban responden atas MTs Fatahillah memberikan biaya pembelian buku terjangkau

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	15	17,9
2.	Tinggi	57	67,8
3.	Rendah	9	10,7
4.	Sangat Rendah	3	3,6
	Total	84	100

Tanggapan responden atas MTs Fatahillah memberikan biaya pembelian buku terjangkau menunjukkan 67,8% responden dengan kategori tinggi dan 3,6% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau.

- 9) Pernyataan tentang dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif

Tabel 4.60 Distribusi jawaban responden atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs Fatahillah kompetitif

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	19	22,6
2.	Tinggi	54	64,3
3.	Rendah	10	11,9
4.	Sangat Rendah	1	1,2
	Total	84	100

Tanggapan responden atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs Fatahillah kompetitif menunjukkan 64,3% responden dengan kategori tinggi dan 1,2% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif.

- 10) Pernyataan tentang pelayanan di MTs sudah baik

Tabel 4.61 Distribusi jawaban responden atas pelayanan di MTs Fatahillah sudah baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	22	26,2
2.	Tinggi	45	53,6
3.	Rendah	15	17,8
4.	Sangat Rendah	2	2,4
	Total	84	100

Tanggapan responden atas pelayanan di MTs Fatahillah sudah baik menunjukkan 53,6% responden dengan kategori tinggi dan 2,4% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa pelayanan di MTs sudah baik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas pelayanan di MTs sudah baik.

- 11) Pernyataan tentang tenaga pengajar di MTs sudah sesuai dengan bidangnya

Tabel 4.62 Distribusi jawaban responden atas tenaga pengajar di MTs Fatahillah sudah sesuai dengan bidangnya

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	20	23,8
2.	Tinggi	50	59,5
3.	Rendah	12	14,3
4.	Sangat Rendah	2	2,4
	Total	84	100

Tanggapan responden atas tenaga pengajar di MTs Fatahillah sudah sesuai dengan bidangnya menunjukkan 59,5% responden dengan kategori tinggi dan 2,4% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tenaga pengajar di MTs sudah sesuai dengan bidangnya berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas tenaga pengajar di MTs sudah sesuai dengan bidangnya.

- 12) Pernyataan tentang koleksi perpustakaan di MTs sudah memadai

Tabel 4.63 Distribusi jawaban responden atas koleksi perpustakaan di MTs Fatahillah sudah memadai

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	13	15,5
2.	Tinggi	44	52,3
3.	Rendah	23	27,4
4.	Sangat Rendah	4	4,8
	Total	84	100

Tanggapan responden atas koleksi perpustakaan di MTs Fatahillah sudah memadai menunjukkan 52,3% responden dengan kategori tinggi dan 4,8% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa koleksi perpustakaan di MTs sudah memadai berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh koleksi perpustakaan di MTs sudah memadai.

- 13) Pernyataan tentang biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai

Tabel 4.64 Distribusi jawaban responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	18	21,4
2.	Tinggi	55	65,5
3.	Rendah	10	11,9
4.	Sangat Rendah	1	1,2
	Total	84	100

Tanggapan responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai menunjukkan 65,5% responden dengan kategori tinggi dan 1,2% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Selain itu terdapat sebagian

siswa yang tidak berpengaruh atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai.

c. Deskripsi Data tentang Pengaruh Harga Terhadap Minat Pemilihan MTs Nurussibyan

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa F hitung sebesar 8,658 dengan tingkat kesalahan 0,008%. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi bahwa harga berpengaruh terhadap minat memilih MTs Darul Ulum. Kemudian didapat korelasi $r = 0,550$. Hal ini menunjukkan ada hubungan antara harga dan minat.

Dari analisis tersebut dapat diketahui pula nilai koefisien Determinasi R Square sebesar 0,302 . Hal ini menunjukan bahwa sebesar 30,2 % adanya pengaruh harga terhadap minat memilih MTs Darul Ulum. Sedangkan sisanya sebesar 69,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Uji T (Uji Kebermaknaan Variabel) diperoleh bahwa t hitung untuk variabel harga terhadap minat memilih MTs Nurussibyan sebesar 2,942 pada taraf signifikansi 0,008 bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh harga terhadap minat memilih Mts Nurussibyan. Untuk mengetahui mean dan standar deviasi menggunakan SPSS 16.0 seperti dibawah ini:

Tabel 4.65 Mean dan standar deviasi MTs Nurussibyan
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat	41.73	6.489	22
Harga	39.32	4.765	22

Pada tabel descriptive statistics, didapat mean = 39,32 dan standar deviasi sebesar 4,765. Kemudian deskripsi tanggapan responden atas variabel minat siswa dapat dilihat dari uraian dibawah ini.

Berdasarkan tanggapan dari 22 responden mengenai variabel harga terhadap minat memilih MTs Nurussibyan terdiri dari item pernyataan yang selanjutnya akan diuraikan jawaban responden sebagai berikut.

- 1) Pernyataan tentang biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas

Tabel 4.66 Distribusi jawaban responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	4	18,2
2.	Tinggi	17	77,3
3.	Rendah	1	4,5
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas pernyataan biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas menunjukkan 77,3% responden dengan kategori

tinggi dan 4,5% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas biaya pendidikan di MTs sudah tepat dan pantas.

- 2) Pernyataan tentang biaya pendidikan di MTs sesuai dengan daya beli

Tabel 4.67 Distribusi jawaban responden atas biaya pendidikan di MTs Nurussibyan sesuai dengan daya beli

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	3	13,6
2.	Tinggi	16	72,7
3.	Rendah	3	13,7
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas biaya pendidikan di MTs Nurussibyan sesuai dengan daya beli menunjukkan 72,7% responden dengan kategori tinggi dan 13,7% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa biaya pendidikan di MTs sesuai dengan daya beli berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas biaya pendidikan di MTs sesuai dengan daya beli.

- 3) Pernyataan tentang semakin murah biaya di MTs, menjadi pilihan

Tabel 4.68 Distribusi jawaban responden atas semakin murah biaya di MTs Nurussibyan, menjadi pilihan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	5	22,7
2.	Tinggi	15	68,2
3.	Rendah	2	9,1
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas semakin murah biaya di MTs Nurussibyan, menjadi pilihan menunjukkan 68,2% responden dengan kategori tinggi dan 9,1% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin murah biaya di MTs, menjadi pilihan berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas semakin murah biaya di MTs, menjadi pilihan.

- 4) Pernyataan tentang komponen biaya pendidikan di MTs sangat jelas

Tabel 4.69 Distribusi jawaban responden atas komponen biaya pendidikan di MTs Nurussibyan sangat jelas

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	4	18,2
2.	Tinggi	15	68,2
3.	Rendah	3	13,6
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas komponen biaya pendidikan di MTs Nurussibyan sangat jelas menunjukkan 68,2% responden dengan kategori tinggi dan 13,6% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa komponen biaya pendidikan di MTs sangat jelas berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas komponen biaya pendidikan di MTs sangat jelas.

- 5) Pernyataan tentang saya memilih MTs ini karena biaya uang gedung terjangkau

Tabel 4.70 Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	8	38,1
2.	Tinggi	10	47,6
3.	Rendah	3	14,3
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	21	100

Tanggapan responden atas MTs Nurussibyan menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau menunjukkan 47,6% responden dengan kategori tinggi dan 14,3% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs menjadi pilihan karena uang gedung terjangkau.

- 6) Pernyataan tentang saya memilih MTs ini karena biaya SPP terjangkau

Tabel 4.71 Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan menjadi pilihan karena SPP terjangkau

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	8	36,4
2.	Tinggi	10	45,5
3.	Rendah	3	13,6
4.	Sangat Rendah	1	4,5
	Total	22	100

Tanggapan responden atas MTs Nurussibyan menjadi pilihan karena SPP terjangkau menunjukkan 45,5% responden dengan kategori tinggi dan 4,5% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs menjadi pilihan karena SPP terjangkau berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs menjadi pilihan karena SPP terjangkau.

- 7) Pernyataan tentang MTs memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen

Tabel 4.72 Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	5	22,8
2.	Tinggi	15	68,2
3.	Rendah	2	9
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas MTs Nurussibyan memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen menunjukkan 68,2% responden dengan kategori tinggi dan 9% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs memberikan biaya SPP sesuai dengan keadaan konsumen.

- 8) Pernyataan tentang MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau

Tabel 4.73 Distribusi jawaban responden atas MTs Nurussibyan memberikan biaya pembelian buku terjangkau

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tinggi	3	13,7
2.	Tinggi	16	72,7
3.	Rendah	3	13,6
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas MTs Nurussibyan memberikan biaya pembelian buku terjangkau menunjukkan 72,7% responden dengan kategori tinggi dan 13,6% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas MTs memberikan biaya pembelian buku terjangkau.

- 9) Pernyataan tentang dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif

Tabel 4.74 Distribusi jawaban responden atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs Nurussibyan ini kompetitif

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	7	31,8
2.	Tinggi	10	45,5
3.	Rendah	5	22,7
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs Nurussibyan kompetitif menunjukkan 45,5% responden dengan kategori tinggi dan 22,7% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas dibanding dengan MTs lain biaya di MTs ini kompetitif.

- 10) Pernyataan tentang pelayanan di MTs sudah baik

Tabel 4.75 Distribusi jawaban responden atas pelayanan di MTs Nurussibyan sudah baik

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	2	9,1
2.	Tinggi	17	77,3
3.	Rendah	2	9,1
4.	Sangat Rendah	1	4,5
	Total	22	100

Tanggapan responden atas pelayanan di MTs sudah baik menunjukkan 77,3% responden dengan kategori tinggi dan 4,5% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa pelayanan di MTs sudah baik berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas pelayanan di MTs sudah baik.

- 11) Pernyataan tentang tenaga pengajar di MTs sudah sesuai dengan bidangnya

Tabel 4.76 Distribusi jawaban responden atas tenaga pengajar di MTs Nurussibyan sudah sesuai dengan bidangnya

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	5	22,7
2.	Tinggi	9	40,9
3.	Rendah	8	36,4
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas tenaga pengajar di MTs Nurussibyan sudah sesuai dengan bidangnya menunjukkan 40,9% responden dengan kategori tinggi dan 36,4% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tenaga pengajar di MTs sudah sesuai dengan bidangnya berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas tenaga pengajar di MTs sudah sesuai dengan bidangnya.

- 12) Pernyataan tentang koleksi perpustakaan di MTs sudah memadai

Tabel 4.77 Distribusi jawaban responden atas koleksi perpustakaan di MTs Nurussibyan sudah memadai

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	8	36,4
2.	Tinggi	8	36,4
3.	Rendah	5	22,7
4.	Sangat Rendah	1	4,5
	Total	22	100

Tanggapan responden atas koleksi perpustakaan di MTs Nurussibyan sudah memadai menunjukkan 36,4% responden dengan kategori tinggi dan 4,5% responden dengan kategori sangat rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa koleksi perpustakaan di MTs sudah memadai berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh koleksi perpustakaan di MTs sudah memadai.

- 13) Pernyataan tentang biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai

Tabel 4.78 Distribusi jawaban responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai

No.	Kategori	Frekuensi	Persentasi
1.	Sangat tinggi	5	22,7
2.	Tinggi	14	63,6
3.	Rendah	3	13,7
4.	Sangat Rendah	0	0
	Total	22	100

Tanggapan responden atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai menunjukkan 63,6% responden dengan kategori tinggi dan 13,7% responden dengan kategori rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai berpengaruh terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Selain itu terdapat sebagian siswa yang tidak berpengaruh atas biaya dan kualitas pendidikan yang diterima sesuai.

B. Analisis Data

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pemilihan MTs Darul Ulum

1) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.957	5.699		1.045	.300
Kualitas Produk	1.045	.162	.626	6.465	.000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan nilai coefficients diatas maka dapat dijabarkan dalam rumus persamaan regresi sederhana berikut ini:

$$\hat{Y} = a + bX_1$$

$$\hat{Y} = 5,957 + 1,045 X_1$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

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

$a = 5,957$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat siswa (Y) akan konstan sebesar 5,957 satuan jika tidak ada pengaruh dari kualitas produk (X₁).

