

jurnal um purworejo

by Nurul-dina Indah

Submission date: 21-Feb-2020 11:07AM (UTC+0700)

Submission ID: 1261264919

File name: jurnal_umpurworejo.pdf (1.25M)

Word count: 2678

Character count: 16499

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PERSONAL, PSIKOLOGI, DAN BUDAYA
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI 1
TAHUNAN JEPARA**

Nurul Rizka Arumsari, Indah Dwi Prasetyaningrum dan Dina Lusianti
nurul.rizka@umk.ac.id, indahtyaning@gmail.com dan dina.lusianti@umk.ac.id
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, Kudus, Indonesia

ABSTRAK

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih sekolah merupakan tujuan dari penelitian ini. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode survei yaitu kuesioner. Populasi penelitian adalah siswa kelas 1 Sekolah Menengah Atas Negeri I Tahunan Jepara dengan jumlah 352 responden, dan dengan menggunakan rumus Slovin berdasarkan metode proposional random sampling didapatkan sampel sejumlah 187 responden.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode analisis regresi berganda yang menghasilkan temuan bahwa faktor sosial, personal, psikologi, dan budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah di SMA Negeri I Tahunan Jepara.

Kata Kunci: *faktor sosial, personal, psikologi, budaya, keputusan memilih sekolah*

PENDAHULUAN

Pendidikan yang berkualitas menjadi bekal utama dalam persiapan menghadapi kompetisi global dewasa ini. Tuntutan akan kualitas pendidikan pada masa kini begitu tinggi. Permasalahan dalam dunia pendidikan masih menjadi masalah utama dalam mewujudkan penguatan tata kelola, akuntabilitas dan pencitraan publik.

Berkaitan dengan daya saing pendidikan, pengelola pendidikan harus memahami pemasaran pendidikan sebagai

salah satu upaya untuk menciptakan strategi mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaga pendidikan. Penciptaan strategi pemasaran pendidikan yang tepat ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendaftar di sekolah. Diantara tingkatan pendidikan yang menghadapi persaingan yaitu Sekolah Menengah Atas (SMA).

Berdasarkan data dari Dinas Pendidikan Kabupaten Jepara, terdapat 8 SMA yang tersebar di 15 kecamatan di

Kabupaten Jepara. Dan sebagian besar pendaftar peserta didik Sekolah Menengah Atas memilih sekolah favorit. Berikut data yang menunjukkan jumlah peserta didik yang melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas Negeri I Tahunan Jepara.

Tabel 1

Data Peserta Didik Baru SMAN I

Tahun	Jumlah Peserta Didik Baru
2014	305
2015	366
2016	350

Sumber : SMAN I Tahunan Jepara

Pada Tahun Ajaran 2014/2015 SMAN 1 Tahunan memperoleh siswa baru sebanyak 305 orang, dan pada Tahun Ajaran 2015/2016 meningkat menjadi 366 orang. Akan tetapi pada Tahun Ajaran 2016/2017 jumlah seluruh siswa baru di SMAN 1 Tahunan menurun menjadi 350 orang. Pihak sekolah harus dapat mengkomunikasikan keinginan eksternal dan internal siswa, agar jumlah perolehan siswa di SMAN 1 Tahunan meningkat pada Tahun Ajaran berikutnya.

Keinginan konsumen merupakan sesuatu yang penting untuk dikomunikasikan dengan pelanggan dalam meraih pangsa pasar. Disamping itu, keinginan siswa dapat menjadi bahan perbaikan bagi sekolah dalam peningkatan keunggulan bersaing. Strategi bauran pemasaran merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan keunggulan bersaing dalam dunia pendidikan. Rafiq dan

Ahmed (dalam Yulfita, Aini, dkk, 2010) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *marketing mix* untuk jasa pendidikan yaitu *product, price, promotion, people, physical evidence*, dan *process*. Sesuatu yang menjadi pertimbangan siswa dalam melanjutkan sekolah diantaranya adalah kemauan sendiri, pendapatan keluarga, kelompok acuan, dan keluarga (Bawantara, 2007). Secara teoritis penelitian ini didasari teori tentang sekolah, pemasaran jasa pendidikan serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih sekolah.

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah “keinginan siswa yang ingin melanjutkan ke sekolah menengah atas di sekolah favorit”. Keinginan dari siswa yang ingin melanjutkan ke sekolah yang terbaik menimbulkan pertanyaan bagi penulis, faktor-faktor preferensi apa yang menjadi dasar siswa dalam memilih sekolah, dan bagaimana proses pengambilan keputusan siswa dalam memilih sekolah.

