

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN SISWA DALAM MEMILIH  
PENDIDIKAN DI SMK NEGERI I JEMBER**  
(Studi Kasus Pada Siswa Kelas I Tahun Ajaran 2004/2005)

**SKRIPSI**



UPT Perpustakaan  
UNIVERSITAS JEMBER



UPT Perpustakaan  
UNIVERSITAS JEMBER  
21 FEB 2005  
No. Induk

Oleh :

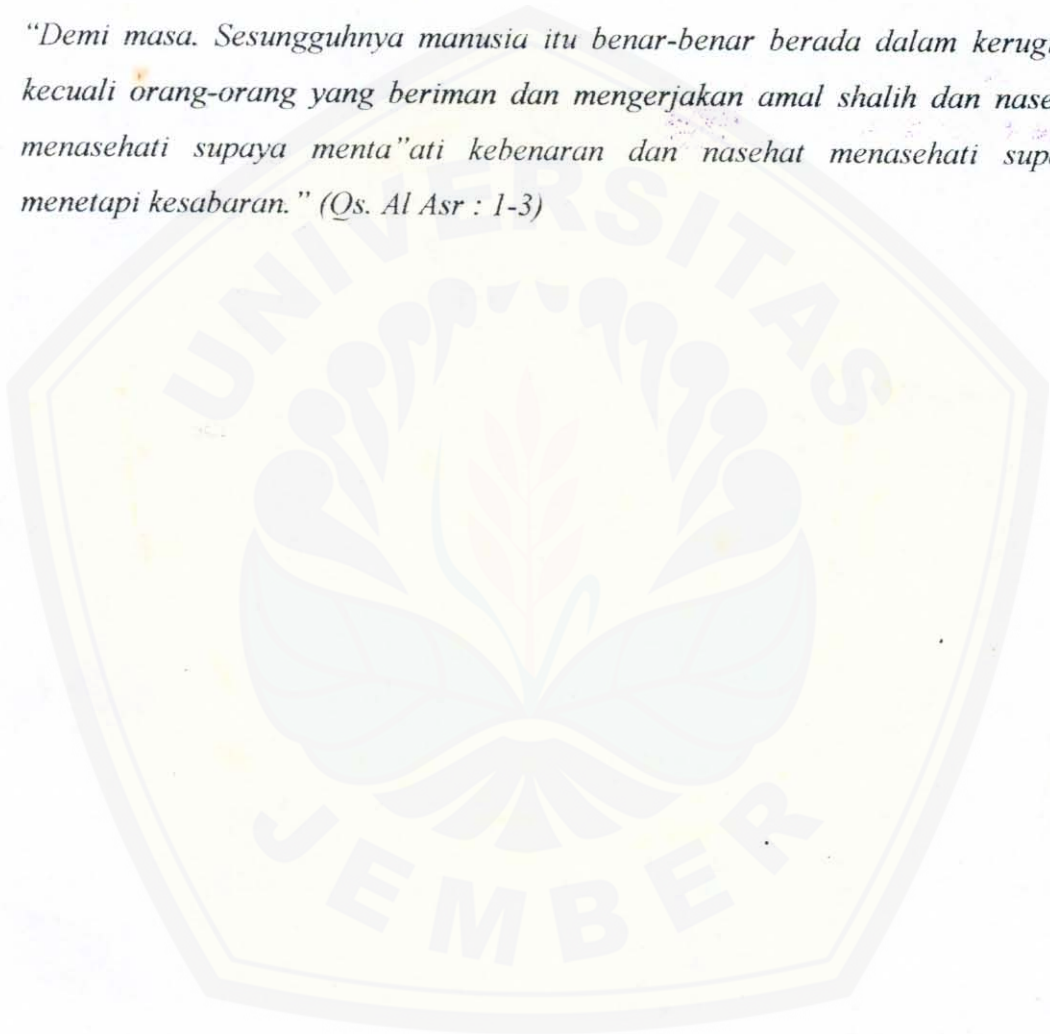
**HELMY ANDRIANI**  
NIM. 990210301036

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2004**

## MOTTO

*“Allah akan mengangkat orang-orang beriman dikalangan kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat dan Allah mengetahui apa-apa yang kamu perbuat.” (Qs. Almujudillah : 11)*

*“Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal shalih dan nasehat menasehati supaya menta’ati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.” (Qs. Al Asr : 1-3)*



## PERSEMBAHAN

1. Bapak Santono dan Ibu Sulasih tercinta yang telah melimpahkan segenap kasih sayang, doa restu, kepercayaan serta pengorbanan yang sangat besar demi keberhasilan ananda dalam menyelesaikan studi.
2. Kakakku tersayang Arief yang selalu membuatku bersemangat dan adikku termanis Shandy yang selalu memberikan keceriaan dalam hari-hariku.
3. Saudara-saudaraku Santy, Era, Icha yang selalu memberiku semangat dan keceriaannya.
4. Guru-guruku terhormat yang telah mengajarkan segenap ilmu dengan tulus dan ikhlas.
5. Sahabatku Titin dan Aris, terima kasih atas dukungan dan semangat yang selama ini diberikan, semoga tali persahabatan ini selalu terjalin.
6. Erika, Hety, Endah, Fitria, Siti, Wati dan Uzi' serta teman-teman PE'99 Universitas Jember yang saya banggakan terima kasih atas semangat dan keceriaannya yang selalu diberikan padaku, semoga jalinan ini tetap terjaga.
7. Almamater Universitas Jember yang kubanggakan.

**HALAMAN PENGAJUAN**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN SISWA DALAM MEMILIH  
PENDIDIKAN Di SMK NEGERI I JEMBER**

**(Studi Kasus Pada Siswa Kelas I Tahun Ajaran 2004/2005)**

**SKRIPSI**


Diajukan untuk dipertahankan di depan tim penguji, sebagai salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan sarjana (S1)  
Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Oleh :

Nama : Helny Andriani  
Nim : 990210301036  
Angkatan Tahun : 1999  
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 03 November 1980  
Jurusan/Program : P. IPS/P. Ekonomi

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



Drs. Umar H.M Saleh, M.Si  
NIP. 131 759 843

Dosen Pembimbing II,



Dra. Murtiningsih  
NIP. 130 531 990

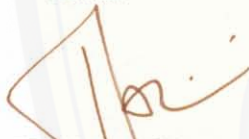
HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji  
dan diterima oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Pada hari ini : Jum'at  
Tanggal : 24 Desember 2004  
Tempat : Gedung I FKIP UNEJ

Tim Penguji :

Ketua



Drs. H. M. Syafi'i Noer  
NIP. 130 325 911

Sekretaris



Dra. Murtiningsih  
NIP. 130 531 990

Anggota :

1. Dra. Hj. Sri Kantun, M. Ed  
NIP. 131 592 359

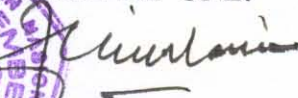
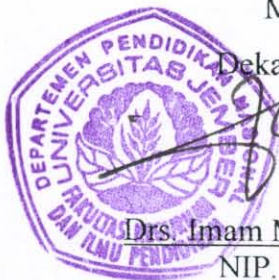


2. Drs. Umar H.M Saleh, M.Si  
NIP. 131 759 843



Mengetahui

Dekan FKIP UNEJ



Drs. Imam Muchtar, S.H. M.hum  
NIP. 130 810 936

## KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadirat Allah SWT. Karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nyalah, penulis telah dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan Di SMK Negeri I Jember (Studi Kasus Pada Siswa Kelas I Tahun Ajaran 2004/2005)”**.

