

**PENGARUH PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP  
KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MENENTUKAN  
PENDIDIKAN ANAK PADA M.I.T AL-QALAM DEPOK**

**Fauziah Septiani**

Program Studi Manajemen  
Dosen Universitas Pamulang  
dosen01771@unpam.ac.id

**ABSTRAK**

Dunia pendidikan adalah referensi untuk meningkatkan kemampuan seorang anak untuk memenuhi. Saat ini, perkembangan dunia pendidikan sangat cepat karena pendidikan merupakan tuntutan masa yang harus dipenuhi untuk mencapai kemakmuran dan kemajuan negara, yang berkualitas tinggi dan terintegrasi. Promosi, fasilitas, dan peran orang tua dalam menentukan pendidikan anak-anak juga memberi pengaruh besar. Hasilnya, Sekolah M.I.T AL-QALAM Depok melakukan promosi yang menarik dan meningkatkan fasilitas sekolah.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan cara teknik survei (kuisisioner), dimana langsung didistribusikan kepada orang tua siswa M. I. T AL-QALAM Depok. Dalam mengolah data, menggunakan analisis data dengan metode Pearson Product Moment, Uji Reliabilitas (Croanbach Alpha), Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov), Uji Autokorelasi (Durbin Watson) , uji heteroskedastisitas, uji signifikan (uji-t), koefisien determinasi (KD) dan uji analisis korelasi (Pearson Product Moment).

Menurut hasil pengujian dari rumus  $X_1$  t, maka tabel aritmatika > t adalah  $2,424 > 1,666$ , dimana artinya bahwa  $X_1$  memiliki pengaruh terhadap rumus Y dan  $X_2$  yang signifikan. Y. R square yang disesuaikan atau koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,725. Hal ini berarti bahwa kontribusi relatif dari kombinasi variabel  $X_1$  dan  $X_2$  ke Y adalah 72,50%, sedangkan sisa 27,50 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang dalam penulisan ini tidak diteliti.

**Kata Kunci:** Promosi dan Fasilitas, Keputusan Orang Tua

**ABSTRACT**

*The world of education is a reference to improve a child's ability to fulfill. At present, the development of the world of education is very fast because education is a time requirement that must be met to achieve prosperity and progress of the country, which is of high quality and integrated. Promotion, facilities, and the role of parents in determining children's education also have a big influence. As a result, the AL-QALAM School of M.I.T Depok conducted attractive promotions and improved school facilities.*

*The method of data collection in this study uses a survey technique (questionnaire), which is directly distributed to the parents of students M. I. T AL-QALAM Depok. In processing data, using data analysis with the Pearson Product Moment method, Reliability Test (Croanbach Alpha), Normality Test (Kolmogorov Smirnov), Autocorrelation Test (Durbin*

Watson), heteroscedasticity test, significant test (t-test), coefficient of determination (KD) and correlation analysis test (Pearson Product Moment).

According to the test results of the formula  $X_1$  t, the arithmetic table  $> t$  is  $2,424 > 1,666$ , which means that  $X_1$  has a significant influence on the formula  $Y$  and  $X_2$ .  $Y$ . The adjusted R square or coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.725. This means that the relative contribution of the combination of variables  $X_1$  and  $X_2$  to  $Y$  is 72.50%, while the remaining 27.50% is influenced by other variables which are not examined in this paper.

**Keywords:** Promotion and Facilities, Parental Decisions

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia pendidikan, era ini perubahannya sangat cepat, karena pendidikan merupakan tuntutan masa yang harus dipenuhi untuk mencapai kemakmuran dan kemajuan negara, yang berkualitas tinggi dan terintegrasi. Untuk alasan ini, Departemen Pendidikan Nasional sedang mengupayakan dan mengatur sistem pendidikan dan pengajaran yang sekarang sudah tertera dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1989 tentang Sistem Pendidikan Nasional. .

Promosi yang digunakan oleh sekolah masih kurang, karena sekolah tidak memberikan informasi tentang promosi kepada konsumen dan fasilitas sekolah juga tidak memadai, sehingga siswa juga terbatas. Maka dari itu Sekolah AL-Qolam harus lebih meningkatkan lagi promosi agar konsumen juga mengetahui apa yang ada di Sekolah tersebut, lebih meningkatkan lagi kegiatan-kegiatan yang dilakukan agar konsumen juga yain dengan Sekolah Al-Qolam.

