

artikel dea.docx

by

Submission date: 08-Mar-2022 12:24PM (UTC+0700)

Submission ID: 1779205640

File name: artikel dea.docx (151.67K)

Word count: 4497

Character count: 27640



PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA SEKOLAH TERHADAP MINAT SISWA BARU PADA SMK BUDI DHARMA SIDOARJO

Dea Ayu Tisna¹⁾, Mas Oetarjo²⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Dosen Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: dheaaiuw@gmail.com *¹⁾, MasOetarjo@umsida.ac.id *²⁾

Abstract. *Budhi Darma Sidoarjo Private Vocational High School is one of the educational units in Krembung, Kec. Krembung, Kab. Sidoarjo, East Java. This study aims to determine the effect of price, promotion, and school image on the interest of new students at Budhi Darma Sidoarjo Private Vocational High School. In this study, using quantitative research methods. In this study using a saturated sampling technique, so that the sampling is all new students who register at Budhi Darma Sidoarjo Private Vocational High School totaling 42 students. This research uses the help of IBM SPSS V. 25 software. The data analysis technique used is through classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, multiple correlation coefficient test, and coefficient of determination. Based on the results of the study, it was found that price had a significant effect on the interest of new students at Budhi Darma Sidoarjo Private Vocational High School. Promotion had a significant effect on the interest of new students at Budhi Darma Sidoarjo Private Vocational High School, and School image has a significant effect on the interest of new students at Budhi Darma Sidoarjo Private Vocational High School.*

Keywords: Price, Promotion, School Image, Student Interest

Abstrak. SMKS Budi Darma Sidoarjo adalah salah satu satuan pendidikan dengan jenjang SMK di Krembung, Kec. Krembung, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan citra sekolah terhadap minat siswa baru di SMKS Budi Dharma Sidoarjo. Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh, sehingga pengambilan sampel adalah semua siswa baru yang mendaftar di SMK Budi Dharma yang berjumlah 42 siswa. Penelitian ini menggunakan bantuan software IBM SPSS V. 25. Teknik analisis data yang digunakan yakni melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji koefisien korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Siswa Baru SMKS Budi Dharma., Promosi berpengaruh signifikan Terhadap Minat siswa Baru SMKS Budi Dharma, Citra Sekolah berpengaruh signifikan Terhadap Minat Siswa Baru SMKS Budi Dharma.

Kata Kunci - Harga, Promosi, Citra Sekolah, Minat Siswa

I. PENDAHULUAN

2 Saat ini sekolah menengah kejuruan (SMK), menjadi sebuah pilihan dalam dunia pendidikan sebagai sekolah lanjutan setelah tamat sekolah menengah pertama (SMP). Hal ini dikarenakan di sekolah menengah kejuruan (SMK) tidak hanya mengajarkan pengetahuan layaknya sekolah lanjutan tingkat menengah atas (SMA), namun sekolah menengah kejuruan (SMK) juga mengajarkan siswa ketrampilan dan kemandirian. Ketrampilan dan keahlian kerja dibutuhkan dalam dunia kerja saat ini. Dengan demikian keberadaan sekolah menengah kejuruan (SMK) dianggap cukup menjawab kebutuhan masyarakat dan dunia kerja. Maka sekolah menengah kejuruan (SMK) seperti menjadi pilihan utama para orang tua untuk melanjutkan pendidikan anaknya selain di sekolah menengah atas (SMA). Hal ini menunjukkan persaingan antar sekolah semakin tinggi sehingga upaya sekolah swasta dalam membuat strategi pemasaran merupakan sebuah keharusan. Biaya yang ditawarkan oleh sekolah juga masih terjangkau dan tidak terlalu mahal jika di bandingkan dengan sekolah swasta lainnya hal ini di harapkan dapat meningkatkan minat siswa yang ingin bersekolah di sekolah tersebut. Berikut ini perkembangan biaya pendidikan pada SMK Budi Dharma Sidoarjo dari kelas X sampai kelas XII sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Harga

No.	Rincian biaya Rp	Kelas X	Kelas XI	Kelas XII
1	DAS/Semester	600,000	600,000	600,000
2	SPP	150,000	160,000	180,000
3	PSS	1,900,000	1,800,000	1,800,000
4	Seragam Sekolah	225,000	225,000	225,000
	Jumlah	2,875,000	2,875,000	2,875,000