Selama Menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak lepas dari dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Jember;
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Jember;
4. Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember;
5. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II;
6. Seluruh Dosen di lingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
7. Kasubag Kemahasiswaan, Perlengkapan, Pengelola Program Studi dan para karyawan di lingkungan FKIP Universitas Jember;
8. Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, Guru Pengajar dan para karyawan/TU serta siswa siswi kelas I tahun ajaran 2004/2005 di SMK Negeri 1 Jember;
9. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis hanya dapat memohon semoga Allah SWT. Selalu memberikan imbalan dan balasan yang lebih besar atas segala jasa dan bantuan yang telah diberikan. Amin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DENAH LOKASI PENELITIAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pembatasan Masalah Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Dasar Teori Tentang Pemasaran Jasa.....	6
2.3 Dasar Teori Tentang Bauran Pemasaran Jasa.....	8
2.3.1 Produk ( <i>Product</i> ).....	9
2.3.2 Harga ( <i>Price</i> ).....	10
2.3.3 Tempat ( <i>Place</i> ).....	11
2.3.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	11
2.3.5 Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ).....	12
2.3.6 Orang ( <i>People</i> ).....	13
2.3.7 Proses ( <i>Process</i> ).....	14

2.4. Dasar Teori Tentang Proses Pengambilan Keputusan .....	14
2.5 Dasar Teori Tentang Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan.....	15
2.6 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan.....	19
2.7 Hipotesis Penelitian.....	21

**BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian.....	22
3.2 Lokasi Penelitian.....	22
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.3.1 Populasi Penelitian.....	22
3.3.2 Sampel Penelitian.....	23
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4.1 Bauran Pemasaran Jasa.....	26
3.4.2 Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan di SMK Negeri I Jember.....	28
3.5 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5.1 Sumber Data.....	29
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	30
3.6.1 Teknik Pengolahan Data.....	30
3.6.2 Analisis Data.....	31

**BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Data Pelengkap.....	35
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya di SMK Negeri I Jember.....	35
4.1.2 Struktur Organisasi SMK Negeri I Jember.....	37
4.1.3 Kegiatan-kegiatan di SMK Negeri I Jember.....	43
4.2 Analisis Deskriptif.....	43
4.2.1 Deskriptif Umum Responden Penelitian.....	43
4.2.2 Deskriptif Tentang Bauran Pemasaran Jasa.....	46



4.2.3 Deskriptif Tentang Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan di SMK Negeri I Jember.....	56
4.3 Data Utama.....	57
4.3.1 Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda.....	57
4.3.2 Analisis Varian Garis Regresi.....	60
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	61
4.4 Diskusi Hasil Penelitian.....	66
4.5 Kekuatan dan Kelemahan Penelitian.....	69
4.5.1 Kekuatan Penelitian.....	69
4.5.2 Kelemahan Penelitian.....	69
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rincian Jumlah Siswa Kelas I SMK Negeri I Jember Tahun Ajaran 2004/2005.....	23
Tabel 2. Rincian Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
Tabel 3. Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. Klasifikasi Responden Menurut Kelas.....	45
Tabel 5. Klasifikasi Responden Menurut Usia.....	46
Tabel 6. Pembagian Bidang Keahlian SMK Negeri I Jember Tahun Ajaran 2004/2005.....	47
Tabel 7. Dana/Biaya Pendidikan bagi Siswa Kelas I SMK Negeri I Jember Tahun Ajaran 2004/2005.....	49
Tabel 8. Macam dan Jumlah Ruangan SMK Negeri I Jember.....	51
Tabel 9. Nama, Status, Jabatan/Tugas Mengajar Guru SMK Negeri I Jember Tahun Ajaran 2004/2005.....	52
Tabel 10. Nama, Status, dan Jabatan Karyawan SMK Negeri I Jember Tahun Ajaran 2004/2005.....	54
Tabel 11. Koefisien Regresi.....	58
Tabel 12. Rekapitulasi Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.....	60
Tabel 13. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	61
Tabel 14. Rekapitulasi Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Bukti Fisik, Orang, dan Proses) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Secara Simultan.....	62
Tabel 15. Rekapitulasi Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Jasa (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Bukti Fisik, Orang, dan Proses) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Secara Parsial.....	63

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Proses Pengambilan Keputusan Siswa Dalam  
Memilih Pendidikan.....16

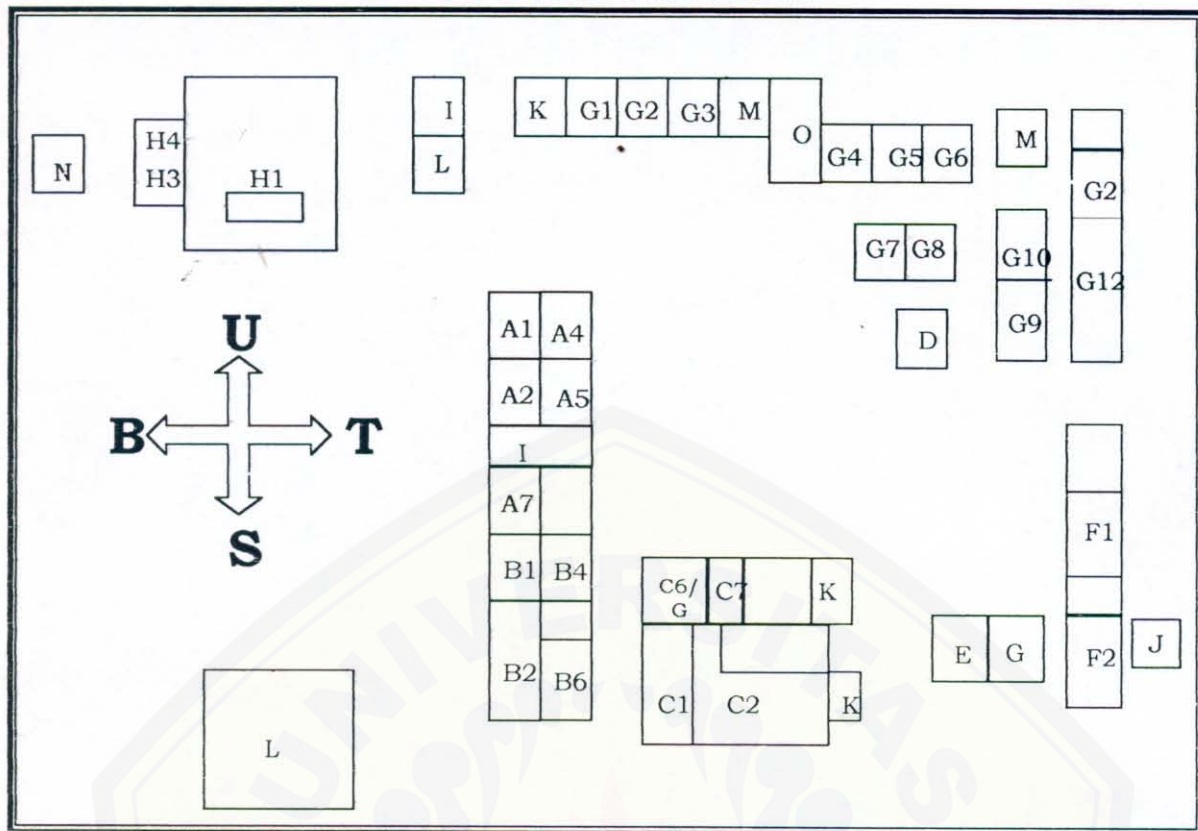
Gambar 2. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan  
Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan.....20