Dengan menambah jumlah siswa di sekolah MIT AL-QALAM, sekolah menawarkan atau menawarkan promosi kepada calon siswa yang baru ingin mendaftar di sekolah, promosi yang dipimpin oleh MI T AL-QALAM, c. artinya, setiap calon siswa / siswa yang mendaftar akan mendapat potongan harga. berbeda untuk setiap gelombang rekaman. Sekolah AL-QALAM M.I.T baru berdiri selama 5 tahun. Lokasi bangunan di tengah kawasan perumahan tidak terlihat jelas dari jalan raya dan fasilitas sekolah yang ada tidak memadai, walaupun sekolah memiliki gedung sendiri dan bertingkat, sekolah tidak memiliki bidang tempat parkir yang luas. Keputusan orang tua untuk memilih sekolah MIT AL-QALAM juga memengaruhi semakin banyaknya jumlah calon siswa baru di sekolah tempat tersebut.

Karena hal tersebut di atas, Penulis ingin meneliti promosi apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan orang tua calon murid ketika melakukan pemilihan M.I.T AL- QALAM. Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin membuat judul penelitian “Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Menentukan Pendidikan Anak M.I.T Al-Qalam”.

### B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana promosi dan fasilitas dalam menentukan sekolah M.I.T AL-QALAM ?
2. Bagaimana keputusan orang tua pada sekolah M.I.T AL-QALAM?
3. Seberapa besar pengaruh promosi serta fasilitas terhadap

keputusan orang tua secara bersamaan dalam menentukan atau memilih pendidikan anak pada M.I.T AL- QALAM?

## **LANDASAN TEORI**

### **A. Manajemen Pendidikan**

Manajemen Pendidikan berasal dari 2 (dua) kata, yaitu kata manajemen dan kata pendidikan. Arti dari kata manajemen dapat diartikan sebagai kiat, ilmu, atau profesi. Sagala memberi pengertian (2012:3) sebagai profesi, karena manajemen dilandasi oleh keahlian khusus untuk mencapai suatu prestasi menejer dan para profesionalnya dituntun oleh suatu kode etik. Menurut Usman (2013:13) arti manajemen pendidikan adalah sebagai seni dan ilmu yang mengelola sumber daya pendidikan agar guna mencapai tujuan.

Keberhasilan atau kegagalan seorang siswa untuk mencapai prestasi belajar tergantung pada banyak hal atau faktor yang mempengaruhinya. Menurut B. Bloom (Budiningsih, 2005: 74), dengan teori taksonomi, mengatakan bahwa dua faktor dominan utama dalam hasil belajar, yaitu karakteristik siswa yang meliputi (keterampilan, minat, hasil belajar masa lalu, dorongan kehendak) dan sifat atau kepribadian, termasuk (fasilitas guru dan pembelajaran). Singkatnya, taksonomi Bloom (S. Sagala, 2007: 33) dibagi menjadi tiga wilayah, yaitu: 1. Domain kognitif, yang berisi perilaku-perilaku yang mengutamakan aspek intelektual, seperti keterampilan berpikir, pengetahuan, dan pengertian. Domain kognitif memiliki enam tingkatan yaitu pengetahuan, pemahaman, aplikasi, analisis, sintesis dan evaluasi;. 2. Ranah afektif, yaitu berisi perilaku yang menekankan aspek perasaan dan emosi, atau keterampilan emosional. Keterampilan emosional yang diatur secara hierarkis ada lima jenis, yaitu: kesadaran, partisipasi, penghargaan terhadap nilai-nilai, pengaturan nilai-nilai, dan karakteristik diri; 3. Domain psikomotor yang mengaktifkan keterampilan motorik dan kordinasi gerakan. Hal ini terdiri dari refleks, gerakan dasar, keterampilan persepsi, keterampilan fisik, gerakan terlatih dan komunikasi non- diskursif.

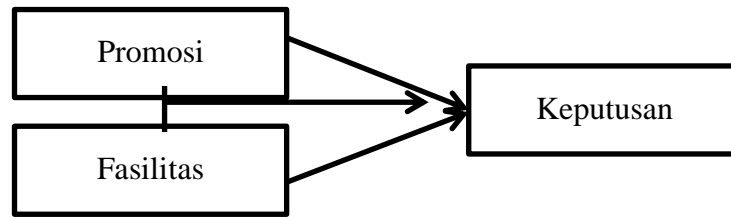
### **B. Promosi**

Promosi dalam bahasa Inggris kata promote, diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Salah satu komponen, promosi merupakan dari bauran pemasaran (marketing mix). Fungsi promosi dalam marketing mix dimana bertujuan untuk mencapai berbagai komunikasi dengan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:76), promosi adalah *“Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it.”* Artinya promosi merupakan kegiatan yang mengkoneksikan manfaat dari sebuah produk guna konsumen sebagai target untuk membeli produk tersebut.

Promosi merupakan Kegiatan untuk memperkenalkan sebuah produk yang telah dihasilkan agar lebih dikenal oleh masyarakat dan bisa menguntungkan perusahaan.