$b_1 = 1,045$ merupakan besarnya kontribusi variabel kualitas produk (X₁) dalam mempengaruhi minat pemilihan MTs Darul Ulum (Y).

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai b_1 memiliki tanda positif yang berarti bahwa minat pemilihan MTs Darul Ulum (Y) akan berubah sebesar 1,045 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel kualitas produk berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat pemilihan MTs Darul Ulum akan naik sebesar 1,045. Begitu juga sebaliknya, jika variabel kualitas produk mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka minat pemilihan MTs Darul Ulum akan turun sebesar 1,045.

2) Uji T (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi dari variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 65 (dari $N - 2 = 67 - 2$), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,669. Setelah taraf signifikansi t_{tabel} diketahui, dapat disimpulkan menerima atau menolak hipotesis. Berikut interpretasi yang dapat menjelaskan uji signifikansi parameter individual secara lebih rinci.

- a. Hubungan variabel kualitas produk jasa pendidikan terhadap minat pemilihan Mts Darul Ulum. Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS 16.0 diperoleh $t_{\text{hitung}} 6,465 > t_{\text{tabel}} 5\% 1,669$. Hal ini berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat pemilihan MTs Darul Ulum. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa menerima H_a dan menolak H_o .
- b. Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen (X1) dengan satu variabel dependen (Y). Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut:

Correlations

		Minat	Kualitas Produk
Pearson Correlation	Minat	1.000	.626
	Kualitas Produk	.626	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat	.	.000
	Kualitas Produk	.000	.
N	Minat	67	67
	Kualitas Produk	67	67

Dari hasil korelasi di atas, diperoleh koefisien korelasi r_{xy} 0,626. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N= 67$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel}=0,199$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$ ($0,626 > 0,199$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara kualitas produk (X1) terhadap minat siswa (Y) adalah signifikan.

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel Menurut Anas Sudijono maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut ini¹:

Tabel 4.79
Interpretasi Koefisien Korelasi

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

¹Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 193.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat korelasi kualitas produk terhadap minat siswa sebesar 0,626 dalam kategori “kuat” karena terletak di atas interval 0,60 – 0,799.

c. Kontribusi antara X_1 dan variabel Y (R square)

Selain uji t dan uji f, penelitian ini juga menggunakan koefisien determinasi, dimana uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen kualitas produk (X_1) mempengaruhi minat pemilihan MTs Darul Ulum. Tabel di bawah ini akan memberikan gambaran seberapa besar variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 ^a	.391	.382	4.501

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat

Pada tabel model summary, didapat $R = 0,626$. Kemudian nilai $R\ Square = 0,391$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 39,1%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum (Y) 39,1% dan sisanya sebesar 60,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

a. Uji F Signifikansi

Uji signifikansi simultan atau biasa disebut dengan uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama.

ANOVA^p

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2010.404	2	1005.202	44.879	.000 ^a
	Residual	3807.631	170	22.398		
	Total	5818.035	172			

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk

b. Dependent Variable: minat pemilihan MTs

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan SPSS 16.0, maka dapat diperoleh f_{hitung} sebesar 44,879 yang berarti $f_{hitung} >$ dari f_{tabel} yang hanya bernilai sebesar 3,14 dengan taraf 5%. Hal tersebut berarti pengaruh kualitas produk signifikan terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum.

b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pemilihan MTs Fatahillah

1) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat pemilihan MTsFatahillah. Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.785	4.189		6.155	.000
	Kualitas Produk	.542	.120	.445	4.503	.000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan nilai coefficients diatas maka dapat dijabarkan dalam rumus persamaan regresi sederhana berikut ini:

$$\hat{Y} = a + bX_1$$

$$\hat{Y} = 25,785 + 0,542 X_1$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

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

$a = 25,785$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat siswa (Y) akan konstan sebesar 25,785 satuan jika tidak ada pengaruh dari kualitas produk (X_1).

$b_1 = 0,542$ merupakan besarnya kontribusi variabel kualitas produk (X_1) dalam mempengaruhi minat pemilihan MTs Fatahillah(Y).

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai b_1 memiliki tanda positif yang berarti bahwa minat pemilihan MTs Fatahillah (Y) akan berubah sebesar 0,542 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel kualitas produk berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat pemilihan MTs Fatahillah akan naik sebesar 0,542. Begitu juga sebaliknya, jika variabel kualitas produk mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka minat pemilihan MTs Fatahillah akan turun sebesar 0,542.

2) Uji T (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi dari variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 82 (dari $N - 2 = 84 - 2$), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664. Setelah taraf signifikansi t_{tabel} diketahui, dapat disimpulkan menerima atau menolak hipotesis. Berikut interpretasi yang dapat menjelaskan uji signifikansi parameter individual secara lebih rinci.

a. Hubungan variabel kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS 16.0 diperoleh $t_{\text{hitung}} 4,503 > t_{\text{tabel}} 5\% 1,664$. Hal ini berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat pemilihan MTs Fatahillah. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa menerima H_a dan menolak H_o .

3) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen (X_1) dengan satu variabel dependen (Y). Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut:

Correlations

		Minat	Kualitas Produk
Pearson Correlation	Minat	1.000	.445
	Kualitas Produk	.445	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat	.	.000
	Kualitas Produk	.000	.
N	Minat	84	84
	Kualitas Produk	84	84

Dari hasil korelasi di atas, diperoleh koefisien korelasi r_{xy} 0,445. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N= 84$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel}=0,179$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$ ($0,445 > 0,179$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara kualitas produk (X1) terhadap minat siswa (Y) adalah signifikan.

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel Menurut Anas Sudijono maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut ini²:

Tabel 4.80
Interpretasi Koefisien Korelasi

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

²Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 193.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat korelasi kualitas produk terhadap minat siswa sebesar 0,445 dalam kategori “sedang” karena terletak di atas interval 0,40 – 0,599.

4) Kontribusi antara X_1 dan variabel Y (R square)

Selain uji t dan uji f, penelitian ini juga menggunakan koefisien determinasi, dimana uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen kualitas produk (X_1) mempengaruhi minat pemilihan MTs Fatahillah. Tabel di bawah ini akan memberikan gambaran seberapa besar variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.445 ^a	.198	.188	5.012

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat

Pada tabel model summary, didapat $R = 0,445$. Kemudian nilai $R\ Square = 0,198$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 19,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah (Y) 19,8% dan sisanya sebesar 80,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

b. Uji F Signifikansi

Uji signifikansi simultan atau biasa disebut dengan uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	509.325	1	509.325	20.277	.000 ^a
	Residual	2059.663	82	25.118		
	Total	2568.988	83			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan SPSS 16.0, maka dapat diperoleh f_{hitung} sebesar 20,277 yang berarti $f_{hitung} >$ dari f_{tabel} yang hanya bernilai sebesar 3,11 dengan taraf 5%. Hal tersebut berarti pengaruh kualitas produk signifikan terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah.

c. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pemilihan MTs Nurussibyan

1) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.962	10.569		1.889	.074
	Kualitas Produk	.635	.306	.421	2.075	.051

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan nilai coefficients diatas maka dapat dijabarkan dalam rumus persamaan regresi sederhana berikut ini:

$$\hat{Y} = a + bX_1$$

$$\hat{Y} = 19,962 + 0,635 X_1$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

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

$a = 19,962$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat siswa (Y) akan konstan sebesar 19,962 satuan jika tidak ada pengaruh dari kualitas produk (X_1).

$b_1 = 0,635$ merupakan besarnya kontribusi variabel kualitas produk (X_1) dalam mempengaruhi minat pemilihan MTs Nurussibyan (Y).

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai b_1 memiliki tanda positif yang berarti bahwa minat pemilihan MTs Nurussibyan (Y) akan berubah sebesar 0,635 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel kualitas produk berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat pemilihan MTs Nurussibyan akan naik sebesar 0,635. Begitu juga sebaliknya, jika variabel kualitas produk mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka minat pemilihan MTs Nurussibyan akan turun sebesar 0,635.

2) Uji T (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi dari variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 20 (dari $N - 2 = 22 - 2$), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,725. Setelah taraf signifikansi t_{tabel} diketahui, dapat disimpulkan menerima atau menolak hipotesis. Berikut interpretasi yang dapat menjelaskan uji signifikansi parameter individual secara lebih rinci.

3) Hubungan variabel kualitas produk terhadap minat pemilihan MTsNurussibyan. Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS 16.0 diperoleh $t_{\text{hitung}} 2,075 > t_{\text{tabel}} 5\% 1,725$. Hal ini berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat pemilihan MTsNurussibyan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa menerima H_a dan menolak H_o .

4) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen (X_1) dengan satu variabel dependen (Y). Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut:

Correlations

		Minat	Kualitas Produk
Pearson Correlation	Minat	1.000	.421
	Kualitas Produk	.421	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat	.	.026
	Kualitas Produk	.026	.
N	Minat	22	22
	Kualitas Produk	22	22

Dari hasil korelasi di atas, diperoleh koefisien korelasi r_{xy} 0,421. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N= 22$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel}=0,344$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$ ($0,421 > 0,344$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara kualitas produk (X1) terhadap minat siswa (Y) adalah signifikan.

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel Menurut Anas Sudijono maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut ini³:

Tabel 4.81
Interpretasi Koefisien Korelasi

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

³Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 193.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat korelasi kualitas produk terhadap minat siswa sebesar 0,421 dalam kategori “sedang” karena terletak di atas interval 0,40 – 0,599.

3) Kontribusi antara X_1 dan variabel Y (R square)

Selain uji t dan uji f, penelitian ini juga menggunakan koefisien determinasi, dimana uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen kualitas produk (X_1) mempengaruhi minat pemilihan MTs Nurussibyan. Tabel di bawah ini akan memberikan gambaran seberapa besar variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.421 ^a	.177	.136	6.032

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat

Pada tabel model summary, didapat $R = 0,421$. Kemudian nilai $R\ Square = 0,177$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 17,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah (Y) 17,7% dan sisanya sebesar 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

4) Uji F Signifikansi

Uji signifikansi simultan atau biasa disebut dengan uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regr essi on	156.630	1	156.630	4.305	.051 ^a
	Resi dual	727.733	20	36.387		
	Tota l	884.364	21			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan SPSS 16.0, maka dapat diperoleh f_{hitung} sebesar 4,305 yang berarti $f_{hitung} >$ dari f_{tabel} yang hanya bernilai sebesar 3,49 dengan taraf 5%. Hal tersebut berarti pengaruh kualitas produk signifikan terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang

a. Pengaruh Harga Terhadap Minat Pemilihan MTs Darul Ulum

1) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis seberapa besar pengaruh harga terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum. Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.561	5.270		2.383	.020
	Harga	.751	.131	.580	5.739	.000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan nilai coefficients diatas maka dapat dijabarkan dalam rumus persamaan regresi sederhana berikut ini:

$$\hat{Y} = a + bX_2$$

$$\hat{Y} = 12,561 + 0,751 X_2$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

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

$a = 12,561$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat siswa (Y) akan konstan sebesar 12,561 satuan jika tidak ada pengaruh dari harga (X_2).

$b_1 = 0,751$ merupakan besarnya kontribusi harga (X_2) dalam mempengaruhi minat pemilihan MTs Darul Ulum (Y).

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai b_1 memiliki tanda positif yang berarti bahwa minat pemilihan MTs Darul Ulum (Y) akan berubah sebesar 0,751 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel harga berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat pemilihan MTs Darul Ulum akan naik sebesar 0,751. Begitu juga sebaliknya, jika variabel harga mengalami penurunan

sebesar satu satuan, maka minat pemilihan MTs Darul Ulum akan turun sebesar 0,751.

2) Uji T (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi dari variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 65 (dari $N - 2 = 67 - 2$), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,669. Setelah taraf signifikansi t_{tabel} diketahui, dapat disimpulkan menerima atau menolak hipotesis. Berikut interpretasi yang dapat menjelaskan uji signifikansi parameter individual secara lebih rinci.