Gambar 3. Struktur Organisasi SMK Negeri I Jember.....37



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Tuntunan Penelitian
3. Lembar Wawancara
4. Angket Penelitian
5. Identitas Responden
6. Rekapitulasi Jawaban Responden
7. Rekapitulasi Hasil Penelitian
8. Hasil Analisis Statistik dengan program SPSS for windows
9. Tabel Kritis Distribusi F
10. Tabel Kritis Distribusi t
11. Surat Ijin Penelitian
12. Lembar Konsultasi



Sumber : Dokumen TU SMKN I Jember Tahun 2004/2005

**Keterangan**

**KODE KETERANGAN**

- I : Ruang Aula
- A1 : Ruang Kelas UPW
- A2 : Ruang Kelas UPS
- A3 : Ruang
- A4 : R. Stensil & R. Komputer
- A5 : Ruang TU
- A6 : Ruang Kasub Bag
- A7 : Ruag UPW
- B1 : R. Kepala Perpustakaan
- B2 : Ruang Perpustakaan
- B3 : Ruang Kelas UPW!
- B4 : Ruang Kepala Sekolah
- B5 : Ruang Tamu
- B6 : Ruang Guru
- G : Ruang Bahasa II
- H1 : Minimarker
- H2 : Ruang Foto Copy

**KODE KETERANGAN**

- H3 : Koperasi
- CGI6 : Ruag Lab. Bahasa I
- C1 : R. Lab. Komputer Akuntansi
- C2 : R. Kelas
- C3 : Ruang 1
- C4 : Ruang R2
- C5 : Ruang R3
- D : Ruang Komputer
- E : Ruang 14
- 6 : Ruang 18
- F1 : Ruang Ketik Manual
- F2 : Ruang Komputer
- J : Ruang Kantin
- K : Kamar Mandi
- L : Tempat Parkir
- M : Musholla
- N : Ruang Satpam
- 0 : Ruang BP

## ABSTRAK

**Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan di SMK Negeri I Jember (Studi Kasus Pada Siswa Kelas I Tahun Ajaran 2004/2005).**

**Pembimbing I : Drs. Umar H.M Saleh, M.Si**

**Pembimbing II : Dra. Murtiningsih**

Bauran pemasaran jasa merupakan suatu kegiatan unit usaha untuk memberikan layanan atau menyampaikan jasa pendidikan bagi siswa dengan cara memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada dan seberapa besar pengaruh yang signifikan dari bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses) terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember, dan juga untuk mengetahui variabel manakah diantara bauran pemasaran jasa yang paling dominan mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan tersebut. Metode penentuan lokasi penelitian secara metode *purposive* yaitu ditentukan secara sengaja di SMK Negeri I Jember. Jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus *sample size*. Banyaknya sampel pada tiap-tiap jurusan menggunakan rumus *proportional random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik secara regresi linear berganda dengan uji F dan uji t. Hasil penelitian membuktikan bahwa bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember. Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan uji F, dimana  $F_{hit} > F_{tab}$  yaitu  $17,095 > 2,14$  dengan taraf signifikansi 0,000 dan koefisien determinasi ( $R_{square}$ ) sebesar 0,641 atau 64,1 %. Secara parsial diperoleh data bahwa variabel produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap pengambilan keputusan siswa. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai hasil uji t, yaitu  $X_1 = 3,825$ ,  $X_2 = 2,208$ ,  $X_3 = 2,231$ ,  $X_4 = 2,146$ ,  $X_5 = 2,388$ ,  $X_6 = 2,544$ , dan  $X_7 = 2,165$ . Selain itu juga dapat dilihat melalui proporsi sumbangan dari masing-masing variabel, yaitu  $X_1$  sebesar 21,28 %,  $X_2$  sebesar 5,34%,  $X_3$  sebesar 4,70%,  $X_4$  sebesar 7,39%,  $X_5$  sebesar 12,2%,  $X_6$  sebesar 6,36%, dan  $X_7$  sebesar 6,83%.

**Kata kunci : Bauran pemasaran jasa dan pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan**



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin cepat menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan di semua aspek kehidupan manusia. Salah satu perubahan tersebut adalah perubahan di lingkungan masyarakat. Perubahan lingkungan senantiasa terjadi terus menerus dalam proses perkembangan suatu negara, yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan dan tata ekonomi serta perilaku-perilaku manusianya. Perubahan lingkungan tersebut tidak hanya terjadi dalam lingkungan organisasi bisnis tetapi juga terjadi dalam lingkungan pendidikan.

Pendidikan pada hakekatnya merupakan usaha manusia untuk melestarikan hidupnya sebab melalui proses pendidikan manusia akan tumbuh dan berkembang baik jasmani maupun rohaninya. Hal ini tercantum dalam Undang-undang No 2 Tahun 1992 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menegaskan bahwa “ mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya yaitu manusia yang beriman, bertakwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan, keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani, berkepribadian mantap dan mandiri serta bertanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan”. Berdasarkan pengertian tersebut maka pendidikan sebagai salah satu penunjang penting dalam rangka pengembangan sumber daya manusia. Dengan sistem pendidikan yang tepat diharapkan dunia pendidikan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang benar-benar mempunyai kualitas dan kuantitas yang sempurna.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan bahwa untuk menghadapi tantangan masa depan yang semakin kompleks, maka menyebabkan permintaan jasa di sektor pendidikan meningkat pesat. Oleh karena itu, diperlukan lembaga pendidikan yang mampu menampung minat masyarakat terhadap pendidikan tinggi dan ilmu pengetahuan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas diri. Dengan demikian pemerintah berupaya untuk



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin cepat menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan di semua aspek kehidupan manusia. Salah satu perubahan tersebut adalah perubahan di lingkungan masyarakat. Perubahan lingkungan senantiasa terjadi terus menerus dalam proses perkembangan suatu negara, yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan dan tata ekonomi serta perilaku-perilaku manusianya. Perubahan lingkungan tersebut tidak hanya terjadi dalam lingkungan organisasi bisnis tetapi juga terjadi dalam lingkungan pendidikan.

Pendidikan pada hakekatnya merupakan usaha manusia untuk melestarikan hidupnya sebab melalui proses pendidikan manusia akan tumbuh dan berkembang baik jasmani maupun rohaninya. Hal ini tercantum dalam Undang-undang No 2 Tahun 1992 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menegaskan bahwa “ mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya yaitu manusia yang beriman, bertakwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan, keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani, berkepribadian mantap dan mandiri serta bertanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan”. Berdasarkan pengertian tersebut maka pendidikan sebagai salah satu penunjang penting dalam rangka pengembangan sumber daya manusia. Dengan sistem pendidikan yang tepat diharapkan dunia pendidikan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang benar-benar mempunyai kualitas dan kuantitas yang sempurna.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan bahwa untuk menghadapi tantangan masa depan yang semakin kompleks, maka menyebabkan permintaan jasa di sektor pendidikan meningkat pesat. Oleh karena itu, diperlukan lembaga pendidikan yang mampu menampung minat masyarakat terhadap pendidikan tinggi dan ilmu pengetahuan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas diri. Dengan demikian pemerintah berupaya untuk



mendirikan lembaga-lembaga pendidikan untuk mengemban tugas mewujudkan aspirasi nasional dan tujuan pendidikan yang telah dirumuskan. Salah satu upaya pemerintah yaitu mendirikan sekolah-sekolah baik umum maupun kejuruan di lingkungan masyarakat. Salah satu sekolah yang diminati oleh masyarakat adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dikarenakan sekolah tersebut memberikan pengetahuan dan keterampilan khusus yang diminati oleh siswanya. SMK Negeri khususnya yang ada di wilayah Kabupaten Jember diantaranya SMK Negeri 1 Jember, SMK Negeri 2 Jember, SMK Negeri 3 Jember, SMK Negeri 4 Jember, SMK Negeri 1 Sukorambi Jember dan SMK Negeri 1 Tanggul Jember. SMK Negeri 1 Jember, SMK Negeri 4 Jember, dan SMK Negeri 1 Tanggul Jember merupakan sekolah menengah ekonomi tingkat atas, SMK Negeri 2 Jember merupakan sekolah teknik menengah, SMK Negeri 3 Jember merupakan sekolah menengah kesejahteraan keluarga, dan SMK Negeri 1 Sukorambi Jember merupakan sekolah menengah teknologi pertanian. Semakin banyaknya sekolah yang berdiri menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat antar sekolah untuk memperebutkan peminat (jumlah peserta didik) yang ingin dicapai.