**C. Kerangka Pikir**



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pikir**

**D. Hipotesis Penelitian**

**Macam hipotesis atau dugaan sementara yaitu :**

- Ho:  $\rho=0$  Tidak terdapat atau tidak ada pengaruh yang signifikan. Baik itu antara promosi dan fasilitas terhadap keputusan orang tua calon murid dalam menentukan pendidikan anak pada M.I.T AL-QALAM Depok.
- Ha:  $\rho\neq 0$  Ada pengaruh yang signifikan. Baik antara promosi dan fasilitas terhadap keputusan orang tua calon murid dalam menentukan pendidikan anak pada M.I.T AL-QALAM Depok.

**METODOLOGI PENELITIAN**

**A. Metode Analisis Data**

**1. Uji Validitas**

Untuk memproses uji validitas, penulis menggunakan product moment Correlation dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total, sehingga nilai yang dihitung diperoleh dan dibandingkan dengan tabel. Jika nilai yang dihitung lebih besar

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

dari rtabel dan nilai r positif, instruksi dikatakan valid. Begitu juga sebaliknya, jika angka rhitung < rtable, data tidak valid.

**2. Uji Reliabilitas**

Model analisis uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Cronbach Alpha.

Menurut Arief (2009), untuk menentukan apakah suatu instrumen dapat diandalkan atau tidak, ia melakukannya dengan membandingkan nilai rAlpha (Alpha Cronbach) dengan tabel yang diketahui dalam uji validitas. Jika rAlpha positif dan lebih besar dari rtable, instrumen dinyatakan andal. Sebaliknya, jika rAlpha negatif atau rAlpha kurang dari rtable, instrumen dinyatakan tidak dapat diandalkan.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{st} \right)$$

**3. Uji Asumsi Klasik**

Uji hipotesis klasik digunakan untuk menentukan akurasi data. Menurut Singgih Santoso (2010: 342), ia menyatakan bahwa "model regresi akan digunakan untuk memprediksi bahwa model yang baik adalah model dengan kesalahan perkiraan minimum.

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah, dalam model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2011: 160), "Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau hampir normal."

**b. Uji Multikolinieritas**

bertujuan verifikasi jika model regresi untuk memecahkan masalah korelasi antara variabel independen (independen). "Model regresi yang baik dalam pengembangan korelasi antara variabel independen. Variabel independen tanpa korelasi variabel otonom dan variabel ortogonal.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain

**d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu adanya korelasi antar anggota sampel yang diurutkan berdasar waktu

**4. Analisis Koefisien Determinasi**

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

**5. Analisis Regresi Linear berganda**

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2$$

**6. Analisis Koefisien Korelasi Berganda (Multiple Correlation)**

$$R_{yx_1x_2} = \frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}$$

**7. Pengujian Hipotesis**

**a. Uji t ( Uji Parsial)**

$$F_{hitung} = \frac{rp \sqrt{n-3}}{1 - r^2}$$

**8. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

$$F_{hitung} = \frac{\frac{r^2}{k}}{\frac{1 - r^2}{n - k - 1}}$$

**HASIL PENELITIAN**

**A. Hasil Uji Validitas**

**Tabel  
Keterangan Hasil Uji Validitas**

Pernyataan	R - hitung X1	R - hitung X2	R - hitung y	R - tabel	Ket
1	0,742	0,815	0,867	0,235	Valid

2	0,818	0,866	0,802	0,235	Valid
3	0,851	0,755	0,865	0,235	Valid
4	0,882	0,794	0,879	0,235	Valid
5	0,849	0,831	0,921	0,235	Valid
6	0,859	0,853	0,920	0,235	Valid
7	0,890	0,749	0,874	0,235	Valid
8	0,859	0,766	0,916	0,235	Valid
9	0,809	0,814	0,891	0,235	Valid
10	0,657	0,745	0,835	0,235	Valid
11	-	0,837	-	0,235	Valid
12	-	0,738	-	0,235	Valid

**B. Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel**

**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda SPSS  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	Vif
1 (Constant)	.972	3.286		.296	.768		
1 Promosi	.397	.165	.366	2.402	.019	.177	5.663
1 Fasilitas	.472	.142	.506	3.324	.001	.177	5.663

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN ORANG TUA

Jumlah koefisien regresi untuk variabel promosi ( $X_1$ ) adalah 0,397, yang menjelaskan bahwa variabel promosi ( $X_1$ ) meningkatkan nilai variabel keputusan orang tua ( $Y$ ) sebesar 0,397 kali atau 39,7% kali untuk setiap penambahan. dilakukan dalam Variabel Promosi. Demikian pula, variabel Fasilitas ( $X_2$ ) akan meningkatkan nilai variabel Keputusan Orang Tua ( $Y$ ) sebesar 0,472 kali atau 47,2% kali untuk penambahan atau perubahan pada variabel Fasilitas. Sementara nilai konstan 0,972 menunjukkan bahwa jika ada pengaruh atau perubahan dari variabel Promosi dan Fasilitas, variabel Keputusan Orang Tua pada dasarnya adalah 0,972. Ini berarti bahwa setiap kenaikan nilai variabel Promosi dan Peralatan tidak akan memengaruhi jumlah konstanta yang ada.