Hubungan variabel harga terhadap minat pemilihan Mts Darul Ulum. Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS 16.0 diperoleh $t_{\text{hitung}} 5,739 > t_{\text{tabel}} 5\% 1,669$. Hal ini berarti variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat pemilihan MTs Darul Ulum. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa menerima H_a dan menolak H_o .

d. Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen (X_1) dengan satu variabel dependen (Y). Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut:

Correlations

		Minat	Harga
Pearson Correlation	Minat	1.000	.580
	Harga	.580	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat	.	.000
	Harga	.000	.
N	Minat	67	67
	Harga	67	67

Dari hasil korelasi di atas, diperoleh koefisien korelasi r_{xy} 0,580. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 67$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,199$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$ ($0,580 > 0,199$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara harga (X2) terhadap minat siswa (Y) adalah signifikan.

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel Menurut Anas Sudijono maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut ini⁴:

Tabel 4.82
Interpretasi Koefisien Korelasi

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

⁴Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 193.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat korelasi harga terhadap minat siswa sebesar 0,580 dalam kategori “sedang” karena terletak di atas interval 0,40 – 0,599.

e. Kontribusi antara X_2 dan variabel Y (R square)

Selain uji t dan uji f, penelitian ini juga menggunakan koefisien determinasi, dimana uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen harga (X_2) mempengaruhi minat pemilihan MTs Darul Ulum. Tabel di bawah ini akan memberikan gambaran seberapa besar variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.580 ^a	.336	.326	4.700

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Minat

Pada tabel model summary, didapat $R = 0,580$. Kemudian nilai $R\ Square = 0,336$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 33,6%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi harga terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum (Y) 33,6% dan sisanya sebesar 66,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

c. Uji F Signifikansi

Uji signifikansi simultan atau biasa disebut dengan uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	727.623	1	727.623	32.934	.000 ^a
	Residual	1436.048	65	22.093		
	Total	2163.672	66			

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan SPSS 16.0, maka dapat diperoleh f_{hitung} sebesar 32,934 yang berarti $f_{hitung} >$ dari f_{tabel} yang hanya bernilai sebesar 3,14 dengan taraf 5%. Hal tersebut berarti pengaruh harga signifikan terhadap minat pemilihan MTs Darul Ulum.

b. Pengaruh Harga Terhadap Minat Pemilihan MTs Fatahillah

1) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.531	4.090		4.286	.000
	Harga	.688	.104	.591	6.640	.000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan nilai coefficients diatas maka dapat dijabarkan dalam rumus persamaan regresi sederhana berikut ini:

$$\hat{Y} = a + bX_1$$

$$\hat{Y} = 17,531 + 0,688 X_2$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

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

$a = 17,531$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat siswa (Y) akan konstan sebesar 17,531 satuan jika tidak ada pengaruh dari harga (X_2).

$b_1 = 0,688$ merupakan besarnya kontribusi variabel harga (X_2) dalam mempengaruhi minat pemilihan MTs Fatahillah (Y).

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai b_1 memiliki tanda positif yang berarti bahwa minat pemilihan MTs Fatahillah (Y) akan berubah sebesar 0,688 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel harga berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat pemilihan MTs Fatahillah akan naik sebesar 0,688. Begitu juga sebaliknya, jika variabel harga mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka minat pemilihan MTs Fatahillah akan turun sebesar 0,688.

2) Uji T (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi dari variabel dependen. Dalam penelitian

ini menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 82 (dari $N - 2 = 84 - 2$), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664. Setelah taraf signifikansi t_{tabel} diketahui, dapat disimpulkan menerima atau menolak hipotesis. Berikut interpretasi yang dapat menjelaskan uji signifikansi parameter individual secara lebih rinci.

Hubungan variabel harga terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah. Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS 16.0 diperoleh $t_{\text{hitung}} 6,640 > t_{\text{tabel}} 5\% 1,664$. Hal ini berarti variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat pemilihan MTs Fatahillah. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa menerima H_a dan menolak H_o .

3) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen (X_2) dengan satu variabel dependen (Y). Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut:

		Minat	Harga
Pearson Correlation	Minat	1.000	.591
	Harga	.591	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat	.	.000
	Harga	.000	.
N	Minat	84	84
	Harga	84	84

Dari hasil korelasi di atas, diperoleh koefisien korelasi r_{xy} 0,591. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N= 84$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel}=0,179$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$ ($0,591 > 0,179$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara harga (X2) terhadap minat siswa (Y) adalah signifikan.

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel Menurut Anas Sudijono maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut ini⁵:

Tabel 4.83
Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat korelasi kualitas produk terhadap minat siswa sebesar 0,591 dalam kategori “sedang” karena terletak di atas interval 0,40 – 0,599.

⁵Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 193.

4) Kontribusi antara X_2 dan variabel Y (R square)

Selain uji t dan uji f, penelitian ini juga menggunakan koefisien determinasi, dimana uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen harga (X_2) mempengaruhi minat pemilihan MTs Fatahillah. Tabel di bawah ini akan memberikan gambaran seberapa besar variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.591 ^a	.350	.342	4.514

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Minat

Pada tabel model summary, didapat $R = 0,591$. Kemudian nilai $R\ Square = 0,350$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 35%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi harga terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah (Y) 35% dan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

5) Uji F Signifikansi

Uji signifikansi simultan atau biasa disebut dengan uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	898.224	1	898.224	44.084	.000 ^a
	Residual	1670.764	82	20.375		
	Total	2568.988	83			

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan SPSS 16.0, maka dapat diperoleh f_{hitung} sebesar 44,084 yang berarti $f_{hitung} >$ dari f_{tabel} yang hanya bernilai sebesar 3,11 dengan taraf 5%. Hal tersebut berarti pengaruh harga signifikan terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah.

c. Pengaruh Harga Terhadap Minat Pemilihan MTs Nurussibyan

1) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.294	10.073		1.220	.236
	Harga	.749	.254	.550	2.942	.008

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan nilai coefficients diatas maka dapat dijabarkan dalam rumus persamaan regresi sederhana berikut ini:

$$\hat{Y} = a + bX_2$$

$$\hat{Y} = 12,294 + 0,749 X_2$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

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

$a = 12,294$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat siswa (Y) akan konstan sebesar 12,294 satuan jika tidak ada pengaruh dari harga (X_2).

$b_1 = 0,749$ merupakan besarnya kontribusi variabel harga (X_2) dalam mempengaruhi minat pemilihan MTs Nurussibyan (Y).

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai b_1 memiliki tanda positif yang berarti bahwa minat pemilihan MTs Nurussibyan (Y) akan berubah sebesar 0,749 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel harga berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat pemilihan MTs Nurussibyan akan naik sebesar 0,749. Begitu juga sebaliknya, jika variabel harga mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka minat pemilihan MTs Nurussibyan akan turun sebesar 0,749.

2) Uji T (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual

menerangkan variasi dari variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 20 (dari $N - 2 = 22 - 2$), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,725. Setelah taraf signifikansi t_{tabel} diketahui, dapat disimpulkan menerima atau menolak hipotesis. Berikut interpretasi yang dapat menjelaskan uji signifikansi parameter individual secara lebih rinci.

Hubungan variabel harga terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan. Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS 16.0 diperoleh $t_{\text{hitung}} 2,942 > t_{\text{tabel}} 5\% 1,725$. Hal ini berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat pemilihan MTs Nurussibyan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa menerima H_a dan menolak H_o .

3) Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen (X_2) dengan satu variabel dependen (Y). Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut:

		Minat	Harga
Pearson Correlation	Minat	1.000	.550
	Harga	.550	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat	.	.004
	Harga	.004	.
N	Minat	22	22
	Harga	22	22

Dari hasil korelasi di atas, diperoleh koefisien korelasi r_{xy} 0,550. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N= 22$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel}=0,344$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$ ($0,550 > 0,344$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara harga (X2) terhadap minat siswa (Y) adalah signifikan.

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel Menurut Anas Sudijono maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut ini⁶:

Tabel 4.84
Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat korelasi kualitas produk terhadap minat siswa sebesar 0,550 dalam kategori “sedang” karena terletak di atas interval 0,40 – 0,599.

⁶Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 193.

4) Kontribusi antara X_2 dan variabel Y (R square)

Selain uji t dan uji f, penelitian ini juga menggunakan koefisien determinasi, dimana uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen harga (X_2) mempengaruhi minat pemilihan MTs Nurussibyan. Tabel di bawah ini akan memberikan gambaran seberapa besar variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. .

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.550 ^a	.302	.267	5.555

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Minat

Pada tabel model summary, didapat $R = 0,550$. Kemudian nilai $R \text{ Square} = 0,302$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 30,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi harga terhadap minat pemilihan MTs Fatahillah (Y) 30,2% dan sisanya sebesar 69,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

5) Uji F Signifikansi

Uji signifikansi simultan atau biasa disebut dengan uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.180	1	267.180	8.658	.008 ^a
	Residual	617.184	20	30.859		
	Total	884.364	21			

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan SPSS 16.0, maka dapat diperoleh f_{hitung} sebesar 8,658 yang berarti $f_{hitung} >$ dari f_{tabel} yang hanya bernilai sebesar 3,49 dengan taraf 5%. Hal tersebut berarti pengaruh harga signifikan terhadap minat pemilihan MTs Nurussibyan.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngalihan Semarang

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen. Regresi berganda dapat dikatakan pula sebagai alat untuk mengetahui ketergantungan variabel dependen dengan salah satu atau lebih variabel independen (X), dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen (Y) secara parsial. Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.112	3.458		3.213	.002
	kualitas produk	.333	.108	.236	3.084	.002
	Harga	.525	.096	.418	5.480	.000

a. Dependent Variable: minat pemilihan MTs

Berdasarkan nilai coefficients diatas maka dapat dijabarkan dalam rumus persamaan regresi ganda berikut ini:

$$\hat{Y} = a + bX_1 + bX_2$$

$$\hat{Y} = + 0,333 X_1 + 0,525 X_2$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

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

a = 11,112 merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat siswa (Y) akan konstan sebesar 11,112 satuan jika tidak ada pengaruh dari kualitas produk X1 dan harga X2 secara bersama-sama.

b₁= 0,333 merupakan besarnya kontribusi variabel kualitas produk (X₁) dalam mempengaruhi minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang (Y).

b₂= 0,525 merupakan besarnya kontribusi variabel harga (X₂) dalam mempengaruhi minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang (Y).

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai b_1 dan b_2 memiliki tanda positif yang berarti bahwa minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang (Y) akan berubah sebesar 0,333 dan 0,525 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel kualitas produk dan harga berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang akan naik sebesar 0,333 dan 0,525. Begitu juga sebaliknya, jika variabel kualitas produk dan harga mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang akan turun sebesar 0,333 dan 0,525.

d. Uji T (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi dari variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 171 (dari $N - 2 = 173 - 2$), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,65. Setelah taraf signifikansi t_{tabel} diketahui, dapat disimpulkan menerima atau menolak hipotesis. Berikut interpretasi yang dapat menjelaskan uji signifikansi parameter individual secara lebih rinci.

a) Hubungan variabel kualitas produk jasa pendidikan terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan

Ngaliyan Semarang. Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS 16.0 diperoleh $t_{hitung} 3,084 > t_{tabel} 5\%$ 1,65 Hal ini berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat dalam memilih MTs. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa menerima H_a dan menolak H_o .

- b) Hubungan variabel harga pendidikan terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang. Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS 16.0 diperoleh $t_{hitung} 5,480 > t_{tabel} 5\%$ 1,65. Hal ini berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat dalam memilih MTs. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa menerima H_a dan menolak H_o .

e. Korelasi Berganda

Korelasi berganda dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen. Dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh data sebagai berikut

Correlations

		minat pemilihan MTs	kualitas produk	Harga
Pearson Correlation	minat pemilihan MTs	1.000	.480	.556
	kualitas produk	.480	1.000	.583
	harga	.556	.583	1.000
Sig. (1-tailed)	minat pemilihan MTs	.	.000	.000
	kualitas produk	.000	.	.000
	harga	.000	.000	.
N	minat pemilihan MTs	173	173	173
	kualitas produk	173	173	173
	harga	173	173	173

Dari hasil korelasi di atas, diperoleh koefisien korelasi r_{xy} 0,583. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N= 173$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel}= 0,418$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan perhitungan teknik korelasi diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$ ($0,583 > 0,418$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama terhadap minat siswa (Y) adalah signifikan.