SMK Negeri 1 Jember dan SMK Negeri 4 Jember merupakan sekolah menengah ekonomi tingkat atas yang menawarkan jasa pendidikan yang hampir sama. Hal ini menyebabkan kedua sekolah menengah kejuruan tersebut bersaing ketat untuk meningkatkan kualitas pelayanan pendidikannya. Berdasarkan pengamatan di lapangan, SMK Negeri 1 Jember dipandang mempunyai keunggulan yang baik di mata masyarakat karena sekolah ini menawarkan produk/jasa pendidikan berkualitas, harga yang terjangkau, tempat yang strategis, promosi yang menarik, fasilitas proses belajar mengajar yang memadai, dan pelayanan yang memuaskan. Adanya penawaran jasa pendidikan tersebut akan memotivasi siswa untuk mengambil keputusan memilih pendidikan di sekolah ini. Hal ini terbukti bahwa pada tahun ajaran 2003/2004 yang semula peminat berjumlah 803 orang siswa dan tahun ajaran 2004/2005 meningkat menjadi 817 orang siswa.

SMK Negeri 1 Jember tahun ajaran 2004/2005 (sekarang) menawarkan produk/jasa pendidikan berupa jurusan/program keahlian yang terdiri dari

program keahlian administrasi perkantoran, akuntansi, penjualan, usaha jasa pariwisata, dan multi media. Disini pihak pengelola sekolah ini berupaya melatih siswa dengan memberikan keterampilan agar dapat mempelajari suatu pekerjaan yang dilaksanakan dengan bekerjasama dengan dunia usaha maupun industri-industri serta memungkinkan lulusannya dapat berdiri sendiri atau berwiraswasta. Dengan adanya berbagai macam program keahlian tersebut diatas, maka akan memotivasi siswa untuk mengambil keputusan memilih pendidikan di sekolah ini sesuai dengan pilihannya. Selain menentukan pilihan terhadap jurusan/program keahlian yang ada di sekolah ini, maka calon siswa juga harus mengetahui seperangkat pengetahuan dan informasi tentang keberadaan sekolah ini yang menawarkan jasanya meliputi harga, promosi, tempat, bukti fisik, orang dan proses. Pengetahuan dan informasi tersebut oleh calon siswa akan dijadikan sebagai acuan yang mana paling sesuai dengan pilihannya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan Di SMK Negeri I Jember (Studi Kasus Pada Siswa Kelas I Tahun Ajaran 2004 / 2005)** ”.

## **1.2 Pembatasan Masalah Penelitian**

Penelitian ini dibatasi pada bidang manajemen pemasaran jasa, khususnya pada bidang kajian bauran pemasaran jasa dan pengambilan keputusan siswa. Pokok permasalahan yang diteliti adalah pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap pengambilan keputusan siswa memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ada dan seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses) terhadap pengambilan

keputusan siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005 dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember?

2. Dari ketujuh variabel bauran pemasaran jasa tersebut, variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005 dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui ada tidaknya dan seberapa besar pengaruh yang signifikan dari bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses) terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005 dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember.
2. Untuk mengetahui variabel manakah di antara variabel bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses) yang berpengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005 dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti : akan memberikan pengalaman dalam mengaplikasikan teori yang ditekuni di bangku kuliah dan sebagai wahana untuk memperoleh pengetahuan baru dalam bidang penelitian dan penulisan karya ilmiah.
2. Bagi perguruan tinggi : hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan akademik sebagai tambahan referensi dan bahan kepustakaan bagi mahasiswa.
3. Bagi peneliti lain : diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan acuan dan perbandingan dalam penelitian yang sejenis pada masa yang akan datang.
4. Bagi pihak sekolah : akan dijadikan sebagai sumbangan pemikiran dalam mengembangkan jasa pendidikan dan bahan pertimbangan bagi calon siswa.



## BAB II

## TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mashariono pada tahun 2001 mengambil judul “Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di STIESIA Surabaya”. Variabel yang diteliti adalah *product* ( $X_1$ ), *price* ( $X_2$ ), *place* ( $X_3$ ), *promotion* ( $X_4$ ), *physical evidence* ( $X_5$ ), *process* ( $X_6$ ), *people* ( $X_7$ ) dan keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi ( $Y$ ). Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi calon mahasiswa kuliah di STIESIA Surabaya. Pembuktian hipotesis uji statistik regresi simultan uji F dan uji regresi parsial uji T.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *product* ( $X_1$ ), *price* ( $X_2$ ), *place* ( $X_3$ ), *promotion* ( $X_4$ ), *physical evidence* ( $X_5$ ), *process* ( $X_6$ ), *people* ( $X_7$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang sangat bermakna terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di STIESIA Surabaya dengan tingkat kontribusi sebesar 72,95 % sedangkan 27,05 % disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Dari variabel tersebut yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah variabel *product* dengan tingkat kontribusi sebesar 51,78 %. Sedangkan kontribusi untuk masing-masing variabel bauran pemasaran jasa antara lain *price* 0,96 %, *place* 37,11 %, *promotion* 42,66 %, *physical evidence* 39,35 %, *process* 47,91 % dan *people* 49,97 %.

Penelitian yang sejenis juga dilakukan oleh Rathomi pada tahun 2001 dengan mengambil judul tentang “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Pelajar SMU Memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Malang”. Variabel yang diteliti adalah produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ), orang ( $X_5$ ), bukti fisik ( $X_6$ ), proses ( $X_7$ ) dan pengambilan keputusan pelajar SMU memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Malang ( $Y$ ). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda meliputi penentuan koefisien determinasi berganda, uji F

dan uji T. Sedangkan hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa terbukti faktor bauran pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelajar SMU dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Malang. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari hasil uji F sebesar 33,613 lebih besar dari F tab sebesar 2,1108 dan mempunyai pengaruh sebesar 17 % terhadap Y diketahui dari nilai  $R^2$  sebesar 0,719. Kesimpulan berikutnya adalah bahwa masing-masing faktor bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik dan proses secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelajar SMU dalam memilih LBB Primagama Malang dan dengan faktor produk menjadi faktor yang paling dominan dengan hasil uji T sebesar 1,984 dan  $R^2$  parsial sebesar 0,1429.

Kontribusi (sumbangan) yang diberikan penelitian-penelitian terdahulu terhadap penelitian sekarang yaitu pada penelitian terdahulu memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai konsep bauran pemasaran jasa, sehingga dengan adanya sumbangan pemikiran tersebut dapat membantu peneliti dalam menyusun suatu hipotesis. Dimana kedua penelitian tersebut sama-sama telah membuktikan bahwa variabel bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.

## 2.2 Dasar Teori Tentang Pemasaran Jasa

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Definisi yang paling luas yang dapat menerangkan secara jelas arti pentingnya pemasaran dikemukakan oleh William J. Stanton ( dalam Swastha dan Handoko, 2000 ; 4 ) sebagai berikut :

“Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”.