**C. Uji Analisis Koefisien korelasi Berganda**

**Tabel**

**Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi berganda SPSS  
Correlations**

	Promosi	Fasilitas	Keputusan_Orang_Tua
Promosi	1	.907**	.824**
	Pearson Correlation		

	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	70	70	70
	Pearson Correlation	,907**	1	,837**
Fasilitas	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	70	70	70
Keputusan_Orang_Tua	Pearson Correlation	,824**	,837**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	70	70	70

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

Dari output di atas, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan nilai signifikansi yaitu, antara variabel X<sub>1</sub> dengan X<sub>2</sub> nilai signifikan 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Kemudian, antara X<sub>1</sub> dengan Y nilai signifikan 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Terakhir, antara X<sub>2</sub> dengan Y nilai signifikan 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.

**D. Uji Koefisien Determinasi**

**Tabel  
Hasil Uji Koefisien Determinasi SPSS**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,851 <sup>a</sup>	,725	,717	2,833

Dari tabel 4.24 diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,725. Nilai 0,725 dari hasil pengkuadratan dari koefisien korelasi atau R. Dan besarnya angka koefisien determinasi tersebut membuktikan bahwa hubungan variabel X<sub>1</sub> dan variabel X<sub>2</sub> terhadap variabel Y sebesar 0,725 x 100 % = 72,50 % dan sisanya 27,50 % dipengaruhi oleh beberapa faktor lain.

**E. Pengujian Hipotesis**

1.) Uji t (Uji Parsial)

**Tabel  
Coefficients<sup>a</sup>  
Uji t (Uji Parsial) SPSS**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1,011	3,290		,307	,760
1	Promosi	,398	,164	,368	2,424	,018
	Fasilitas	,469	,142	,503	3,310	,002

a. Dependent Variable: Keputusan\_Orang\_Tua

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar 2,424 > t tabel sebesar 1,664 dengan kata lain hipotesis nol (H<sub>0</sub>) ditolak, kesimpulannya yaitu variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> berpengaruh pada variabel Y.

## 2.) Uji F (Uji Simultan)

**Tabel**  
**Uji F SPSS**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	1415,747	2	707,873	88,205	,
1	Residual	537,696	67	8,025		□ □ □
	Total	1953,443	69			b

a. Dependent Variable: Keputusan\_Orang\_Tua

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Promosi

Data diatas, menunjukkan bahwa  $k=2$  ( $X_1$  Promosi,  $X_2$  Fasilitas), dan  $n = 70$ . Maka menghasilkan angka  $(2;70-2)=(2;68)$ , kemudian angka ini menjadi acuan untuk mengetahui nilai F Tabel. Maka diketahui bahwa nilai F Tabel sebesar 3,13. Karena nilai F Hitung 88,205 > nilai F Tabel 3,13 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

**PENUTUP****Kesimpulan**

1. Variabel promosi mempengaruhi keputusan orang tua. Ini disajikan berdasarkan hasil analisis regresi yang diperoleh dengan nilai t hitung 2,424 > t tabel 1,664, yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Kesimpulannya adalah variabel promosi. ( $X_1$ ) memengaruhi keputusan orang tua ( $X_1$ ) Y).
2. Variabel instalasi memiliki pengaruh terhadap keputusan orang tua; disajikan berdasarkan hasil analisis regresi yang diperoleh dengan nilai thitung 3,310 > t tabel 1,664, artinya hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, kesimpulannya adalah variabel mudah. ( $X_2$ ) memengaruhi keputusan orang tua ( $X_2$ ) Y).
3. Promosi dan fasilitas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua. Berdasarkan uji statistik F (simultan), dapat dilihat bahwa nilai F hitung 88,205 > F tabel dari Tabel 3.13 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, memungkinkan kita untuk menyimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan bahwa  $H_a$  diterima. ini berarti bahwa promosi dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua untuk memutuskan sekolah.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ali Muhidin, Sambas, 2013. "Statistic 1 Pengantar Untuk Penelitian". Bandung: Karya Andika Utama
- Alma, Buchori. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Edisi keempat CV. Alpha Beta, Bandung.
- Fandy, Tjiptono. 2001. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisike 11. Jakarta: PT Indeks.



Rivai, Veithzal. & Sagala, Ella Jauvani. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Syaiful, Sagala. 2012. *Supervisi Pembelajaran*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono, 2010. "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*". Bandung: Alfabet.

\_\_\_\_\_, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

**INTERNET :**

Tabel R

Tabel Durbin Watson

Tabel Distribusi T

<http://junaidichaniago.files.wordpress.com>