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel Menurut Anas Sudijono maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut ini⁷:

⁷Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 193.

Tabel 4.85
Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat korelasi kualitas produk dan harga secara bersama sama terhadap minat siswa sebesar 0,583 dalam kategori “sedang” karena terletak di atas interval 0,40 – 0,599.

f. Kontribusi antara variabel X1, X2 dan variabel Y

Selain uji t dan uji f, penelitian ini juga menggunakan koefisien determinasi, dimana uji ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen yang meliputi kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama mempengaruhi minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang. Tabel di bawah ini akan memberikan gambaran seberapa besar variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.346	.338	4.73263

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk

Pada tabel model summary, didapat R= 0,588 menunjukkan bahwa koefisien antara kualitas produk (X1) dan

harga (X2) secara bersama-sama terhadap minat siswa (Y). Kemudian nilai Adjusted R Square = 0,338. Jika diubah dalam bentuk persen adalah 33,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap minat siswa (Y) 33,8% dan sisanya sebesar 66,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

g. Uji F Signifikansi

Uji signifikansi simultan atau biasa disebut dengan uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2010.404	2	1005.202	44.879	.000 ^b
	Residual	3807.631	170	22.398		
	Total	5818.035	172			

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk

b. Dependent Variable: minat pemilihan MTs

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan SPSS 16.0, maka dapat diperoleh f_{hitung} sebesar 44,879 yang berarti $f_{hitung} >$ dari f_{tabel} yang hanya bernilai sebesar 3,05 dengan taraf 5%. Hal tersebut berarti pengaruh kualitas produk dan harga signifikan terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

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

1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang
 - a. MTs Darul Ulum

Dalam analisis korelasi *product moment pearson* menghasilkan $rx_1y = 0,626 > r_{tabel} (0,199)$ pada taraf signifikan 5 % yang berarti signifikan. Kemudian hasil r_{xy} diformulasikan kedalam hitungan persen (%) yang disebut R Square maka hasilnya adalah 39,1% dan sisanya sebesar 60,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Pada analisis regresi sederhana didapatkan jawaban persamaan regresi sederhananya adalah $\hat{Y} = 5,957 + 1,045 X_1$ menunjukkan bahwa jika $x = 0$ maka diperoleh nilai kualitas produk sebesar 59,957. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin bagus kualitas produk yang diberikan maka semakin baik pula minat pemilihan MTs Darul Ulum. Uji F diperoleh $F_{reg} > F_{tabel} (51,06 > 3,05)$ pada taraf 5%. Hal tersebut berarti bahwa kualitas produk MTs dDarul Ulum memiliki kecenderungan dapat meningkatkan minat pemilihan MTs Darul Ulum.

b. MTs Fatahillah

Dalam analisis korelasi *product moment pearson* menghasilkan $rx_1y = 0,445 > r_{tabel} (0,179)$ pada taraf signifikan 5 % yang berarti signifikan. Kemudian hasil r_{xy} diformulasikan kedalam hitungan persen (%) yang disebut R Square maka hasilnya adalah 19,8% dan sisanya sebesar 80,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Pada analisis regresi sederhana didapatkan jawaban persamaan regresi sederhananya adalah $\hat{Y} = 25,785 + 0,542 X_1$ menunjukkan bahwa jika $x = 0$ maka diperoleh nilai kualitas produk sebesar 25,785. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin bagus kualitas produk yang diberikan maka semakin baik pula minat pemilihan MTs Fatahillah. Uji F diperoleh $F_{reg} > F_{tabel} (20,277 > 3,11)$ pada taraf 5%. Hal tersebut berarti bahwa kualitas produk di MTs Fatahillah memiliki kecenderungan dapat meningkatkan minat pemilihan MTs Fatahillah.

c. MTs Nurussibyan

Dalam analisis korelasi *product moment pearson* menghasilkan $rx_1y = 0,421 > r_{tabel} (0,344)$ pada taraf signifikan 5 % yang berarti signifikan. Kemudian hasil r_{xy} diformulasikan kedalam hitungan persen (%) yang disebut R Square maka hasilnya adalah 17,7% dan sisanya sebesar 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Pada analisis regresi sederhana didapatkan jawaban persamaan regresi sederhananya adalah $\hat{Y} = 12,294 + 0,749 X_2$ menunjukkan bahwa jika $x = 0$ maka diperoleh nilai harga sebesar 12,294. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin bagus harga yang diberikan MTs Nurussibyan maka semakin baik pula minat pemilihan MTs Nurussibyan. Uji F diperoleh $F_{reg} > F_{tabel}$ ($4,305 > 3,49$) pada taraf 5%. Hal tersebut berarti bahwa kualitas produk di MTs Nurussibyan memiliki kecenderungan dapat meningkatkan minat pemilihan MTs Nurussibyan.

2. Pengaruh harga terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang
 - a. MTs Darul Ulum

Dalam analisis korelasi *product moment pearson* menghasilkan $rx_1y = 0,580 > rtabel (0,199)$ pada taraf signifikan 5 % yang berarti signifikan. Kemudian hasil r_{xy} diformulasikan kedalam hitungan persen (%) yang disebut R Square maka hasilnya adalah 33,6% dan sisanya sebesar 66,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Pada analisis regresi sederhana didapatkan jawaban persamaan regresi sederhananya adalah $\hat{Y} = 12,561 + 0,751 X_2$ menunjukkan bahwa jika $x = 0$ maka diperoleh nilai kualitas produk sebesar 12,561. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin bagus harga MTs Darul Ulum

yang diberikan maka semakin baik pula minat pemilihan Mts Darul Ulum. Uji F diperoleh $F_{reg} > F_{tabel}$ (32,934 > 3,14) pada taraf 5%. Hal tersebut berarti bahwa harga di MTs Darul Ulum memiliki kecenderungan dapat meningkatkan minat pemilihan MTs Darul Ulum.

b. MTs Fatahillah

Dalam analisis korelasi *product moment pearson* menghasilkan $rx_1y = 0,591 > rtabel$ (0,179) pada taraf signifikan 5 % yang berarti signifikan. Kemudian hasil r_{xy} diformulasikan kedalam hitungan persen (%) yang disebut R Square maka hasilnya adalah 35% dan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Pada analisis regresi sederhana didapatkan jawaban persamaan regresi sederhananya adalah $\hat{Y} = 17,531 + 0,688 X_2$ menunjukkan bahwa jika $x = 0$ maka diperoleh nilai harga sebesar 17,531. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin bagus harga MTs Fatahillah yang diberikan maka semakin baik pula minat pemilihan Mts Fatahillah. Uji F diperoleh $F_{reg} > F_{tabel}$ (44,084 > 3,11) pada taraf 5%. Hal tersebut berarti bahwa harga di MTs Fatahillah memiliki kecenderungan dapat meningkatkan minat pemilihan MTs Fatahillah.

c. MTs Nurussibyan

Dalam analisis korelasi *product moment pearson* menghasilkan $rx_1y = 0,550 > rtabel$ (0,344) pada taraf

signifikan 5 % yang berarti signifikan. Kemudian hasil r_{xy} diformulasikan kedalam hitungan persen (%) yang disebut R Square maka hasilnya adalah 33,8% dan sisanya sebesar 66,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Pada analisis regresi sederhana didapatkan jawaban persamaan regresi sederhananya adalah $\hat{Y} = + 0,333 X_1 + 0,525 X_2$ menunjukkan bahwa jika $x = 0$ maka diperoleh nilai harga sebesar 0,333. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin bagus harga MTs Fatahillah yang diberikan maka semakin baik pula minat pemilihan Mts Fatahillah. Uji F diperoleh $F_{reg} > F_{tabel}$ ($8,658 > 3,49$) pada taraf 5%. Hal tersebut berarti bahwa harga di MTs Nurussibyan memiliki kecenderungan dapat meningkatkan minat pemilihan MtsNurussibyan..

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Nur Faizah Rahmawati “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Mahasiswa Masuk Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*” menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang lebih tinggi dalam mempengaruhi minat.⁸

⁸ Nur Faizah Rahmawati (123311035), *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Mahasiswa Masuk Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang* : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2016.

3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang. Hal ini ditunjukkan hasil F (simultan) yaitu secara bersama-sama antara variabel kualitas produk dan harga secara simultan terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang. Dari hasil penelitian diperoleh F_{hitung} 44,879 nilai ini lebih besar dari F_{tabel} 3,05. Oleh karenanya $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Adapun nilai adjusted R square 33,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk dan harga terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Fahrurrozi yang berjudul “*The Effectiveness Of The Perception About Product, Promotion, and Price To Increase School Image and Loyalty of Parents (Study on Islamic Early Childhood Education Institutions in Semarang)*” menunjukkan bahwa secara bersama-sama produk dan harga menyumbang nilai sebesar 62% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan promosi tidak mempunyai pengaruh dalam penelitian ini.

Dari penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya produk, dan harga mempunyai pengaruh dalam meningkatkan citra dan membentuk loyalitas. Sedangkan promosi tidak mempunyai pengaruh dalam meningkatkan citra dan membentuk loyalitas orang tua.⁹ Berdasarkan hasil kontribusi di atas, kontribusi produk dan harga di MTs Kecamatan Ngaliyan Semarang mendukung penelitian ini karena memiliki kontribusi yang sama-sama cukup kuat terhadap minat konsumen yang dalam penelitian ini adalah siswa.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai kemampuan peneliti, peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini ada kendala keterbatasan yang peneliti hadapi seperti waktu penelitian yang terbatas, keterbatasan pengetahuan serta kecekatan yang dimiliki penulis.

Disamping itu pengumpulan data dari angket hanya mampu menemukan hasil sebagian kecil dari sekian besar realitas, oleh karena itu peneliti menyadari bahwa kesimpulan yang didapat dari penelitian ini belum mencakup keseluruhan realitas. Penelitian lanjut yang melibatkan berbagai macam instrumen pengumpulan data penelitian tentu sangat direkomendasikan.

⁹ Fahrurrozi, Jurnal: *The Effectiveness Of The Perception About Product, Promotion, and Price To Increase School Image and Loyalty of Parents (Study on Islamic Early Childhood Education Institutions in Semarang)*, Jurnal Madania, (Volume 19 Nomor 2, tahun 2015), hlm. 133-135

Dari berbagai keterbatasan yang peneliti paparkan di atas, maka dapat dikatakan inilah kekurangan dari peneliti dalam melakukan penelitian. Namun demikian, kendala tersebut tidak menyurutkan semangat peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai tanggung jawab peneliti. Hasil penelitian ini setidaknya dapat dijadikan sebagai sebuah acuan awal bagi penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang, selanjutnya akan disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat pemilihan MTs di kecamatan Ngaliyan Semarang secara signifikan, yaitu MTs Darul Ulum dengan kontribusi sebesar 39,1% dan sisanya sebesar 60,9% % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model, MTs Fatahillah dengan kontribusi sebesar 19,8% sisanya sebesar 80,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model, dan MTs Nurussibyan dengan kontribusi sebesar 17,7%. sisanya sebesar 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.
2. Terdapat pengaruh harga terhadap minat pemilihan MTs di kecamatan Ngaliyan Semarang secara signifikan, yaitu MTs Darul Ulum dengan kontribusi sebesar 33,6%. dan sisanya 66,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model, MTs Fatahillah dengan kontribusi sebesar) 35% sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model, dan MTs Nurussibyan dengan kontribusi sebesar 30,2% sisanya sebesar 69,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

3. Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap minat pemilihan MTs di Kecamatan Ngaliyan Semarang (MTs Darul Ulum, MTs Fatahillah, MTs Nurussibyan) secara signifikan, dengan kontribusi sebesar 33,8% dan sisanya sisanya sebesar 66,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

B. Saran

Berdasarkan temuan-temuan di atas, maka dikemukakan saran yang kiranya bermanfaat bagi MTs Darul Ulum, MTs Fatahillah, dan MTs Nurussibyan, yaitu:

1. Untuk hasil pernyataan mengenai lulusan MTs Darul Ulum dapat diterima di sekolah lain dengan mudah menunjukkan 19,4% dengan kategori rendah. Sehingga MTs Darul Ulum lebih meningkatkan lulusan MTs agar minat siswa tetap memilih MTs Darul Ulum.
2. Untuk hasil pernyataan mengenai biaya pendidikan di MTs Darul Ulum sesuai dengan daya beli menunjukkan 25,4% dengan kategori rendah. Sehingga MTs Darul Ulum lebih meningkatkan biaya pendidikan agar sesuai dengan kemampuan masyarakat sehingga siswa tetap memilih MTs Darul Ulum.
3. Untuk hasil pernyataan mengenai alumni MTs Fatahillah menunjukkan sikap dan perilaku yang diinginkan menunjukkan 29,8% dengan kategori rendah. Sehingga MTs Fatahillah lebih meningkatkan lulusan MTs agar memiliki sikap dan

perilaku yang diinginkan masyarakat sehingga minat siswa tetap memilih MTs Fatahillah.