Menurut Kotler dan Armstrong (1997 : 3 ) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu-individu dan kelompok-

kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut.

Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan interaksi dengan konsumen. Menurut Kotler (2002 : 486) jasa adalah setiap tindakan atau unjukkerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produknya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik. Sedangkan pendapat yang sama dikemukakan oleh Payne (2000 : 8) jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Beberapa definisi lain dikemukakan oleh Zeithml dan Bitner dalam Yazid (2000 : 3) jasa adalah sebagai berikut :

Mencakup semua aktivitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau konstruksi fisik yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama (*simultan*), dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk yang secara prinsip *intangible* (kenyamanan, hiburan, kecepatan dan kesehatan) bagi pembeli pertamanya.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan hasil dari aktivitas atau tindakan yang tidak berwujud yang dihasilkan dan ditawarkan oleh perusahaan jasa kepada konsumen, yang proses penyampaiannya dilaksanakan secara *simultan* dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Selain itu, nilai dan keuntungan dari suatu jasa dapat berbeda-beda di antara pemakainya, karena sebagian input untuk melakukan jasa berasal dari pembeli tersebut.

Pemasaran jasa pendidikan adalah kegiatan lembaga pendidikan yang memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan (Alma, 2003 : 46). Pemasaran jasa yang dilakukan oleh SMK Negeri I Jember merupakan tindakan yang dilakukan oleh pihak pengelola dengan menerapkan pemasaran jasa pendidikan yaitu dengan cara menerapkan produk jasa yang mempunyai kualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon siswa serta memberikan citra yang baik di mata masyarakat.

### 2.3 Dasar Teori Tentang Bauran Pemasaran Jasa

Untuk keberhasilan sebuah lembaga dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan kebutuhan (*need*) dan keinginan (*wants*) pelanggannya. Guna menciptakan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga menciptakan bauran pemasaran atau *marketing mix*.

Kotler et al (2002 : 9) menyatakan *marketing mix as a set of controllable, tactical marketing tools that the firm blends to produce the result it wants in the target market*. Disini dikatakan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Menurut Stanton dalam Swastha dan Handoko (2000 : 124) *marketing mix* adalah variabel-variabel terkendali (*controllable*) yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut di atas dapat dikatakan bahwa marketing jasa pendidikan adalah kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan (Alma, 2003 : 46).

Secara tradisional dikenal empat komponen atau unsur-unsur bauran pemasaran yang lazim disebut juga dengan 4P terdiri dari *product, price, place dan promotion*. Namun dalam pemasaran jasa elemen-elemen strategi bauran pemasaran ini diperluas lagi menjadi tiga unsur yaitu *physical evidence, people dan process* yang kemudian dikenal dengan 7P (Alma, 2003 : 115-121). Adapun pendapat yang sama dikemukakan oleh Booms dan Bitner (dalam Kotler, 1997 : 88) menyarankan tambahan 3P yang terlibat dalam pemasaran jasa diantaranya

orang, bukti fisik dan proses. Selain itu, Yazid (2001 : 19) juga menyarankan tambahan 3P dalam pemasaran jasa yaitu *people, physical evidence dan process*. Berikut ini akan dijelaskan ketujuh elemen bauran pemasaran jasa pendidikan adalah sebagai berikut :

### 2.3.1 Produk (*Product*)

Salah satu unsur dalam bauran pemasaran jasa adalah mengenai produk. Produk ini merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan pilihan bagi calon siswa. Menurut Kotler (1997 : 9) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi atau memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pendapat lain dikemukakan oleh Tjiptono (2002 : 95) produk adalah sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada konsumen untuk diperhatikan, diminta, dicari, digunakan dan dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Swastha (1996 : 94) menyatakan bahwa produk merupakan suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu dan setiap apa saja yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Semua kegiatan bauran pemasaran adalah untuk menunjang gerakan produk sebab bagaimana hebatnya usaha pemasaran, harga yang sesuai dan promosi yang dilakukan menarik jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu tinggi maka usaha *marketing mix* tidak akan berhasil. Oleh karena itu, perusahaan agar dapat mencapai tujuan pemasarannya perlu mengkaji tentang produk apa saja yang akan dipasarkan, bagaimana keinginan konsumen dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Produk bukan saja berbentuk barang atau benda berwujud tetapi juga dapat berbentuk benda tidak berwujud seperti pelayanan jasa yang dapat dijual, dibeli dan dapat dimiliki yang kesemuanya itu untuk memuaskan kebutuhan dan



keinginan konsumen. Dalam lembaga pendidikan, bauran produk dapat berupa perbedaan (*diferensiasi*) produk akan memberikan dampak terhadap kesempatan lapangan kerja dan menimbulkan citra terhadap nama lembaga pendidikan (Alma, 2003 : 116). Berdasarkan pendapat tersebut, peneliti dalam penelitian ini mengkaji pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh pihak pengelola SMK Negeri I Jember dari variabel produk dengan membatasi indikator pada proses per jurusan dan bidang keahlian yang ada di SMK Negeri I Jember meliputi bisnis manajemen, pariwisata, dan teknologi informatika dan komunikasi.

### 2.3.2 Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu pertimbangan bagi siswa untuk membeli suatu produk baik barang maupun jasa. Masalah kebijakan harga akan ikut menentukan keberhasilan produk. Menurut Kotler (1997 : 82) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk tertentu. Sedangkan pendapat yang sama dikemukakan oleh Swastha (1996 : 143) sejumlah uang (ditambah barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang atau jasa beserta layanannya.

Menurut Alma (1992 : 330) elemen harga berjalan sejajar dengan mutu produk. Apabila mutu produk baik maka calon siswa berani membayar lebih tinggi dan sebaliknya. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh siswa untuk menikmati jasa yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya.

Menurut Kotler (1997 : 82) berpendapat bahwa penetapan dan pelaksanaan harga harus mempertimbangkan beberapa indikator yaitu penetapan harga, waktu pembayaran, harga dasar, potongan harga dan rabat. Peneliti dalam penelitian ini mengkaji pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh pihak pengelola SMK Negeri I Jember dari variabel harga dengan membatasi indikator pada DPP rutin (Dana Pengembangan Pendidikan), DPP isidental, Dana test semester, dana ekstrakurikuler dan OSIS serta masing-masing cara pembayarannya.

### 2.3.3 Tempat (*Place*)

*Place* merupakan suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana perusahaan menjual suatu produk tertentu. Menurut Kotler (1997 : 125) *place* adalah berbagai aktivitas perusahaan untuk membuat produknya tersedia dan dapat diakses oleh pasar sasaran. Sementara itu Yazid (2001 : 21) menyatakan bahwa secara ideal penyedia jasa harus memilih tempat usaha yang dekat dengan pasar sasaran, semata-mata akan bisa memberikan pelayanan lebih baik pada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tempat merupakan lokasi sebuah perusahaan dalam melakukan usahanya untuk menarik konsumen.

Lembaga pendidikan umumnya para pimpinan sependapat bahwa lokasi letak lembaga pendidikan seharusnya yang mudah dicapai oleh kendaraan umum sehingga cukup berperan sebagai bahan pertimbangan calon siswa untuk memasuki lembaga pendidikan tersebut. Demikian juga para siswa menyatakan bahwa lokasi suatu lembaga pendidikan turut menentukan pilihan mereka, karena mereka menyenangi lokasi di kota dan yang mudah dicapai kendaraan umum, atau ada fasilitas alat transportasi dari lembaga atau bis umum yang disediakan oleh pemerintah daerah (Alma, 2003 : 117). Menurut Yazid (2001 : 21) unsur-unsur yang termasuk dalam tempat adalah jenis saluran, perantara, lokasi, transportasi, pengelola dan penyimpanan.