Sumber : Data SMK Budi Dharma Sidoarjo 2022

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa biaya pendidikan tidak mengalami kenaikan yang tinggidi dari kelas X sampai kelas XII bahkan setiap tahunnya hampir sama dengan tahun sebelumnya. Melihat strategi yang di terapkan oleh sekolah SMKS Budhi Dharma Sidoarjo, ternyata tidak lepas dari berbagai masalah yang datang, seperti adanya naik turun jumlah siswa baru yang mendaftar karena adanya faktor internal maupun factor eksternal dimana factor internal mengenai strategi yang dilaksanakan oleh SMKS Budhi Dharma Sidoarjo belum sepenuhnya maksimal, selain itu terdapat factor eksternal terjadinya naik turun jumlah siswa baru yang mendaftar di karenakan dampak dari sekolah negeri yang selalu menambah jumlah kuota murid baru. Sehingga peminatnya pada SMK Budi Dharma Sidoarjo mengalami penurunan. Dapat di lihat pada tabel 1.2 berikut:

Tabel 1. 2**Jumlah Siswa SMK Budi Dharma Sidoarjo Periode 2019-2021**

No.	Tahun Ajaran/ Periode	Jumlah siswa
1	2019/2020	67 siswa
2	2020/2021	64 siswa
3	2021/2022	42 siswa

Sumber : Data SMK Budi Dharma Sidoarjo 2022

Berdasarkan tabel 1.2 di atas menunjukka bahwa jumlah siswa yang mendaftar pada peiode 2019 sebanyak 67 siswa, pada periode 2020 sebanyak 64 siswa dan pada peiode 2020 sebanyak 42 siswa. Sehingga dari periode tahun 2019 sampai dengan 2020 menunjukkan penurunan jumlah siswa.

Terdapat hasil penelitian yang menunjukkan adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu (empirical gap) antara variabel harga, promosi dan citra sekolah terhadap minat siswa. Hal tersebut membuat kesimpangsiuran hasil peneliti yang belum jelas. [1] Harga merupakan suatu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Pernyataan tersebut di dukung oleh [2] yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat. Selanjutnya [3] juga membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat siswa baru.. Tetapi berbeda dengan hasil penelitian [4] yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

Adapun variabel promosi terhadap minat, [5] promosi bertujuan untuk menarik konsumen agar mau mencoba produk baru, memancing konsumen agar meninggalkan produk pesaing, atau untuk membuat konsumen meninggalkan produk yang sudah matang seperti peneliti yang telah dilakukan [6] yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap minat,

Begitu juga dengan variabel citra sekolah terhadap minat. [7] fungsi marketing dalam dunia pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dalam rangka menarik minat sejumlah calon pelanggan jasa pendidikan dan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif sekolah. Pernyataan tersebut di dukung oleh penelitian [8], menemukan bahwa citra berpengaruh terhadap minat siswa milih SMA Al-Istiqamah.

Berdasarkan uraian di atas maka harus dilakukan penelitian terhadap variable harga, promosi dan citra sekolah dalam upaya untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat siswa. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan sekolah SMKS Budhi Dharma Sidoarjo di masa yang akan datang, hal iniyang menjadi pendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA SEKOLAH TERHADAP MINAT SISWA BARU PADA SMK BUDI DHARMA SIDOARJO"

II. METODE

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian kali peneliti mengambil objek pada sebuah Lembaga Pendidikan yaitu di SMK Budhi Darma. Sekolah ini berlokasi di daerah KREMBUNG. Letak dari sekolahan ini sangat strateis karena tidak jauh dari jalan raya Krembung.

B. Definisi Operasional dan Identifikasi Variabel

1. Definisi Operasional

a) Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada produsen/lembaga untuk suatu produk/jasa yang diinginkan. Tak hanya itu harga merupakan salah satu sebab konsumen memilih dan memutuskan untuk melakukan pembelian pada suatu produk/jasa yang di sebabkan dalam suatu hal.

b) Promosi

Promosi merupakan suatu rencana kegiatan yang berusaha membujuk, menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pembeli atau pengguna jasa untuk menggunakan produk yang ditawarkan

c) Citra Sekolah

Citra Sekolah merupakan suatu penilaian atau kesan seseorang terhadap suatu sekolah karena pemahaman dan pengalaman seseorang terhadap sekolah. maka sebuah lembaga pendidikan harus berusaha menciptakan citra positif sehingga calon siswa baru dapat membuat keputusan untuk masuk ke lembaga pendidikan yang bersangkutan.