4. Untuk hasil pernyataan mengenai koleksi perpustakaan di MTs Fatahillah sudah memadai menunjukkan 27,4% dengan kategori rendah. Sehingga MTs Fatahillah lebih meningkatkan koleksi perpustakaan agar minat siswa tetap memilih MTs Fatahillah.
5. Untuk hasil pernyataan mengenai MTs memiliki variasi pilihan program yang menarik menunjukkan 36,4% dengan kategori rendah. Sehingga MTs Nurussibyan lebih meningkatkan program kegiatan yang menarik agar minat siswa tetap memilih MTs Nurussibyan.
6. Untuk hasil pernyataan mengenai MTs memiliki variasi pilihan program yang menarik menunjukkan 22,7% dengan kategori rendah. Sehingga MTs Nurussibyan lebih meningkatkan koleksi perpustakaan agar minat siswa tetap memilih MTs Nurussibyan..

C. Penutup

Syukur alhamdulillah peneliti ucapkan terhadap Allah SWT, karena penulis telah menyelesaikan penulisan skripsi ini. Berkaca dari kata bijak tak ada gading yang tak retak, begitu pula dalam penulisan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk perbaikan dan kesempurnaan hasil yang telah didapat. Akhirnya peneliti berdo'a

semoga karya yang jauh dari kesempurnaan ini dapat menjadi setitik ilmu dalam lautan ilmu Allah. Aamin

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- _____, dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Arikunto, Suharsimi, *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010.
- _____, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.
- Ferdinand dan Rian Pranomo, "Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha", *Jurnal Diponegoro Business Review*, 2012.
- Fure, Hendra, "Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca", *Jurnal Emba*, 2013.
- Jaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- K. A. Rahman, *Peningkatan Mutu Madrasah Melalui Penguatan Partisipasi Masyarakat*, *Jurnal Pendidikan Islam*, 2012.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, England: Pearson Education, 2016.
- _____, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 (Terjemah)*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- _____, and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, England: Pearson Education, 2016.
- Limakrisna, Nandan dan Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis edisi 2*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.

- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Machali, Imam dan Ara Hidayat, *The Handbook Of Education Management*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Minarti, Sri, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*, Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Muhaimin, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2009.
- Nini Subini dkk., *Psikologi Pembelajaran*, Yogyakarta: Mentari Pustaka, 2013.
- Noelaka, Amos, *Metode Penelitian dan Statistik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- NST, Muhammad Fakhru Rizky dan Hanifa Yasin, “*Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2014.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 13 tahun 2015, *Standar Nasional Pendidikan*, Pasal 1.
- Ramadani, dkk. “*Pengaruh Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SDN 02 Talamau dengan Citra Sekolah Sebagai Variabel Moderasi*”, *Jurnal Bung Hatta*, 2016.
- Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Roger A. Kerin et.all, *Marketing*, New York: McGraw-Hill, 2009.

- Salbiyah, Siti dan Budi Wahyu Mahardika, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSurabaya Tahun 2017*. Jurnal Balance, 2018.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Soegoto, Eddy Soeryanto, *Menciptakan Strategi Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Sudijono, Anas, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Sudjana, Teknik Analisis Regresi dan Korelasi, Bandung, Tarsito, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- _____, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Trianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan bagi Pengembangan Profesi Pendidikan & Tenaga Kependidikan*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Undang-undang Nomor 20 tahun 2003, *Sistem Pendidikan Nasional*, pasal 91, ayat (1).
- Waluyo, Sugeng Eko Yuli, "Analisa pengaruh lokasi, biaya dan kualitas pendidikan terhadap minat siswa memilih sekolah SMA Muhammadiyah 2 Mojosari di Mojokerto", Jurnal JEBDEER, 2018.
- المزيج التسويقي من منظور .ت التجارية الإسلامية, بدون مكان: بدون ناشر, ٢٠٠٥
إبراهيم بلحيمر, لتطبيقا

Lampiran 1

Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
no.1	37.53	22.797	.467	.790
no.2	37.21	22.117	.547	.783
no.3	37.45	22.416	.434	.793
no.4	37.34	22.880	.529	.786
no.5	37.53	22.364	.443	.792
no.6	37.50	25.284	.126	.813
no.7	37.37	20.347	.791	.759
no.8	37.53	22.526	.601	.781
no.9	37.58	21.872	.509	.785
no.10	37.87	23.036	.357	.799
no.11	37.58	21.169	.582	.778
no.12	37.45	23.713	.475	.791
no.13	37.66	26.069	-.043	.833

Keterangannya adalah sebagai berikut:

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n=173	Keputusan
1	0,467	0,320	Valid
2	0,547	0,320	Valid
3	0,434	0,320	Valid
4	0,529	0,320	Valid
5	0,443	0,320	Valid
6	0,126	0,320	Tidak Valid
7	0,791	0,320	Valid
8	0,601	0,320	Valid
9	0,509	0,320	Valid
10	0,357	0,320	Valid
11	0,582	0,320	Valid
12	0,475	0,320	Valid
13	0,043	0,320	Tidak Valid

1. Uji Validitas Harga (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
no.1	37.55	25.497	.371	.805
no.2	37.82	22.857	.636	.783
no.3	37.45	24.740	.574	.792
no.4	37.66	23.312	.585	.787
no.5	37.71	24.103	.459	.798
no.6	37.37	25.266	.366	.805
no.7	37.42	26.521	.316	.808
no.8	37.68	24.817	.421	.801
no.9	37.53	25.229	.466	.798
no.10	37.76	25.807	.286	.812
no.11	37.53	24.851	.371	.806
no.12	37.58	24.899	.450	.799
no.13	37.55	24.578	.449	.799
no.14	37.55	26.200	.359	.806

Keterangannya adalah sebagai berikut:

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n=173	Keputusan
1	0,371	0,320	Valid
2	0,636	0,320	Valid
3	0,574	0,320	Valid
4	0,585	0,320	Valid
5	0,459	0,320	Valid
6	0,366	0,320	Valid
7	0,316	0,320	Valid
8	0,421	0,320	Valid
9	0,466	0,320	Valid

10	0,286	0,320	Tidak Valid
11	0,371	0,320	Valid
12	0,450	0,320	Valid
13	0,449	0,320	Valid
14	0,359	0,320	Valid

2. Uji validitas Minat (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
no.1	39.76	54.348	.572	.873
no.2	39.45	55.389	.477	.877
no.3	39.42	54.034	.528	.875
no.4	39.53	53.067	.612	.871
no.5	39.18	55.181	.488	.876
no.6	39.50	53.392	.615	.871
no.7	39.71	52.590	.640	.870
no.8	39.97	52.513	.589	.872
no.9	39.61	55.489	.496	.876
no.10	39.37	55.320	.570	.874
no.11	39.45	53.551	.644	.870
no.12	39.68	55.681	.504	.876
no.13	39.42	56.142	.539	.875
no.14	39.42	53.872	.541	.874
no.15	39.84	55.704	.415	.880
no.16	39.45	57.767	.255	.886

3.

Keterangannya adalah sebagai berikut:

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n=173	Keputusan
1	0,572	0,320	Valid
2	0,477	0,320	Valid
3	0,528	0,320	Valid
4	0,612	0,320	Valid
5	0,488	0,320	Valid
6	0,615	0,320	Valid

7	0,640	0,320	Valid
8	0,589	0,320	Valid
9	0,496	0,320	Valid
10	0,570	0,320	Valid
11	0,644	0,320	Valid
12	0,504	0,320	Valid
13	0,539	0,320	Valid
14	0,541	0,320	Valid
15	0,415	0,320	Valid
16	0,255	0,320	Tidak Valid

Lampiran 2

1. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.766
		N of Items	7 ^a
	Part 2	Value	.643
		N of Items	6 ^b
Total N of Items			13
Correlation Between Forms			.534
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.696
	Unequal Length		.697
Guttman Split-Half Coefficient			.687

a. The items are: no.1, no.2, no.3, no.4, no.5, no.6, no.7.

b. The items are: no.7, no.8, no.9, no.10, no.11, no.12, no.13.

Kesimpulan: angket reliabel, karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ yaitu $0,687 \geq 0,320$.

2. Uji Reliabilitas Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.761
		N of Items	7 ^a
	Part 2	Value	.677
		N of Items	7 ^b
Total N of Items			14
Correlation Between Forms			.546
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.707
	Unequal Length		.707
Guttman Split-Half Coefficient			.704

a. The items are: no.1, no.2, no.3, no.4, no.5, no.6, no.7.

b. The items are: no.8, no.9, no.10, no.11, no.12, no.13, no.14.

Kesimpulan: angket reliabel, karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ yaitu $0,704 \geq 0,320$.

3. Uji Reliabilitas Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.832
		N of Items	8 ^a
	Part 2	Value	.768
		N of Items	8 ^b
	Total N of Items		16
Correlation Between Forms			.713
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.832
	Unequal Length		.832
Guttman Split-Half Coefficient			.823

a. The items are: no.1, no.2, no.3, no.4, no.5, no.6, no.7, no.8.

b. The items are: no.9, no.10, no.11, no.12, no.13, no.14, no.15, no.16.

Kesimpulan: angket reliabel, karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ yaitu $0,823 \geq 0,320$.

Angket penelitian

Darwi

ANGKET PENELITIAN

Identitas Responden

Nama : Alhusdan. Wicaksono⁰
 Kelas : 1x⁰
 Jenis kelamin : L.

Petunjuk Pengisian

- Sebelum menjawab pernyataan di bawah ini, isilah identitas responden terlebih dahulu, Kerahasiaan atas pengisian angket ini sangat kami jaga.
- Bacalah pernyataan dibawah ini dengan teliti sebelum menjawab.
- Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberi tanda check list (✓) pada salah satu kolom yang sesuai dengan keadaan atau kondisi anda.