Berdasarkan pendapat tersebut, peneliti dalam penelitian ini mengkaji pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh pihak pengelola SMK Negeri I Jember dari variabel tempat dengan membatasi indikator pada suasana yang ada di SMK Negeri I Jember, sarana jalan menuju SMK Negeri I Jember dan fasilitas umum yang ada di sekitar SMK Negeri I Jember.

### 2.3.4 Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran jasa yang sangat penting dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk jasanya kepada konsumen dan merupakan salah satu penentu keberhasilan untuk program pemasaran. Dasar pengertian kegiatan promosi adalah komunikasi yang

saling berinteraksi antara seseorang, lembaga, masyarakat atau antara pemberi jasa atau penjual barang.

Promosi adalah alat yang digunakan organisasi jasa untuk berkomunikasi dengan pasar sasarannya (Payne, 2000 : 189). Menurut Alma (2000 : 16) promosi adalah usaha yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Pendapat lain dikemukakan oleh Kotler (1997 : 83) promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan meyakinkan konsumen agar membelinya. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi bertujuan memberikan informasi dan menarik minat konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Menurut Swastha (1996 : 44) kegiatan-kegiatan yang termasuk promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat. Berdasarkan pendapat tersebut, peneliti dalam penelitian ini mengkaji pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh pihak pengelola SMK Negeri I Jember dari variabel promosi dengan membatasi indikator pada informasi tentang SMK Negeri I Jember dan Kelengkapan informasi tersebut.

### 2.3.5 Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik adalah suatu lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, dan setiap komponen tangible memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut (Umar, 2003 : 29). Menurut Zeithaml and Bitner dalam Alma (2000 : 20) menyatakan bahwa *physical evidence is the environment in which the service is delivered and where the firm and customer interact, and any tangible components that facilitate performance or communication of the services*. Jadi, bukti fisik adalah sarana fisik, lingkungan terjadinya penyampaian jasa, antara produsen dan konsumen berinteraksi dan setiap komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan.

Menurut Yazid (2001 : 22) bukti fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumen berinteraksi dan setiap

komponen tangible memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut. Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa bukti fisik merupakan lingkungan fisik atau keadaan fisik terjadinya penyampaian jasa.

Sebuah lembaga pendidikan tentunya yang merupakan *physical evidence* adalah gedung atau bangunan dan segala sarana serta fasilitas yang terdapat didalamnya. Peneliti dalam penelitian ini mengkaji pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh pihak pengelola SMK Negeri I Jember dari variabel bukti fisik dengan membatasi indikator pada gedung, tempat parkir, perpustakaan, laboratorium, dan koperasi.

### 2.3.6 Orang (People)

Yang dimaksud dengan orang disini adalah semua partisipan yang memainkan sebagian penyajian jasa, yaitu peran selama proses dan konsumen jasa berlangsung dalam waktu riil jasa karena semua ini dapat mempengaruhi persepsi pembeli, dimana partisipan antara lain staf perusahaan, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa tersebut (Umar 2003 : 29). Selain itu, pendapat yang sama dikemukakan oleh Yazid (2001 : 20) partisipan / orang adalah semua pelaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli.

Menurut Zeithaml and Bitner (dalam Alma, Buchori 2000 : 20) *people is all human actors who play a part in service delivery and thus influence the buyer's perceptions, namely the firm's personnel, the customer and other customers in the service environment*. Jadi dalam unsur people ini termasuk semua orang bukan hanya pemimpin saja, yang terlibat dalam penyampaian jasa sehingga mempengaruhi persepsi konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka orang adalah semua partisipan yang terlibat dalam penyajian jasa sehingga mempengaruhi persepsi pembeli.

Peneliti dalam penelitian ini mengkaji pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh pihak pengelola SMK Negeri I Jember dari variabel orang dengan membatasi indikator pada pimpinan akademik (kepala sekolah), tenaga pengajar, dan karyawan / TU.

### 2.3.7 Proses jasa itu sendiri (*Process*)

Proses dimana jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan merupakan faktor utama di dalam bauran pemasaran jasa, karena para pelanggan akan seringkali mempresepsikan sistem penyampaian jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atau operasi jasa (Yazid, 2001 : 22). Menurut Zeithaml and Bitner dalam Alma (2000 : 20) *process is the actual procedures, mechanism and flow of activities by which the service is delivered – the service delivery and operating systems*. Dalam hal ini perlu diperhatikan dan ditingkatkan selalu bagaimana proses yang terjadi dalam penyaluran jasa dari produsen sampai ke konsumen.

Pendapat yang lain dikemukakan oleh Payne (2000 : 210) proses adalah seluruh kegiatan kerja dimana proses-proses tersebut meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dan rutinitas dimana suatu produk atau jasa disampaikan kepada pelanggan. Peneliti dalam penelitian ini mengkaji pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh pihak pengelola SMK Negeri I Jember dari variabel proses dengan membatasi indikator pada proses pelayanan dan tata tertib atau peraturan yang ditetapkan SMK Negeri I Jember.

## 2.4 Dasar Teori Tentang Pengambilan Keputusan

Setiap manusia dalam menjalani kehidupan pasti selalu tidak terlepas dari kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan lainnya. Pengambilan keputusan menurut Winardi (1991 : 87) adalah sebagai proses kognitif yang mempersatukan memori pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian-penilaian secara evaluatif. Sedangkan pengambilan keputusan menurut Siagian dalam Syamsu (2000 :15) pada hakekatnya adalah suatu pendekatan sistematis terhadap hakikat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat. Sehingga dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen seringkali melibatkan banyak pihak, dimana masing-masing pihak tersebut mempunyai peranan yang berbeda-beda.

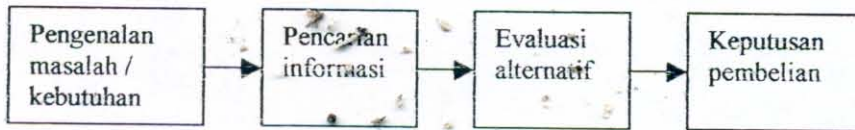
Pemahaman mengenai masing-masing peranan ini sangat berguna dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada umumnya, pihak-pihak yang mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan pembelian mempunyai lima macam peranan yang ada kalanya kelima peran itu dipegang oleh satu orang, namun seringkali pula peranan tersebut dilakukan beberapa orang. Kelima peranan dalam proses perilaku konsumen tersebut antara lain : (Kotler dalam Tjiptono, 2002 : 20)

- 1) Pemrakarsa (*initiator*), yaitu orang yang pertama kali menyadari adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengusulkan ide untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu.
- 2) Pemberi pengaruh (*influencer*), yaitu orang yang pandangan, nasihat atau pendapatnya mempengaruhi keputusan pembelian.
- 3) Pengambil keputusan (*decider*), yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian, Misalnya apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana cara membeli, atau dimana membelinya.
- 4) Pembeli (*buyer*), yaitu orang yang melakukan pembelian.
- 5) Pemakai (*user*), yaitu orang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang dibeli.