d) Minat Siswa

Minat merupakan kecenderungan suatu konsumen akan membeli suatu produk atau jasa yang didasarkan atas rasa suka dan mempunyai sikap positif terhadap produk tersebut

2. Identifikasi dan Indikator Variabel

Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel bebas (variable independent) adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan atau timbulnya variabel terikat (variable dependent). Sedangkan variabel terikat (variable dependent) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (variable independent) menurut Sugiyono (2018).

Berdasarkan uraian di atas maka variabel bebas (variable independent) dalam penelitian ini adalah Harga (X1), Promosi (X2), Citra Sekolah (X3), Minat Siswa (Y).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi: [9] populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh siswa baru yang mendaftar di SMK Budhi Darma Krembung sebanyak 42 siswa pada tahun 2021/2022.

Sampel: [9] sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yakni probability sampling dan nonprobability sampling. Dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel sehingga pengambilan sampel adalah semua siswa baru yang mendaftar di SMK Budi Dharma yang berjumlah 42 siswa.

D. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

[9] Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data ini diperoleh dari wawancara objek penelitian atau dengan pengamatan langsung dilapangan. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran angket yang berisi kuesioner yang meliputi angket tentang harga, promosi, citra sekolah terhadap minat siswa memilih sekolah.

b. Data Sekunder

[9] Data Sekunder adalah sumber yang tidak dapat diperoleh langsung kepada pengumpul data, misalkan diperoleh dari orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder adalah sumber data yang berfungsi untuk melengkapi data yang diperlukan data primer. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari sekolah SMK Budhi Darma yang meliputi jumlah siswa, fasilitas, gambaran umum sekolah, visi-misi dan beserta jumlah karyawan.

E. Teknik Pengumpulan Data

[9] menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data diantaranya :

a. Kuisisioner

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner. Kuisisioner adalah bentuk pertanyaan yang mewakili penulis dapat di sampaikan kepada responden untuk memperoleh sebuah informasi berupa jawaban, tanggapan ataupun respon tertulis. Kuisisioner dalam penelitian ini bersifat langsung dan tertutup agar para responden dengan leluasa memberikan sebuah jawaban dengan

pribadinya masing-masing sebagai bentuk untuk penggalan data baik variabel bebas maupun variabel terikat.

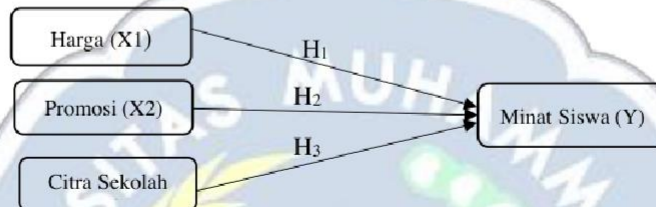
b. Wawancara

Wawancara dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang dapat digunakan untuk mendapatkan suatu informasi secara langsung dari sumbernya. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan di SMK Budhi Darma salah satu sekolah SMK yang berada di kecamatan krebung karena ingin mengetahui informasi yang lebih jelas lagi.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistic yang sudah tersedia. Pada penelitian ini menggunakan Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pada hal ini pengujian data dapat diukur melalui aplikasi *software SPSS Statistic* versi 25

G. Kerangka Konseptual



Gambar. 1
Kerangka Konseptual

H. Hipotesis

Berdasarkan kerangka berfikir dan deskripsi teoritis yang sudah dijelaskan diatas, maka hipotesis penelitian dapat ditarik sebagai berikut :

- H₁ : Harga berpengaruh terhadap minat siswa baru
 H₂ : Promosi tempat berpengaruh terhadap minat siswa baru
 H₃ : Citra Sekolah tempat berpengaruh terhadap minat siswa baru.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Variabel (r-hitung)	Nilai Kritis	Sig	Keterangan	
Harga	X _{1.1}	0,472	0,3	0	Valid
	X _{1.2}	0,493	0,3	0	Valid
	X _{1.3}	0,386	0,3	0	Valid
	X _{1.4}	0,583	0,3	0	Valid
Promosi	X _{2.1}	0,736	0,3	0	Valid
	X _{2.2}	0,523	0,3	0	Valid
	X _{2.3}	0,518	0,3	0	Valid
Citra sekolah	X _{3.1}	0,603	0,3	0	Valid
	X _{3.2}	0,528	0,3	0	Valid
	X _{3.3}	0,607	0,3	0	Valid