Keterangan:

STS : Sangat tidak setuju S : Setuju
 TS : Tidak setuju SS : Sangat setuju

1. Daftar Pernyataan Kualitas Produk

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	MTs ini memiliki tingkat kelulusan UN yang tinggi dan stabil			✓	
2.	MTs ini sudah terakreditasi dengan baik			✓	
3.	Prestasi belajar MTs ini baik dan sesuai dengan yang saya inginkan				✓
4.	MTs ini sering mendapatkan berbagai penghargaan			✓	
5.	Karya siswa siswi MTs ini selalu menjadi salah satu nominasi dalam kejuaraan			✓	
6.	MTs ini selalu mengikut sertakan karya siswa dalam kompetisi			✓	
7.	Lulusan MTs ini banyak melanjutkan ke				✓

	jenjang pendidikan yang lebih tinggi				✓
8.	Lulusan MTs ini memiliki kompetensi yang baik			✓	
9.	Lulusan MTs ini dapat diterima di sekolah lain dengan mudah		✓		
10.	Alumni MTs ini menunjukkan sikap dan perilaku yang saya inginkan			✓	
11.	MTs ini menyediakan bermacam-macam program kegiatan pilihan				✓
12.	MTs ini memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik				✓
13.	Program-program kegiatan pilihan di MTs ini sangat bermutu			✓	

2. Harga

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	Biaya pendidikan di MTs ini sudah tepat dan pantas			✓	
2.	Biaya pendidikan di MTs ini sesuai dengan daya beli saya				✓
3.	Semakin murah biaya di MTs ini, biasanya menjadi pilihan saya	✓			
4.	Komponen biaya pendidikan di MTs ini sangat jelas			✓	
5.	Saya memilih MTs ini karena biaya uang gedung terjangkau				✓
6.	Saya memilih MTs ini karena biaya sumbangan pembinaan pendidikan (SPP) perbulannya terjangkau			✓	
7.	MTs ini memberikan biaya SPP yang sesuai dengan keadaan konsumen			✓	

8.	MTs ini memberikan biaya pembelian buku yang terjangkau			✓	
9.	Dibanding dengan MTs lain, biaya di MTs ini kompetitif				✓
10.	Biaya di MTs ini memiliki kisaran biaya yang sama dengan sekolah lain		✓		
11.	Pelayanan di MTs ini sudah baik				✓
12.	Tenaga pengajar di MTs ini sudah sesuai dengan bidangnya		✓		
13.	Koleksi perpustakaan di MTs ini sudah memadai				✓
14.	Biaya dan kualitas pendidikan yang diterima di MTs ini sesuai			✓	

3. Minat

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	MTs ini menjadi pilihan utama saya saat memilih sekolah		✓		
2.	MTs ini adalah sekolah yang disarankan orang tua saya saat memilih sekolah		✓		
3.	MTs ini menjadi pilihan saya karena biaya terjangkau			✓	
4.	MTs ini menjadi pilihan saya karena produknya berkualitas			✓	
5.	MTs ini menjadi pilihan saya karena program yang ditawarkan sangat bermanfaat untuk masa depan saya				✓
6.	Saya akan tetap memilih MTs ini meskipun SPP naik		✓		
7.	Saya akan tetap memilih MTs ini meskipun reputasi buruk	✓			

8.	Saya akan tetap memilih MTs ini meskipun uang gedung naik		✓		
9.	Saya merekomendasikan MTs ini mengenai program kegiatan dan biaya pada kerabat dekat saya			✓	
10.	Saya merekomendasikan MTs ini mengenai program kegiatan dan biaya pada keluarga saya			✓	
11.	Saya selalu mengumpulkan informasi mengenai program dan biaya sebelum memilih MTs ini				✓
12.	Saya selalu mencari informasi mengenai potongan biaya terbaru tentang MTs ini		✓		
13.	Saya selalu mencari tahu tentang biaya pendidikan di MTs ini	✓			
14.	Saya selalu mencari tahu tentang bermacam-macam pilihan program kegiatan di MTs ini				✓
15.	Saya selalu mencari tahu tentang pengalaman pengalaman alumni yang bersekolah di MTs ini			✓	
16.	Saya mencari informasi tentang MTs ini dari berbagai media (internet, brosur, pamflet).				✓

Lampiran 4
Data Mentah Jawaban Responden Variabel Produk

Responden	Nomor Item Instrumen											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
MTs Darul Ulum												
R.01	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	
R.02	3	4	2	3	3	4	4	3	4	2	3	
R.03	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	3	
R.04	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	
R.05	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	
R.06	3	4	4	4	3	3	3	2	2	4	3	
R.07	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	
R.08	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	
R.09	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	
R.10	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	
R.11	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	
R.12	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	
R.13	3	3	4	3	2	3	3	4	1	2	3	
R.14	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	
R.15	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	
R.16	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
R.17	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	
R.18	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	
R.19	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
R.20	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
R.21	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	
R.22	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
R.23	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
R.24	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	

R.25	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
R.26	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
R.27	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4
R.28	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3
R.29	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
R.30	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
R.31	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
R.32	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
R.33	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
R.34	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
R.35	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
R.36	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
R.37	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.38	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
R.39	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3
R.40	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3
R.41	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2
R.42	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
R.43	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2
R.44	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3
R.45	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
R.46	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
R.47	4	3	3	3	4	2	1	3	3	2	2
R.48	3	0	3	4	3	3	3	3	4	3	3
R.49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.50	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3
R.51	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
R.52	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
R.53	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
R.54	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
R.55	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3

R.56	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3
R.57	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3
R.58	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4
R.59	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
R.60	4	3	3	2	3	3	3	4	2	2	3
R.61	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
R.62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.63	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3
R.64	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2
R.65	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.66	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
R.67	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
MTs Nurussibyan											
R.68	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2
R.69	4	3	3	4	3	2	3	4	2	2	3
R.70	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3
R.71	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3
R.72	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2
R.73	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
R.74	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2
R.75	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
R.76	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	2
R.77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
R.78	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
R.79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
R.80	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
R.81	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3
R.82	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
R.83	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
R.84	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3

R.85	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
R.86	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.87	3	3	1	4	3	3	3	3	2	3	2
R.88	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
R.89	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
MTs Fatahillah											
R.90	4	4	1	4	3	3	1	2	3	4	1
R.91	4	4	1	3	1	4	1	2	3	4	1
R.92	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3
R.93	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
R.94	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
R.95	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.96	3	2	3	2	2	2	3	3	3	0	3
R.97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.99	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.100	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.101	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
R.102	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4
R.103	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
R.104	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3
R.105	4	4	2	4	4	3	3	3	2	3	2
R.106	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3
R.107	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3
R.108	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3
R.109	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2
R.110	3	3	3	4	4	4	2	2	2	4	2
R.111	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3
R.112	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
R.113	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3

R.114	3	3	2	3	1	3	3	3	2	2	2
R.115	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
R.116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.117	3	3	2	3	1	3	3	3	2	1	2
R.118	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3
R.119	0	0	3	3	3	3	3	2	3	3	3
R.120	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
R.121	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
R.122	4	3	3	3	1	4	4	4	3	1	3
R.123	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
R.124	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3
R.125	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
R.126	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
R.127	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2
R.128	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4
R.129	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
R.130	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
R.131	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
R.132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.133	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3
R.134	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
R.135	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
R.136	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2
R.137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.138	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4
R.139	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4
R.140	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
R.141	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3
R.142	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
R.143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.144	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3

R.145	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3
R.146	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
R.147	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
R.148	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
R.149	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4
R.150	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
R.151	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3
R.152	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
R.153	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
R.154	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
R.155	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	1
R.156	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
R.157	3	3	3	4	2	2	2	2	2	3	3
R.158	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3
R.159	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
R.160	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3
R.161	3	3	3	4	4	4	4	2	3	1	4
R.162	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3
R.163	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3
R.164	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3
R.165	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3
R.166	3	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3
R.167	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	3
R.168	2	4	3	2	1	3	3	4	3	3	3
R.169	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
R.170	1	1	1	2	3	1	2	1	2	2	3
R.171	4	3	4	3	3	4	3	3	1	3	3
R.172	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4
R.173	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3

Lampiran 5

Data Mentah Jawaban Responden Variabel Harga (X2)

Responden	Nomor Item Instrumen												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
MTs Darul Ulum													
R.01	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2
R.02	2	1	3	2	4	4	4	2	3	2	2	3	2
R.03	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
R.04	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3
R.05	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3
R.06	3	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3
R.07	3	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
R.08	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3
R.09	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
R.10	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
R.11	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3
R.12	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
R.13	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
R.14	4	3	4	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3
R.15	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
R.16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.17	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4
R.18	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
R.19	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
R.20	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
R.21	3	2	2	0	2	2	3	3	3	3	2	3	3
R.22	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
R.23	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3
R.24	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
R.25	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4

R.26	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3
R.27	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
R.28	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
R.29	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
R.30	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
R.31	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	4
R.32	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
R.33	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
R.34	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
R.35	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	2	4	3
R.36	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
R.37	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3
R.38	4	2	1	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3
R.39	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3
R.40	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3
R.41	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2
R.42	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4
R.43	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3
R.44	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3
R.45	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
R.46	2	2	3	2	4	4	2	2	4	3	4	2	2
R.47	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2
R.48	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
R.49	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
R.50	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
R.51	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
R.52	3	3	0	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3
R.53	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.54	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.55	2	3	3	4	1	3	3	3	2	2	4	1	3
R.56	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

R.57	3	3	4	3	3	3	3	3	0	3	3	3	3
R.58	3	4	1	3	4	3	3	3	4	4	2	4	3
R.59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.60	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
R.61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
R.62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.63	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
R.64	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
R.67	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2
MTs Nurussibyan													
R.68	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3
R.69	3	3	3	4	3	3	2	3	4	1	2	1	3
R.70	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4
R.71	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2
R.72	4	4	2	3	2	1	3	3	3	3	2	2	3
R.73	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	3
R.74	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3
R.75	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
R.76	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3
R.77	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3
R.78	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	4
R.79	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
R.80	4	3	4	3	0	4	3	4	2	3	2	3	4
R.81	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2
R.82	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
R.83	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2
R.84	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3
R.85	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3

R.86	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
R.87	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
R.88	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
R.89	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
MTs Fatahillah													
R.90	2	3	4	4	3	4	4	2	4	2	3	1	4
R.91	2	4	4	3	1	4	4	2	4	2	1	3	4
R.92	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
R.93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
R.94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
R.95	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
R.96	4	3	4	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4
R.97	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
R.98	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	2
R.99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.100	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3
R.101	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2
R.102	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
R.103	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4
R.104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
R.105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.106	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
R.107	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3
R.108	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
R.109	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3
R.110	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
R.111	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
R.112	2	2	3	3	1	3	3	1	3	3	2	4	3
R.113	2	2	2	1	1	2	2	1	2	4	2	3	2
R.114	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1	3

R.115	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
R.116	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	1	4	4
R.117	3	2	3	2	3	3	3	3	2	1	2	1	3
R.118	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
R.119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
R.120	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3
R.121	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3
R.122	2	3	2	3	2	2	2	3	4	2	3	2	3
R.123	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4
R.124	4	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4
R.125	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4
R.126	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3
R.127	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
R.128	3	3	4	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3
R.129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
R.130	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
R.131	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
R.132	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
R.133	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
R.134	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
R.135	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3
R.136	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3
R.137	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
R.138	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3
R.139	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3
R.140	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3
R.141	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4
R.142	2	3	2	3	2	2	3	3	4	4	3	2	2
R.143	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.144	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.145	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3

R.146	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
R.147	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3
R.148	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
R.149	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4
R.150	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3
R.151	3	3	1	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3
R.152	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3
R.153	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.154	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
R.155	4	4	1	1	1	1	1	1	1	2	2	4	4
R.156	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
R.157	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4
R.158	4	2	3	2	2	4	2	2	3	3	3	3	2
R.159	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3
R.160	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	3	4
R.161	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	1	4
R.162	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3
R.163	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
R.164	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	4	4	2
R.165	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
R.166	2	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	2
R.167	3	2	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	3
R.168	2	2	3	3	2	3	2	4	2	3	4	2	1
R.169	3	1	3	3	3	2	4	2	3	3	2	3	3
R.170	3	1	2	1	2	3	3	4	4	2	2	3	2
R.171	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
R.172	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3
R.173	4	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3

Lampiran 6

Data Mentah Jawaban Responden Variabel Minat (Y)

Responden	Nomor Item Instrumen														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
MTs Darul Ulum															
R.01	3	3	4	2	3	2	2	4	2	3	4	2	3	3	3
R.02	2	3	4	2	3	2	2	4	2	3	4	2	3	3	3
R.03	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
R.04	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
R.05	2	3	3	2	3	3	2	1	1	2	2	1	3	1	1
R.06	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3
R.07	2	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4	2	3	2	2
R.08	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
R.09	2	3	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	3	3
R.10	3	4	2	3	3	4	2	3	2	3	2	3	2	2	1
R.11	1	2	1	1	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	4
R.12	2	2	2	1	3	3	2	2	3	3	2	2	2	4	1
R.13	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3
R.14	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4
R.15	3	4	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4
R.16	2	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	3	3	2
R.17	3	4	4	3	3	1	1	2	3	3	4	4	3	3	4
R.18	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4
R.19	3	4	3	4	3	2	2	2	3	4	3	3	4	4	3
R.20	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
R.21	1	2	3	3	2	3	2	2	4	3	2	3	2	4	2
R.22	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3
R.23	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4