## 2.5 Dasar Teori Tentang Proses Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan

Proses pengambilan keputusan yang terjadi pada diri seorang konsumen dalam kaitannya untuk melakukan pembelian, terdiri atas lima tahapan meliputi (1) pengenalan masalah/kebutuhan, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, dan (4) keputusan pembelian dan (5) pasca pembelian (Kotler, 1997 :170). Berdasarkan teori diatas, penelitian ini membatasi hanya pada keputusan pembelian. Secara skematis tahapan dalam proses pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di sekolah ini dapat digambarkan seperti gambar berikut :



**Gambar 1** : Proses Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan

Sumber : Kotler, 1997 : 170 (diolah)

### (1) Pengenalan masalah/kebutuhan

Pada awalnya sebelum melakukan pembelian produk seseorang harus mengenal terlebih dahulu tentang adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan. Menurut Kotler (1997 : 171) proses dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Pengenalan masalah atau kebutuhan disini adalah bahwa siswa dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk jasa akan berorientasi kepada kebutuhan akan jasa tersebut, dan pihak sekolah harus dapat menganalisa produk seperti apa yang dibutuhkan oleh siswa sebagai pembeli.

### (2) Pencarian informasi

Setelah mengenal apa kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan, maka siswa tersebut akan berusaha mencari informasi mengenai produk untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Kotler (1997 : 173) menyatakan bahwa pencarian informasi merupakan tahap dari proses keputusan pembeli yang merangsang konsumen untuk mencari informasi lebih banyak. Pencarian informasi ini dapat bersifat internal maupun eksternal. Pencarian informasi internal yaitu tentang sumber-sumber pembelian dapat dari komunikasi perorangan dan pengaruh perorangan yang terutama berasal dari pelopor opini, sedangkan informasi eksternal yaitu dapat berasal dari media massa (majalah, surat kabar, dan lain-lain) dan sumber-sumber informasi dari kegiatan pemasaran (publikasi, iklan, dan lain-lain).

### (3) Evaluasi alternatif

Setelah siswa dihadapkan pada penawaran produk di sekolah, maka siswa tersebut perlu mengidentifikasi alternatif-alternatif pembeliannya dan membuat penilaian atas penawaran-penawaran produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (1997 : 172) menyatakan bahwa evaluasi alternatif dilakukan

untuk memproses informasi merek yang kompetitif dan setelah itu membuat penilaian akhir. Evaluasi alternatif ini akan dilakukan setelah ia dihadapkan pada penawaran jasa yang dilakukan oleh pihak sekolah. Dalam tahap evaluasi ini siswa berupaya untuk memilih produk jasa yang sempurna baginya.

#### (4) Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Setelah melalui tahap proses pengenalan masalah/kebutuhan, pencarian informasi dan evaluasi alternatif dilakukan, maka siswa harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Keputusan konsumen dalam memilih produk jasa akan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu (a) pendirian orang lain, dan (b) situasi yang tidak diantisipasi (Kotler, 1997 : 172). Menurut Kotler (2002 : 208) juga mengemukakan bahwa dalam melaksanakan pembelian konsumen dapat membuat lima sub keputusan pembelian diantaranya (a) Keputusan mengenai produk / jasa yang dibeli, (b) Keputusan mengenai merek, (c) Keputusan harga atau metode pembayaran, (d) Keputusan waktu dan keputusan kuantitas serta (e) Keputusan pemasok / toko

Berdasarkan pendapat tersebut, sub keputusan yang dipakai dalam penelitian ini meliputi keputusan produk, keputusan merek, dan keputusan harga.

##### a). Keputusan produk jasa

Menurut Tjiptono (2002 : 95) produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada konsumen untuk diperhatikan, diminta, dicari, digunakan dan dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk dapat berupa barang fisik, jasa, tempat, organisasi dan ide. Jadi produk bisa berupa manfaat *tangiabel* dan *intangiabel* yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk (barang atau jasa) sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan produsen melalui hasil produksinya.

Produk jasa dalam pendidikan merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan pilihan bagi calon siswa. Produk jasa yang ditawarkan di SMK Negeri I Jember yang utama adalah jurusan atau program keahlian. SMK Negeri I Jember tahun ajaran 2004/2005 ini mempunyai tiga bidang keahlian diantaranya (1) bidang keahlian bisnis dan manajemen (terdiri



atas program keahlian administrasi perkantoran, akuntansi dan penjualan), (2) bidang keahlian pariwisata (terdiri atas program keahlian usaha jasa pariwisata), dan (3) bidang keahlian teknologi informasi dan komunikasi (terdiri atas program keahlian multi media). Adanya jurusan atau program keahlian tersebut diharapkan calon siswa mengambil keputusan memilih produk jasa yang ditawarkan di SMK Negeri I Jember sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

b). Keputusan merek

Organisasi jasa dalam memasarkan produknya (barang atau jasa) diperlukan merek agar produk tersebut dapat berbeda dengan produk lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2002 : 460) merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, kombinasi dari suatu produk yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakan dari produk pesaing. Merek suatu produk akan sangat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk (barang atau jasa), karena merek merupakan janji yang dibuat oleh organisasi jasa secara konsisten untuk menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli. Selain itu, merek juga dapat digunakan untuk membina citra yaitu dengan memberikan keyakinan, jaminan kualitas, dan prestise tertentu pada konsumen.

Merek dalam pendidikan menunjukkan identitas dan kualitas yang dapat memberikan citra terhadap siswa. Merek yang ditawarkan di lembaga pendidikan ini adalah SMK Negeri I Jember. SMK Negeri I Jember merupakan lembaga pendidikan yang bergerak di bidang keahlian tertentu sehingga siswa nantinya mampu bekerja dan memiliki kinerja demi masa depan. Adanya SMK Negeri I Jember ini diharapkan calon siswa mengambil keputusan memilih sekolah ini.

c). Keputusan harga

Menurut Kotler (1997 : 82) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk tertentu. Oleh karena itu, harga sebagai salah satu penentu dari pilihan konsumen untuk membeli suatu produk, karena harga mencerminkan tingkat kemampuan atau daya beli konsumen. Bila harga produk sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh produk tersebut, maka

konsumen akan membelinya, dan sebaliknya apabila harga tidak sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan dibeli.

Harga dalam pendidikan merupakan salah satu pertimbangan bagi siswa untuk membeli suatu produk baik barang maupun jasa. Harga yang ditawarkan di SMK Negeri I Jember diantaranya DPP (Dana Pengembangan Pendidikan) rutin, DPP isidental, dana test semester, dana ekstrakurikuler dan OSIS . Semua dana-dana yang ditetapkan di SMK Negeri I Jember disesuaikan dengan pendapatan orang tua siswa sehingga calon siswa diharapkan mengambil keputusan memilih sekolah ini.

## 2.6 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan

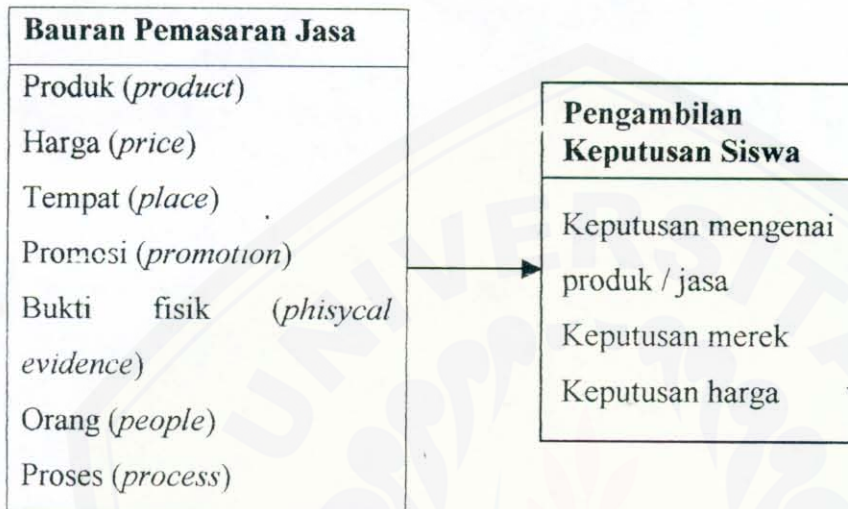
Produsen dalam menyalurkan produknya bukan benda-benda berwujud saja tetapi juga jasa. Semakin ketat persaingan di antara para penghasil jasa menyebabkan *marketing* jasa makin lama makin menjadi sangat penting. Seperti diketahui bahwa *marketing* jasa pendidikan merupakan kegiatan lembaga pendidikan yang bertujuan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada siswa dengan cara yang memuaskan. Disini pihak pengelola sekolah harus benar-benar dapat mengetahui respon siswa dengan merencanakan program pemasaran yang tepat. Suatu konsep yang tepat untuk merencanakan program pemasaran tersebut adalah dengan menawarkan jasa pendidikan, dalam hal ini yaitu bauran pemasaran jasa.