	Y₁	0,563	0,3	0	Valid
Minat siswa	Y₂	0,634	0,3	0	Valid
	Y₃	0,729	0,3	0	Valid

Sumber: Output SPSS 25

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel harga (X1), promosi (X2), citra sekolah (X3) dan minat siswa (Y) memiliki nilai Pearson Correlation > 0,3. Dengan demikian semua pernyataan mengenai variabel tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah diteliti

2. Uji Realibilitas

Selanjutnya menurut [9] dalam menghitung reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach. Dengan ketentuan pengujian reliabilitas didasarkan pada nilai Cronbach's Alpha variabel. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka pernyataan dalam variabel dikatakan reliabel.

Tabel 2 Tabel Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Hasil
Harga (X1)	0,788	0,6	Reliabel
Promosi (X2)	0,750	0,6	Reliabel
Citra Sekolah (X3)	0,813	0,6	Reliabel
Minat Siswa (Y)	0,784	0,6	Reliabel

Sumber: Output SPSS 25

Dari tabel di atas terlihat *Cronbach's Alpha* pada variabel harga sebesar 0,788, variabel promosi sebesar 0,750, variabel citra sekolah sebesar 0,813, dan minat siswa sebesar 0,784. dari seluruh variabel tersebut diketahui nilai koefisien reabilitas *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka dapat dikatakan instrumen kuisioner yang digunakan dikatakan reliabel atau memiliki reliabilitas.

B. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi asumsi klasik pada penelitian ini meliputi pengujian Normalitas, Linieritas, Multikolinieritas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi. Hasil pengujian asumsi klasik tersebut yaitu:

1. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji normalitas secara statistik dengan memilih ketentuan angka Signifikansi pada pengujian *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38443751
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.056
Test Statistic		.060
Asymptotic Significance (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.10 diatas, bahwa hasil dari pengujian telah diperoleh dengan nilai Asymp. Sig. dari uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 (0,200 > 0,05) sehingga dapat dinyatakan bahwa tabel pengujian Kolmogorov-Smirnov diatas berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Tabel 4. Uji Linieritas

NO	Item	FHitung	/Sig	Keterangan
1	Variabel Harga dengan Minat Siswa	0,514	0,67	Linear
2	Variabel Promosi dengan Minat Siswa	1,079	0,001	Linear
3	Variabel Citra Sekolah dengan Minat Siswa	1,701	0,007	Linear

Berdasarkan tabel 4 pengujian di atas dapat di jelaskan Dari tabel menunjukkan hubungan ketiga variabel di atas yaitu harga, promosi, dan citra sekolah menunjukkan nilai sig linearity > 0.05 , maka dapat dikatakan variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) seluruhnya bersifat linear

3. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.632 ^a	.310	.340	1.43805	1.868

a. Predictors: (Constant), CITRA SEKOLAH, HARGA, PROMOSI

b. Dependent Variable: MINAT SISWA

Berdasarkan tabel diatas , hasil uji autokorelasi dapat dinyatakan bahwa hasil data analisis yang telah di peroleh dengan nilai pada *Durbin-Watson* sebesar 1,868, menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena Jika $(dU < d < 4 - dU)$ atau $(1,6617 < 1,868 < 2,3383)$ diketahui bahwa nilai 1,868 terletak diantara nilai dU dan $4-dU$.