PEMASARAN

Pemasaran didefinisikan sebagai “proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”. Dari definisi tersebut menunjukkan bahwa pemasaran merupakan serangkaian kaidah untuk memilih pasar sasaran, mengevaluasi

kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa, pemuas keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bagi perusahaan (Kotler dan Armstrong 2008).

Karena pendidikan merupakan produk jasa, maka karakter utama yang muncul adalah produk yang tidak berwujud daripada berwujud, sehingga waktu produksi dan konsumsinya bersamaan, serta kurang memiliki standar dan keseragaman. Jasa pendidikan diterima setelah melakukan interaksi dengan media yang sangat dipengaruhi oleh siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal itu menjelaskan bahwa keberhasilan pendidikan akan sangat tergantung pada siapa, kapan, dan dimana proses tersebut terlaksana (Suhardan, dkk., 2011).

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Menurut Kotler & Armstrong, 2008,226, pengertian keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli, di mana konsumen benar-benar membeli. Terdapat lima peran yang dimainkan orang dalam keputusan pembelian yaitu: pencetus, pemberi pengaruh, pengambil, pembeli, serta pemakai.

Preferensi siswa dalam memilih sekolah pada dasarnya merupakan suatu pengambilan keputusan konsumen. Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Setiadi, 2008). Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, diantaranya: (1) faktor budaya; (2) faktor sosial; (3) faktor pribadi; (4) faktor psikologis (Kotler, 2008)

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survai, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner berisi pernyataan mengenai variabel sosial, personal, psikologis, budaya, dan keputusan memilih sekolah. Kuesioner tersebut, kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

Teknik pengumpulan data penelitian ini juga menggunakan studi dokumentasi, yaitu data peserta didik baru SMAN 1 Tahunan selama 3 tahun terakhir mulai Tahun Akademik 2014 sampai dengan 2016. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner, selanjutnya dilakukan tahap pengolahan dan analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan rumus sebagai berikut;

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

dimana :

Y = Keputusan Memilih Sekolah (Variabel
Dependen)

a = Konstanta

b1 = Koefisien Parameter dari Variabel
Sosial

b2 = Koefisien Parameter dari variabel
Personal

b3 = Koefisien Parameter dari variabel
Psikologi

b4 = Koefisien Parameter dari variabel
Budaya

X1 = Variabel Sosial

X2 = Variabel Personal

X3 = Variabel Psikologi

X4 = Variabel Budaya

e = Error

Selanjutnya dapat ditarik kesimpulan tentang pengaruh faktor sosial, personal, psikologi, dan budaya terhadap keputusan memilih Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Tahunan Jepara.

Subjek penelitian adalah peserta didik di SMAN 1 Tahunan. Obyeknya adalah (1) faktor sosial dengan indikator kelompok acuan, keluarga, peran dan status; (2) faktor personal dengan indikator gaya hidup, lingkungan ekonomi dan kepribadian; (3) faktor psikologis dengan indikator motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap; (4) faktor budaya dengan indikator kebiasaan mendengar, kelompok terdekat dalam membeli produk, penilaian kualitas produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden sejumlah 187 responden dengan mayoritas didominasi oleh siswa berjenis kelamin Perempuan atau sejumlah 58,8 persen. Sisanya terdiri dari 77 siswa berjenis kelamin Laki-laki atau sejumlah 41,2 persen dari jumlah responden. Rentang usia responden berkisar antara 15 sampai dengan 18 tahun dengan distribusi frekuensi sebagaimana pada table 2.

Tabel 2
Distribusi Responden berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15,00	58	31,0	31,0	31,0
	16,00	109	58,3	58,3	89,3
	17,00	16	8,6	8,6	97,9
	18,00	4	2,1	2,1	100,0
	Total	187	100,0	100,0	

Sumber; Data diolah

1. Hasil Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Berdasarkan pengujian validitas dengan bantuan SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut

1) Variabel Faktor Sosial (X1)

Nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Secara quick look, nilai signifikansi dibawah 0,05 sehingga hal ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator di dalam variabel ini valid dan dapat dilanjutkan ke proses selanjutnya.