R.24	3	4	3	3	4	3	1	2	1	1	2	3	4	2	3
R.25	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
R.26	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.27	3	3	4	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3
R.28	3	3	3	3	4	3	1	3	3	4	4	2	3	3	3
R.29	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
R.30	3	3	4	3	4	3	1	3	4	4	4	4	3	4	4
R.31	3	3	2	4	3	2	4	1	3	3	2	4	3	4	2
R.32	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
R.33	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.34	4	3	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	4	3	4
R.35	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
R.36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	1	4	3
R.37	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	4	2
R.38	1	4	4	2	2	3	3	3	4	4	1	1	2	3	4
R.39	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2
R.40	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4
R.41	2	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2
R.42	3	3	3	3	4	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4
R.43	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2
R.44	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
R.45	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3
R.46	2	4	1	2	3	1	1	2	3	4	4	3	3	3	4
R.47	2	2	1	1	3	2	2	2	2	1	3	3	1	3	3
R.48	3	3	3	3	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3
R.49	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
R.50	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
R.51	2	4	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	2	2	3
R.52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
R.53	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
R.54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

R.55	1	4	4	3	3	2	2	2	3	2	4	1	2	2	3
R.56	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
R.57	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
R.58	2	2	3	3	4	2	1	2	3	3	4	2	1	4	3
R.59	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1	4	3
R.60	3	4	4	4	4	1	1	2	3	3	4	4	4	4	2
R.61	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	4	4	3
R.62	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2
R.63	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2
R.64	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2
R.65	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2
R.66	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2
R.67	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
MTs Nurussibyan															
R.68	4	3	3	3	4	2	1	2	3	3	2	4	4	3	4
R.69	3	2	3	2	1	1	1	1	2	3	3	2	3	2	1
R.70	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
R.71	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
R.72	2	2	1	3	3	2	1	3	3	2	2	1	2	3	2
R.73	2	4	3	3	3	2	2	2	4	3	2	3	3	4	4
R.74	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
R.75	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.76	1	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4
R.77	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4
R.78	4	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2
R.79	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3
R.80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.81	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2
R.82	3	4	4	3	4	2	1	2	3	2	2	3	2	3	4
R.83	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	4	2	4	2	2

R.84	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.85	3	4	3	4	3	4	2	2	2	3	4	4	3	4	2
R.86	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
R.87	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
R.88	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.89	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
MTs Fatahillah															
R.90	1	4	3	2	2	1	1	1	4	4	3	1	2	1	1
R.91	1	1	3	2	2	3	2	1	1	1	3	2	4	4	4
R.92	3	3	3	3	4	2	2	1	2	2	3	3	3	3	1
R.93	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2
R.94	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	2
R.95	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3
R.96	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3
R.97	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4
R.98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R.99	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
R.100	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3
R.101	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	2	2	3	3
R.102	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3
R.103	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3
R.104	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	3	2
R.105	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
R.106	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3
R.107	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4
R.108	2	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3
R.109	2	3	2	3	3	2	4	4	4	2	4	2	2	3	3
R.110	3	3	3	1	1	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3
R.111	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2
R.112	3	2	4	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2

R.113	2	1	1	2	3	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3
R.114	4	1	4	1	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
R.115	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3
R.116	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.117	4	4	4	4	2	1	4	4	4	3	3	3	2	3	3
R.118	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
R.119	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3
R.120	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	2	2	4	3
R.121	2	2	4	2	3	3	1	3	3	2	2	4	4	3	3
R.122	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
R.123	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4
R.124	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
R.125	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4
R.126	3	1	3	3	3	1	3	1	3	3	3	2	3	3	3
R.127	1	2	4	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4
R.128	2	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	4	4	3	3
R.129	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
R.130	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
R.131	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
R.132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
R.133	1	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
R.134	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
R.135	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
R.136	2	3	2	2	4	3	3	4	3	4	3	2	2	3	4
R.137	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.138	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	4
R.139	3	2	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	2	2	2
R.140	3	3	3	4	4	4	1	2	3	4	3	3	3	3	3
R.141	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
R.142	1	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	4	4
R.143	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3

R.144	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.145	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
R.146	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	2	2	2	4
R.147	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
R.148	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
R.149	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	1	4	1
R.150	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
R.151	2	3	2	2	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3
R.152	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
R.153	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.154	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
R.155	3	3	2	3	4	2	3	3	4	3	3	3	2	4	2
R.156	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
R.157	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R.158	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
R.159	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
R.160	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
R.161	4	4	1	4	4	1	2	1	4	4	4	2	4	4	4
R.162	2	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3
R.163	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
R.164	3	3	4	2	2	2	3	2	3	4	3	3	3	4	4
R.165	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
R.166	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3
R.167	2	3	3	2	3	2	3	1	3	4	3	1	3	3	4
R.168	3	2	1	4	3	3	4	1	1	3	2	3	3	2	1
R.169	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3
R.170	1	2	3	4	2	4	4	4	3	4	3	2	4	1	2
R.171	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
R.172	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	4	3	4	3
R.173	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2

Lampiran 7

Data Hasil Angket Variabel X1 (Kualitas Produk)

Responden	Skor	Responden	Skor
R.01	39	R.46	33
R.02	35	R.47	30
R.03	33	R.48	32
R.04	29	R.49	33
R.05	32	R.50	37
R.06	35	R.51	35
R.07	33	R.52	31
R.08	38	R.53	35
R.09	28	R.54	36
R.10	37	R.55	28
R.11	36	R.56	35
R.12	31	R.57	34
R.13	31	R.58	36
R.14	38	R.59	34
R.15	38	R.60	32
R.16	34	R.61	32
R.17	37	R.62	33
R.18	36	R.63	33
R.19	36	R.64	33
R.20	35	R.65	34
R.21	36	R.66	35
R.22	36	R.67	36
R.23	36	R.68	31
R.24	38	R.69	33
R.25	43	R.70	34
R.26	37	R.71	32
R.27	38	R.72	33
R.28	38	R.73	40
R.29	41	R.74	30
R.30	40	R.75	40
R.31	40	R.76	35
R.32	40	R.77	32
R.33	42	R.78	39

R.34	41	R.79	31
R.35	40	R.80	39
R.36	35	R.81	29
R.37	32	R.82	41
R.38	34	R.83	24
R.39	30	R.84	38
R.40	37	R.85	37
R.41	31	R.86	34
R.42	39	R.87	30
R.43	28	R.88	36
R.44	35	R.89	36
R.45	35	R.90	30
R.91	28	R.133	34
R.92	32	R.134	36
R.93	37	R.135	36
R.94	35	R.36	31
R.95	35	R.137	44
R.96	26	R.138	34
R.97	44	R.139	40
R.98	44	R.140	34
R.99	43	R.141	36
R.100	32	R.142	36
R.101	33	R.143	44
R.102	36	R.144	33
R.103	40	R.145	39
R.104	30	R.146	37
R.105	34	R.147	40
R.106	35	R.148	38
R.107	34	R.149	39
R.108	34	R.150	31
R.109	28	R.151	30
R.110	33	R.152	31
R.111	33	R.153	35
R.112	32	R.154	39
R.113	32	R.155	36
R.114	27	R.156	37

R.115	37	R.157	29
R.116	44	R.158	36
R.117	26	R.159	36
R.118	35	R.160	37
R.119	26	R.161	35
R.120	32	R.162	38
R.121	32	R.163	39
R.122	33	R.164	36
R.123	41	R.165	38
R.124	38	R.166	37
R.125	36	R.167	33
R.126	35	R.168	31
R.127	29	R.169	30
R.128	36	R.170	19
R.129	31	R.171	34
R.130	31	R.172	34
R.131	31	R.173	33
R.132	33		
Jumlah			6002

Lampiran 8

Data Hasil Angket Variabel X2 (Harga)

Responden	Skor	Responden	Skor
R.01	40	R.46	36
R.02	34	R.47	39
R.03	36	R.48	42
R.04	35	R.49	37
R.05	33	R.50	39
R.06	36	R.51	39
R.07	43	R.52	34
R.08	46	R.53	38
R.09	36	R.54	38
R.10	37	R.55	34
R.11	43	R.56	40
R.12	38	R.57	37
R.13	38	R.58	41
R.14	40	R.59	39
R.15	46	R.60	48
R.16	39	R.61	37
R.17	45	R.62	39
R.18	43	R.63	40
R.19	43	R.64	40
R.20	44	R.65	39
R.21	31	R.66	37
R.22	42	R.67	39
R.23	42	R.68	43
R.24	46	R.69	35
R.25	47	R.70	44
R.26	45	R.71	36
R.27	43	R.72	35
R.28	43	R.73	43
R.29	48	R.74	40
R.30	49	R.75	42
R.31	32	R.76	43
R.32	45	R.77	47
R.33	48	R.78	34

R.34	45	R.79	37
R.35	38	R.80	39
R.36	43	R.81	34
R.37	46	R.82	45
R.38	40	R.83	31
R.39	33	R.84	40
R.40	45	R.85	46
R.41	33	R.86	41
R.42	41	R.87	38
R.43	34	R.88	40
R.44	37	R.89	40
R.45	41	R.90	40
R.91	38	R.133	38
R.92	42	R.134	38
R.93	40	R.135	40
R.94	38	R.136	34
R.95	40	R.137	45
R.96	41	R.138	38
R.97	47	R.139	38
R.98	45	R.140	38
R.99	52	R.141	45
R.100	39	R.142	35
R.101	38	R.143	40
R.102	41	R.144	39
R.103	45	R.145	43
R.104	38	R.146	48
R.105	39	R.147	45
R.106	38	R.148	43
R.107	35	R.149	44
R.108	41	R.150	33
R.109	32	R.151	33
R.110	46	R.152	34
R.111	37	R.153	39
R.112	33	R.154	42
R.113	26	R.155	27
R.114	31	R.156	42

R.115	42	R.157	37
R.116	44	R.158	35
R.117	31	R.159	44
R.118	48	R.160	45
R.119	37	R.161	46
R.120	38	R.162	35
R.121	38	R.163	45
R.122	33	R.164	41
R.123	43	R.165	36
R.124	44	R.166	39
R.125	44	R.167	39
R.126	40	R.168	33
R.127	36	R.169	35
R.128	39	R.170	32
R.129	37	R.171	41
R.130	37	R.172	41
R.131	38	R.173	36
R.132	37		
Jumlah			6846

Lampiran 9

Data Hasil Angket Variabel Y (Minat)

Responden	Skor	Responden	Skor
R.01	43	R.46	40
R.02	42	R.47	31
R.03	41	R.48	43
R.04	44	R.49	42
R.05	30	R.50	43
R.06	44	R.51	37
R.07	42	R.52	44
R.08	55	R.53	50
R.09	34	R.54	45
R.10	39	r.55	38
R.11	37	R.56	42
R.12	34	R.57	40
R.13	41	R.58	39
R.14	50	R.59	40
R.15	48	R.60	47
R.16	31	R.61	46
R.17	45	R.62	39
R.18	48	R.63	40
R.19	47	R.64	37
R.20	51	R.65	40
R.21	38	R.66	37
R.22	49	R.67	42
R.23	50	R.68	45
R.24	39	R.69	30
R.25	57	R.70	42
R.26	44	R.71	33
R.27	42	R.72	32
R.28	45	R.73	44
R.29	49	R.74	45
R.30	51	R.75	47
R.31	43	R.76	42
R.32	51	R.77	47
R.33	54	R.78	37

R.34	47	R.79	37
R.35	44	R.80	60
R.36	44	R.81	35
R.37	36	R.82	42
R.38	41	R.83	39
R.39	37	R.84	45
R.40	47	R.85	47
R.41	33	R.86	41
R.42	46	R.87	39
R.43	40	R.88	44
R.44	39	R.89	45
R.45	42	R.90	31
R.91	34	R.133	39
R.92	38	R.134	39
R.93	43	R.135	40
R.94	45	R.136	44
R.95	44	R.137	49
R.96	52	R.138	39
R.97	48	R.139	37
R.98	60	R.140	46
R.99	55	R.141	51
R.100	44	R.142	40
R.101	46	R.143	45
R.102	48	R.144	45
R.103	52	R.145	50
R.104	39	R.146	47
R.105	43	R.147	55
R.106	45	R.148	49
R.107	44	R.149	43
R.108	47	R.150	40
R.109	43	R.151	44
R.110	40	R.152	40
R.111	41	R.153	45
R.112	41	R.154	51
R.113	33	R.155	44
R.114	47	R.156	56

R.115	45	R.157	44
R.116	50	R.158	38
R.117	48	R.159	52
R.118	56	R.160	52
R.119	39	R.161	47
R.120	38	R.162	40
R.121	41	R.163	47
R.122	39	R.164	45
R.123	50	R.165	43
R.124	54	R.166	42
R.125	53	R.167	40
R.126	38	R.168	36
R.127	41	R.169	46
R.128	43	R.170	43
R.129	41	R.171	49
R.130	44	R.172	44
R.131	42	R.173	42
R.132	44		
Jumlah			7511

Lampiran 10

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

Lampiran 11

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.66	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

Lampiran 12

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Lampiran 13



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN

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

Nomor : B-5283 /un.10.3/J.3/PP.00.9/12/2017 Semarang, 22 Desember 2017
Lampiran : -
Perihal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth.