4. Uji Multikolinieritas

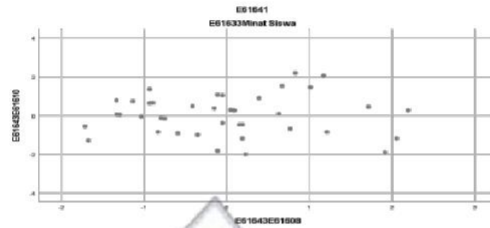
Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0,926	1,080
Promosi (X2)	0,978	1,022
Citra sekolah (X3)	0,919	1,088

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya Variance Influence Factor (VIF) untuk variabel harga sebesar 1,080 (< 10), variabel promosi sebesar 1,022 (< 10) dan variabel citra sekolah sebesar 1,088 (< 10). Maka dapat disimpulkan bahwa pada semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari angka 10. Begitu juga dengan nilai Tolerance yang di hasilkan pada pengujian, semua variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa untuk penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

5. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar di atas, diketahui bahwa plot residual menyebar tidak beraturan (acak) dan tidak memiliki pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh harga (X1), promosi (X2), dan citra sekolah (X3) terhadap minat siswa baru (Y). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25 (Statistical Package For The Social Science). Hasil analisis regresi linier berganda didapatkan hasil berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	
1 (Constant)	7,847	3,856	
HARGA	,117	,187	,299
PROMOSI	,049	,187	,141
CITRA SEKOLAH	,429	,205	,334

a. Dependent Variable: MINAT SISWA

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan adalah dengan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut : Berdasarkan ketentuan persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,328 + 0,693X_1 + 0,113X_2 + 0,242X_3$$

a. α = Konstanta = 7,847

Konstanta (α) merupakan intersep variabel terikat jika variabel bebas sama dengan nol. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut. Besarnya nilai konstanta adalah 7,847 menunjukkan bahwa jika variabel independen yang terdiri dari harga, promosi, dan citra sekolah = 0 atau konstan, maka variabel minat siswa adalah sebesar 7,847.

b. Koefisien regresi untuk X1 = 0,117

Artinya besarnya nilai koefisien regresi untuk variabel harga (X1) yaitu 0,117 dan mempunyai koefisien regresi positif. Hal ini menunjukkan terjadinya perubahan yang searah dengan variabel terikat. Jika harga (X1) naik sebesar satu satuan, sedangkan promosi (X2) dan citra sekolah (X3) tetap/konstan, maka minat siswa (Y1) naik sebesar 0,117.

Sebaliknya jika terjadi penurunan pada variabel harga (X1) sebesar 1 satuan, maka terjadi penurunan variabel minat siswa (Y) sebesar 0,117, dengan asumsi bahwa variabel promosi (X2) dan citra sekolah (X3) tetap/konstan adalah konstan (tetap).

c. Koefisien regresi untuk X2 = 0,049

Artinya besarnya nilai koefisien regresi untuk variabel promosi (X2) yaitu sebesar 0,049 dan mempunyai koefisien regresi positif. Hal ini menunjukkan terjadinya perubahan yang seiring

dengan variabel terikat. Jika promosi (X2) naik sebesar satu satuan, sedangkan citra sekolah (X3) dan harga (X1) konstan/tetap, maka minat siswa (Y) naik sebesar 0,049.

Sebaliknya jika terjadi penurunan pada variabel promosi (X2) sebesar 1 satuan, maka terjadi penurunan variabel minat siswa (Y) sebesar 0,049, dengan asumsi bahwa variabel citra sekolah (X3) dan harga (X1) konstan/tetap adalah konstan (tetap).

- d. Koefisien regresi untuk X3 = 0,429

Artinya besarnya nilai koefisien regresi untuk variabel citra sekolah (X3) yaitu sebesar 0,429 dan mempunyai koefisien regresi positif. Hal ini menunjukkan terjadinya perubahan yang seiring dengan variabel terikat. Jika citra sekolah (X3) naik sebesar satu satuan, sedangkan harga (X1) dan promosi (X2) konstan/tetap, maka minat siswa (Y) naik sebesar 0,429.

Sebaliknya jika terjadi penurunan pada variabel citra sekolah (X3) sebesar 1 satuan, maka juga terjadi menurunnya variabel minat siswa (Y) sebesar 0,429, dengan asumsi bahwa variabel harga (X1) dan promosi (X2) konstan/tetap adalah konstan (tetap).

D. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh-pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri atau parsial terhadap variabel terikat. Hasil uji parsial dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 8 Hasil Uji T

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
(Constant)	2.035	.049
Harga (X1)	2.626	.005
Promosi (X2)	7.262	.000
Citra sekolah (X3)	5.094	.000

a. Dependent Variable: MINAT SISWA

Berdasarkan pada hasil penelitian yang ditetapkan dalam derajat kebebasan $df = (n-k-1) = 42-4-1 = 37$ dengan taraf signifikan 5% (0,05), maka nilai ttabel adalah sebesar 1,68709, maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

- a. Harga

Nilai thitung sebesar 2,035 sedangkan ttabel sebesar 1,68709. Maka $thitung > ttabel$ ($2,035 > 1,68709$) yang artinya ada alasan kuat pada H_a diterima H_0 ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikan ($0,005 < 0,05$), sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dengan minat siswa.