Tabel 3
Uji Validitas Variabel Faktor Sosial

No	Indikator	nilai r	Sig	Hasil
1	X11	0,414	0,000	Valid
2	X12	0,636	0,000	Valid
3	X13	0,630	0,000	Valid
4	X14	0,625	0,000	Valid
5	X15	0,488	0,000	Valid
6	X16	0,504	0,000	Valid

Sumber; Data diolah

2) Variabel Faktor Personal (X2)

Secara cepat hasil output menginterpretasikan bahwa dengan nilai signfikansi sebesar 0,000 untuk seluruh indikator dinyatakan valid. Diperkuat dengan perhitungan nilai korelasi yang lebih besar dari r tabel maka semakin memperkuat argumen bahwa ketiga indikator dapat mewakili variabel faktor personal.

Tabel 4
Uji Validitas Variabel Faktor Personal

No	Indikator	nilai r	Sig	Hasil
1	X21	0,778	0,000	Valid
2	X22	0,736	0,000	Valid
3	X23	0,671	0,000	Valid

Sumber; Data diolah

3) Variabel Faktor Psikologis (X3)

Tabel 5 memberikan deksripsi hasil uji validitas pada variabel psikologis. Diperoleh hasil bahwa seluruh indikator dinyatakan valid. Pernyataan ini dilandasi dengan nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel serta nilai signifikansi

yang seecara keseluruhan dibawah 0,05.

Tabel 5
Uji Validitas Variabel Faktor Psikologis

No	Indikator	nilai r	Sig	Hasil
1	X31	0,594	0,000	Valid
2	X32	0,614	0,000	Valid
3	X33	0,577	0,000	Valid
4	X34	0,659	0,000	Valid
5	X35	0,583	0,000	Valid
6	X36	0,529	0,000	Valid

Sumber; Data diolah

4) Variabel Faktor Budaya (X4)

Tabel 6
Uji Validitas Variabel Faktor Budaya

No	Indikator	nilai r	Sig	Hasil
1	X41	0,786	0,000	Valid
2	X42	0,729	0,000	Valid
3	X43	0,642	0,000	Valid

Sumber; Data diolah

Ketiga indikator dalam variabel faktor budaya dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansi dibawah 0,05 dan nilai r hitung yang melebihi nilai tabel. Olehkarenanya dapat dilanjutkan dalam proses uji instrumen yang lainnya.

5) Variabel Keputusan Memilih Sekolah (Y)

Variabel keputusan memilih yang merupakan variabel independen ini terwakili melalui lima indikator yakni y1, y2, y3, y4 dan y5. Diperoleh hasil perhitungan bahwa masing-masing variabel memiliki

nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana hal ini memberikan makna bahwa kurangnya dari 0,05 maka indikator tersebut valid.

Tabel 6
Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih Sekolah

No	Indikator	nilai r	Sig	Hasil
1	Y1	0,705	0,000	Valid
2	Y2	0,710	0,000	Valid
3	Y3	0,730	0,000	Valid
4	Y4	0,647	0,000	Valid
5	Y5	0,693	0,000	Valid

Sumber; Data diolah

Uji Reliabilitas

Tabel 7 merupakan ringkasan dari uji reliabilitas untuk masing-masing variabel independen dan variabel dependen. Diperoleh hasil uji bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki kehandalan (reliabel).

Tabel 7
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Crobach's Alpha
1	Faktor Sosial	0,713
2	Faktor Personal	0,791
3	Faktor Psikologis	0,725
4	Faktor Budaya	0,786
5	Keputusan Memilih Sekolah	0,776

Sumber: Data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. HASIL

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis analisis regresi berganda. Adapun variabel independen dalam penelitian ini meliputi Faktor Sosial (X1), Faktor Personal

(X2), Faktor Psikologis (X3) dan Faktor Budaya (X4) dengan Keputusan Memilih Sekolah sebagai variabel independen (Y.)

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Standardized Coefficients	Sig	Ket
Constanta	-	0,000	-
Faktor Sosial	0,165	0,009	Positif & Signifikan
Faktor Personal	0,267	0,000	Positif & Signifikan
Faktor Psikologis	0,346	0,000	Positif & Signifikan
Faktor Budaya	0,133	0,023	Positif & Signifikan
F Test		40,443	
Adjusted R Square		0,459	