1. Dr. Fahrurrozi, M.Ag

2. Dr. H. Mustaqim, M. Pd

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Fitriyatul Hasanah

NIM : 1403036026

Judul : **Pengaruh Faktor *Place* dan *Price* Terhadap Minat Orang Tua Memilih Sekolah MTs Assalafiyah Sitanggal Brebes**

Dan menunjuk :

1. Pembimbing I : Dr. Fahrurrozi, M.Ag
2. Pembimbing II : Dr. Mustaqim, M. Pd

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

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan,

Mengetahui

Ketua Prodi MPI



Dr. Fahrurrozi, M.Ag

NIP. 19770816 200501 1 033

Tembusan disampaikan kepada Yth :

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

Lampiran 14



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

Nomor : B-1633/ Un.10.3/D.1/TL.00./04/2018

Semarang, 13 April 2018

Lamp : -

Hal : **Mohon Izin Riset**
A.n. : Fitriyatul Hasanah
NIM : 1403036026

Kepada Yth.
Kepala MTs Darul Ulum Ngaliyan
di Semarang

Assalamu'alaikumWr. Wb.

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

Nama : Fitriyatul Hasanah
NIM : 1403036026
Alamat : Laraman RT 10 RW 8 Larangan Brebes
Judul Skripsi : **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang"**
Pembimbing : 1. Dr. Fahrurrozi, M.Ag.
2. Dr. Mustaqim, M. Pd

Bahwa mahasiswa tersebut membutuhkan data-data dengan tema/judul skripsi yang sedang disusunnya, oleh karena itu kami mohon diberi ijin melaksanakan riset selama kurang lebih satu bulan, mulai tanggal 16 April 2018 sampai dengan 15 Mei 2018. Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



H. Hatah Syukur, M.Ag.

NIP: 19681212 199403 1 003

Tembusan :

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang



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

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

Nomor : B-1633/ Un.10.3/D.1/TL.00./04/2018

Semarang, 13 April 2018

Lamp : -

Hal : **Mohon Izin Riset**

A.n. : Fitriyatul Hasanah

NIM : 1403036026

Kepada Yth.
Kepala MTs Nurussibyan Ngaliyan
di Semarang

Assalamu'alaikumWr. Wb.

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

Nama : Fitriyatul Hasanah

NIM : 1403036026

Alamat : Lamarin RT 10 RW 8 Larangan Brebes

Judul Skripsi : **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang"**

Pembimbing : 1. Dr. Fahrurrozi, M.Ag.
2. Dr. Mustaqim, M. Pd

Bahwa mahasiswa tersebut membutuhkan data-data dengan tema/judul skripsi yang sedang disusunnya, oleh karena itu kami mohon diberi ijin melaksanakan riset selama kurang lebih satu bulan, mulai tanggal 16 April 2018 sampai dengan 15 Mei 2018. Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,



Dekan Bidang Akademik

Dr. H. Hatah Syukur, M.Ag.

NIP: 19681212 199403 1 003

Tembusan :

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang



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

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

Nomor : B-1633/ Un.10.3/D.1/TL.00./04/2018

Semarang, 13 April 2018

Lamp : -

Hal : **Mohon Izin Riset**

A.n. : Fitriyatul Hasanah

NIM : 1403036026

Kepada Yth.

Kepala MTs Fatahillah Ngaliyan

di Semarang

Assalamu'alaikumWr. Wb.

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

Nama : Fitriyatul Hasanah

NIM : 1403036026

Alamat : Lamarin RT 10 RW 8 Larangan Brebes

Judul Skripsi : **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang"**

Pembimbing : 1. Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

2. Dr. Mustaqim, M. Pd

Bahwa mahasiswa tersebut membutuhkan data-data dengan tema/judul skripsi yang sedang disusunnya, oleh karena itu kami mohon diberi ijin melaksanakan riset selama kurang lebih satu bulan, mulai tanggal 16 April 2018 sampai dengan 15 Mei 2018.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,

Dekan Bidang Akademik



Fatah Syukur, M.Ag.

NIP: 19681212 199403 1 003

Tembusan :

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang

Lampiran 15



YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM Hj. KHOIRIYAH

MTs. NURUSSIBYAN

Akte No. 12 / 1995

Jl. Pring Mas No 17 Wonosari Ngaliyan Telp. (024) 8664957 Semarang
50186

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Madrasah Tsanawiyah Nurussibyan Semarang dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Fitriyatul Hasanah
NIM : 1403036026
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam UIN Walisongo Semarang
Alamat : Lamaran RT. 10 / RW. 08 Larangan Brebes
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut benar-benar melaksanakan penelitian di MTs Nurussibyan Semarang.

Demikian surat keterangan dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 20 Juli 2018

Kepala MTs Nurussibyan



Bowo, S.Pd



**YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM
MADRASAH TSANAWIYAH “DARUL ULUM”**

Alamat : Jalan Raya Anyar Wates Ngaliyan
Telp. (024) 7628212 Semarang 50188

SURAT KETERANGAN

Nomor : 009/D/MTs-DU/VII/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Madrasah Tsanawiyah DARUL ULUM Semarang menerangkan bahwa:

Nama : Fitriyatul Hasanah
NIM : 1403036026
Jurusan : Managemen Pendidikan Islam UIN Walisongo Semarang
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut benar-benar melaksanakan penelitian di MTs Darul Ulum Semarang.

Demikian Surat keterangan dibuat untuk dapat dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 17 Juli 2018

Kepala Madrasah



M. Abdul Hadi, M.S.I



YAYASAN MIFTAHUL HUDA BRINGIN
MTs FATAHILLAH

Alamat : Jl. Faletahan No.9 Bringin Ngaliyan Kota Semarang, Telp. (024) 7615135

SURAT KETERANGAN

Nomor: 011/MTs.711/E-21/VII/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala MTs Fatahillah Kota Semarang dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Fitriyatul Hasanah**
Nomor Induk Mahasiswa : 1403036026
Alamat : Laman RT. 10 / RW. 08 Larangan Brebes
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam / Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo

Telah melakukan penelitian di madrasah kami dalam rangka Penulisan Skripsi dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Pemilihan Madrasah Tsanawiyah Di Kecamatan Ngaliyan Semarang"** yang telah dilaksanakan selama 1 Bulan pada tanggal 16 April 2018 – 15 Mei 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 19 Juli 2018

Kepala MTs Fatahillah



Hj. Chabibah, S.Pd.

NIP. 197505222005012002

Lampiran 16



**LABORATORIUM MATEMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UIN WALISONGO SEMARANG**

Jln. Prof. Dr. Hamka Kampus 2 (Gdg. Lab. MIPA Terpadu Lt.3) ☎ 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50182

PENELITI : Fitriyatul Hasanah
NIM : 1403036026
JURUSAN : Manajemen Pendidikan Islam
**JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT PEMILIHAN MADRASAH TSANAWIYAH DI
KECAMATAN NGALIYAN SEMARANG**

HIPOTESIS :

- a. Hipotesis Korelasi:
H₀ : Tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap minat pemilihan madrasah.
H₁ : Ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap minat pemilihan madrasah.
- b. Hipotesis Model Regresi
H₀ : Model regresi tidak signifikan
H₁ : Model regresi signifikan
- c. Hipotesis Koefisien Regresi
H₀ : Koefisien regresi tidak signifikan
H₁ : Koefisien regresi signifikan

HASIL DAN ANALISIS DATA

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
minat pemilihan MTs	43.4162	5.81599	173
kualitas produk	34.6936	4.11518	173
harga	39.5260	4.63501	173



Correlations

		minat pemilihan MTs	kualitas produk	harga
Pearson Correlation	minat pemilihan MTs	1.000	.480	.556
	kualitas produk	.480	1.000	.583
	harga	.556	.583	1.000
Sig. (1-tailed)	minat pemilihan MTs	.	.000	.000
	kualitas produk	.000	.	.000
	harga	.000	.000	.
N	minat pemilihan MTs	173	173	173
	kualitas produk	173	173	173
	harga	173	173	173

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.346	.338	4.73263

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk

Keterangan:

R = 0,588 artinya hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap minat pemilihan madrasah **Cukup** karena $0,400 < R < 0,699$, dan kontribusi kualitas produk dan harga dalam mempengaruhi minat pemilihan madrasah sebesar 34,6% (R square).

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2010.404	2	1005.202	44.879	.000 ^a
	Residual	3807.631	170	22.398		
	Total	5818.035	172			

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk

b. Dependent Variable: minat pemilihan MTs

Keterangan:

Sig. = 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak,
artinya model regresi $Y = 0,333X_1 + 0,525X_2 + 11,112$ SIGNIFIKAN



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.112	3.458		3.213	.002
	kualitas produk	.333	.108	.236	3.084	.002
	harga	.525	.096	.418	5.480	.000

a. Dependent Variable: minat pemilihan MTs

Keterangan:

Persamaan Regresi adalah $Y = 0,333X_1 + 0,525X_2 + 11,112$

Uji koefisien variabel (X_1) (0,333) : Sig. = 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya koefisien variabel X_1 **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y).

Uji koefisien variabel (X_2) (0,525) : Sig. = 0,002 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya koefisien variabel X_2 **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y).

Uji konstanta (11,112) : Sig. = 0,002 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya konstanta **SIGNIFIKAN** (dalam mempengaruhi variabel Y).

Semarang, 20 Juli 2018

Ketua Jurusan Pend. Matematika,



Lampiran 17

**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS**
STATE ISLAMIC UNIVERSITY WALISONGO
LANGUAGE DEVELOPMENT CENTER
Jl. Prof. Dr. Hamka KM. 02 Kampus III Ngaliyan Telp./Fax. (024) 7614453 Semarang 50185
email : ppb@walisongo.ac.id

Certificate
Nomor : B-4264/Un.19.8/P3/PP.00.9/07/2018

This is to certify that

FITRIYATUL HASANAH
Date of Birth: July 25, 1996
Student Reg. Number: 1403036026

the TOEFL Preparation Test

Conducted by
Language Development Center
of State Islamic University (UIN) "Walisongo" Semarang
On July 19th, 2018
and achieved the following scores:

Listening Comprehension	: 37
Structure and Written Expression	: 43
Reading Comprehension	: 40
TOTAL SCORE	: 400


July 24th, 2018
Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag.
197003211996031003

Certificate Number : 120182066
* TOEFL is registered trademark by Educational Testing Service.
This program or test is not approved or endorsed by ETS.