- b. Promosi

Nilai thitung sebesar 2,626 sedangkan ttabel sebesar 1,68709. Maka $thitung > ttabel$ ($2,626 > 1,68709$) yang artinya ada alasan kuat pada H_a diterima H_0 ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dengan minat siswa.

- c. Citra sekolah

Nilai thitung sebesar 7,262 sedangkan ttabel sebesar 1,68709. Maka $thitung > ttabel$ ($7,262 > 1,68709$) yang artinya ada alasan kuat pada H_a diterima H_0 ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra sekolah dengan minat siswa.

2. Koefisien Kolerasi Berganda (R)

Tabel 9 Hasil Uji R

Model	R	Model Summary ^b		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632a	.310	.340	1.43805

a. Predictors: (Constant), Citra sekolah, Promosi, Harga
b. Dependent Variable: Minat siswa

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah 0,632 dan jumlah mendekati angka 1. Maka pada nilai tabel R tersebut dikatakan bernilai positif karena terdapat hubungan yang kuat antar variabel bebas harga, promosi, citra sekolah terhadap variabel terikat minat siswa.

3. Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Tabel 10 Hasil Uji R²

Model	R	Model Summary ^b		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632a	.310	.340	1.43805

a. Predictors: (Constant), Citra sekolah, Promosi, Harga
b. Dependent Variable: Minat siswa

Berdasarkan hasil pengujian diatas diketahui R square (R²) sebesar 0,310. Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu minat siswa (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu harga (X1), kepuasan kerja (X2), dan citra sekolah (X3) sebesar 31%.

E. Pembahasan

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan oleh peneliti maka hasil yang diperoleh melalui program aplikasi data SPSS *Statistic versi 25*. Bahwa Variabel harga, promosi, dan citra sekolah terhadap minat siswa baru SMKS Budi Dharma adalah berikut :

1. Hipotesis Pertama(H₁): Pengaruh Harga terhadap Minat Siswa Baru SMK Budi Dharma.

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap minat siswa baru pada SMK Budi Dharma . Hal ini menunjukkan bahwa siswa khususnya wali murid atau orang tua siswa amat memperhatikan keterjangkauan harga untuk bersekolah di SMKS Budi Dharma. Terdapat pula perbandingan apakah harga dan fasilitas yang diperoleh ketika bersekolah di SMKS Budi Dharma.

[10] menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa [11] menyatakan bahwa 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 diatas rata-rata. Namun siswa akan tetap membayar harga tersebut guna untuk mendapatkan pendidikan bermutu tinggi. Seorang yang akan memasuki dunia sekolah menengah kejuruan akan mempertimbangan biaya masuk dan uang sekolah. .

2. Hipotesis Kedua(H₂) : Pengaruh Promosi Terhadap Minat siswa Baru SMK Budi Dharma.

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat siswa baru pada SMK Budi Dharma. Hal ini menunjukkan bahwa peran penting promosi sangat mempengaruhi minat siswa guna bersekolah di jenjang berikutnya. Selain itu, promosi juga bisa menjadi jembatan untuk menyediakan informasi-informasi mengenai sekolah itu sendiri. Misalnya fasilitas sekolah, jurusan sekolah, prestasi, dan juga hal-hal lainnya yang bisa menarik minat siswa untuk memasuki sekolah tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori [5] menyatakan bahwa promosi adalah merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. [12] menyatakan bahwa Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