Sumber: Data diolah

Secara *quick look*, nilai signifikansi yang dibawah 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima. Dengan makna bahwa faktor sosial, faktor personal, faktor psikologis dan faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah SMA Negeri 1 Tahunan Jepara. Sehingga diperoleh persamaan regresi :

$$Y = 0,165X_1 + 0,267X_2 + 0,346X_3 + 0,133X_4$$

a. Uji F

Hasil uji F diperoleh nilai F sebesar 40,443 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menginterpretasikan bahwa seluruh variabel faktor sosial, faktor personal, faktor psikologis dan faktor budaya secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap

keputusan memilih SMA Negeri 1 Tahunan Jepara.

b. Uji t

Sebagaimana yang telah ditampilkan pada tabel 8 bahwa faktor sosial memiliki nilai t hitung sebesar 2,644 dengan signifikansi 0,009. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel faktor sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih sekolah. Pada faktor Personal pun demikian, dengan nilai t hitung 4,214 dan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa faktor personal memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih sekolah.

Faktor psikologis dan faktor budaya masing-masing memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 dan nilai t hitung yang lebih besar daripada nilai t tabel. Sehingga kondisi ini mencerminkan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih sekolah. Tidak jauh berbeda, faktor budaya juga dapat berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Pada penelitian ini diperoleh nilai (R^2) sebesar 47,1 persen dengan Adjusted (R^2) sebesar 45,9 persen. Dapat disebutkan bahwa variabel independen di dalam model penelitian ini hanya dapat menjelaskan 45,9 persen dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih SMA Negeri 1 Tahunan Jepara. Sedangkan sisanya

sebesar 54,1 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian.

2. PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian pada 187 responden mengenai keputusan memilih sekolah, maka diperoleh bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan memilih SMA Negeri 1 Tahunan Jepara berpengaruh sebesar 16,50 %. Angka ini berarti setiap kenaikan 1 satuan faktor sosial akan menyebabkan kenaikan keputusan memilih sekolah sebesar 16,50 satuan.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan memilih SMA Negeri 1 Tahunan Jepara adalah personal, psikologi, dan budaya. Faktor personal berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Sekolah SMA Negeri 1 Tahunan Jepara berpengaruh sebesar 26,70 %. Faktor psikologi berpengaruh dominan diantara faktor-faktor lainnya sebesar 34,60 %. Sedangkan setiap satu satuan kenaikan faktor budaya akan berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah sebesar 13,30 satuan.

Secara bersama-sama keputusan memilih sekolah dipengaruhi oleh faktor sosial, personal, psikologis, dan budaya sebesar 40,443. Namun masih ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan memilih sekolah. Pernyataan ini didukung oleh koefisien determinasi sebesar 45,9%.

PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan analisis adalah

1. Faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan memilih SMA Negeri 1 Jepara
2. Faktor personal berpengaruh terhadap keputusan memilih SMA Negeri 1 Jepara
3. Faktor psikologi berpengaruh terhadap keputusan memilih SMA Negeri 1 Jepara
4. Faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan memilih SMA Negeri 1 Jepara

Berbekal pada hasil penelitian kali ini membawa paradigma selanjutnya bahwa terdapat hal yang perlu dilakukan sebagai agenda penelitian mendatang, yakni :

1. Masih terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih sekolah selain faktor sosial, personal, psikologi, dan budaya. Diantaranya adalah faktor brand image.
2. Objek penelitian bisa diperluas tidak hanya dalam satu sekolah, tetapi misalnya ke tingkat kabupaten.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta

Dadang Suhardan, 2011, *Supervisi Profesional Layanan Meningkatkan Mutu Pembelajaran di Era Otonomi Daerah*, Bandung : Alfabeta

Faturrahman dkk, 2012, *Pendidikan*, Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher

Ghozali, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi I, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hadi dkk, 2007, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung : Pusat Setia

Kotler Philip & Armstrong, Jakarta, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 3 : Prenhallindo

Murdopo Langgeng, 2013, *Analisis Preferensi Siswa dalam memilih Sekolah Madrasah Aliyah di Pulang Pisau*, JSM (Jurnal Sains Manajemen), ISSN : 2302-1411, Program Magister Sains Manajemen UNPAR, Volume I, Nomor I, April 2013

Nawawi Hadari, 2008, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

Nugroho J. Setiadi. SE. MM, 2008, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta : Kencana

Sugiyono, 2011, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung : Alfabeta

Swastha dkk, 2008, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : BPFE

Tjiptono Fandy, 2009, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Cetakan ketujuh, Yogyakarta : Andi Offset

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

4%

★ id.scribd.com

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 3%

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8