3. Hipotesis Ketiga (H₃) : Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Minat Siswa Baru SMK Budi Dharma.

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa citra sekolah mempunyai pengaruh terhadap minat siswa baru pada SMK Budi Dharma. Hasil menunjukkan bahwa citra sekolah akan berdampak pada minat siswa. Citra sekolah sendiri memiliki beberapa aspek misalnya baik buruknya reputasi dari sekolah dan lingkungan sekolah, prestasi yang pernah didapatkan oleh sekolah, dan lain sebagainya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori [5], mengemukakan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. [7] menyatakan bahwa citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai suatu objek, orang atau suatu lembaga. Citra terbentuk dari bagaimana lembaga atau perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi layanan. Oleh karena itu citra sekolah dianggap menjadi variabel yang berpengaruh terhadap minat siswa sebagaimana citra merek (*brand image*) mempengaruhi minat beli.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Siswa Baru SMKS Budi Dharma. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh penelitian [3] yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat siswa baru. Kemudian penelitian oleh [13] yang menunjukkan bahwa promosi, persepsi harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masuk mahasiswa baru di Fakultas Seni dan Desain Universitas Potensi Utama.
2. Promosi berpengaruh signifikan Terhadap Minat siswa Baru SMKS Budi Dharma. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian oleh [13], yang membuktikan bahwa promosi, persepsi harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masuk mahasiswa baru di Fakultas Seni dan Desain Universitas Potensi Utama. Kemudian hasil penelitian ini sesuai dengan [14] menunjukkan bahwa promosi sekolah, persepsi, dan lingkungan teman sebaya terhadap minat siswa memilih jurusan AP di SMK Swasta Kota Semarang.
3. Citra Sekolah berpengaruh signifikan Terhadap Minat Siswa Baru SMKS Budi Dharma. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian [15] hasil penelitian menunjukkan bahwa citra universitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat siswa SMA kelas 3 memilih Universitas Bung Hatta.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur alhamdulillah dan terima kasih saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) pada fakultas bisnis, hukum, dan ilmu sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Serta kepada orang tua serta keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat, serta untuk seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

BIBLIOGRAPHY

- [1] A. dan F. , *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2006.
- [2] A. Darda dan B. Abdulah, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Bersekolah di SMAM Wanaraja," *Jurnal EKOBIS: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, pp.01-16, 2018.
- [3] S. E. Y. Waluyo, "Analisa pengaruh lokasi, biaya dan kualitas pendidikan terhadap minat siswa memilih sekolah SMA Muhammadiyah 2 Mojosari di Mojokerto," *JEBDEER: Journal of Entrepreneurship, Business Development and Economic Educations Research*, 2018.
- [4] U. S. A. K. & R. C. W. E. Mahemba, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta," *In Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, pp. (Vol. 1, No. 2, pp. 428-439)., 2019.

- [5] P. Kotler dan K. Keller, Manajemen pemasaran. Edisi 13. Jilid 2, Jakarta: Erlangga, 2010.
- [6] Z. K. A. & Z. M. M. Azkiyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru Di Madrasah," *Nidhomul Hay: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, pp. 290-303, 2020.
- [7] B. Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta, 2016, p. 572.
- [8] F. Hidayat, "Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Citra dan Lingkungan Sekolah Terhadap Minat Siswa Memilih SMA Swasta Al-Istiqamah Kabupaten Pasaman Barat," *Doctoral dissertation, STKIP PGRI Sumatera Barat*, 2014.
- [9] Sugiyono, Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan RED, Bandung: pt alfabet, 2017.
- [10] G. A. Kotler Philip, Principles of marketing. 17th edition, United Kingdom: Pearson Education Limited, 2018.
- [11] S. Minarti, Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri, Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- [12] F. Tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- [13] A. A. Adam, "Analisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Minat Masuk Mahasiswa Baru Pada Universitas Pesisir Utama Medan. (Studi Kasus Pada Fakultas Seni dan Desain)," *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 2021.
- [14] M. A. & M. M. Djirin, "Pengaruh Lokasi Sekolah, Promosi Sekolah, Persepsi Dan Tingkat Seberapa Terhadap Minat Siswa Memilih Jurusan," *International Journal of Education Research*, pp. 352-364, 2019.
- [15] M. R. Z. & D. Sari, "Pengaruh Citra Universitas, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Siswa Memilih Universitas Bung Hatta (Studi Kasus Siswa Kelas 3 SMA Negeri Tahun Ajar 2019/2020 Di Kota Padang)," *Abstract of Undergraduate Research*, 2020.

artikel dea.docx

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	acopen.umsida.ac.id Internet Source	5%
2	journal.feb.unmul.ac.id Internet Source	3%
3	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	3%
4	Submitted to iGroup Student Paper	2%
5	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
6	eprints.umsida.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%