Kotler (1997 : 153) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan unsur-unsur yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, Winardi dalam Alma (2003 : 123) menyatakan bahwa calon pembeli dalam mengambil keputusan apakah akan memasuki lembaga pendidikan tertentu atau tidak sangat dipengaruhi oleh elemen-elemen bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang dan proses jasa tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti menyesuaikan dengan kajian penelitian dengan mengambil aspek yang bersangkutan yaitu yang berupa bauran pemasaran

jasa terhadap tanggapan pembelian atau pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember.

Berdasarkan teori dari pendapat-pendapat di atas, dalam penelitian ini teori bauran pemasaran jasa terhadap pengambilan keputusan siswa secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 2:** Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan

Sumber : Kotler dan Alma (diolah)

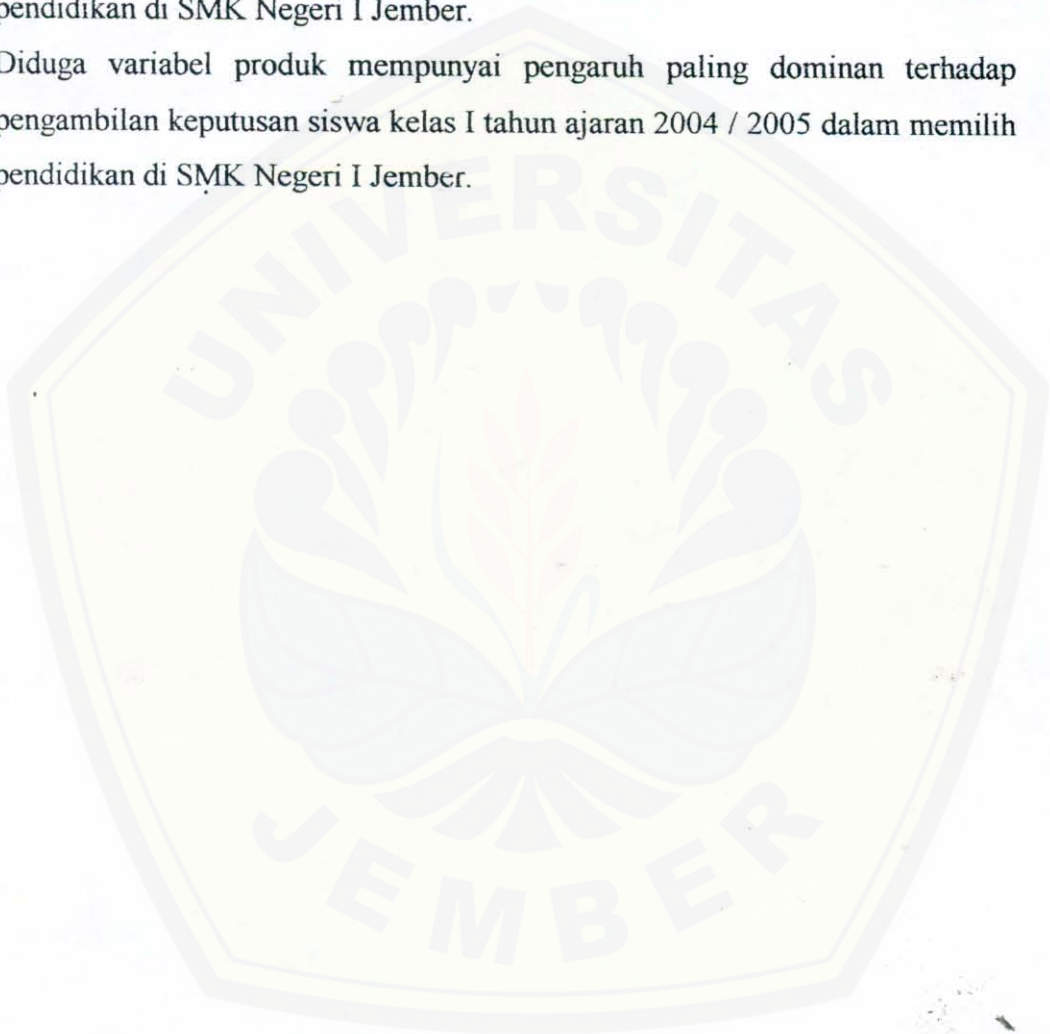
Berdasarkan gambar 2 tersebut, maka dapat dipahami bahwa suatu bauran pemasaran jasa dapat mempengaruhi siswa untuk melakukan pembelian suatu barang/jasa. Bauran pemasaran jasa terdiri atas produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang dan proses. Berbagai bauran pemasaran tersebut akan dapat mempengaruhi siswa untuk melakukan pembelian, baik secara simultan maupun secara parsial.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara bauran pemasaran jasa dan pengambilan keputusan pembelian sangat erat karena jasa yang ditawarkan dengan bauran pemasaran jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan siswa akan mendorong timbulnya pembelian akan jasa tersebut.

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang dan proses) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005 dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember.
2. Diduga variabel produk mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005 dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember.



BAB III  
METODE PENELITIAN



### 3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian noneksperimental, artinya dalam penelitian ini peneliti hanya ingin mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang dan proses) terhadap pengambilan keputusan siswa memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah diskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang dikumpulkan diukur secara langsung menggunakan angka-angka untuk mendiskripsikan apakah ada pengaruh yang signifikan dari bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang dan proses) baik secara simultan maupun parsial terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember.

Metode penentuan lokasi penelitian dengan menggunakan metode *purposive*, sedangkan penentuan sampel menggunakan metode *proporsional random sampling*. Pengumpulan data menggunakan empat metode, yaitu metode observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

### 3.2 Lokasi penelitian

Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive*, yaitu daerah penelitian ditentukan ada suatu tempat tertentu tanpa ada tempat penelitian lain dengan maksud mencari lokasi yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian. Lokasi yang diambil dalam penelitian ini adalah SMK Negeri I Jember yang terletak di jalan jambu no. 17 Jember.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan obyek atau item yang dibatasi kriteria tertentu (Hakim dalam Djaja, 2002 : 16). Obyek atau item yang dijadikan populasi

dalam penelitian ini adalah seluruh siswa- siswi kelas I di SMK Negeri I Jember tahun ajaran 2004 / 2005. Adapun syarat-syarat yang dijadikan acuan agar calon subjek penelitian dapat dijadikan populasi adalah seluruh siswa-siswi kelas I yang masih aktif belajar di SMK Negeri I Jember dan jumlah keseluruhan sebanyak 290 orang siswa.

Perincian dari populasi tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Rincian Jumlah Siswa Kelas I**

**SMK Negeri I Jember Tahun Ajaran 2004 / 2005**

<b>Jurusan/Program Keahlian</b>	<b>Jumlah Peserta Didik</b>
Kelas I-Administrasi Perkantoran 1	41 siswa
Kelas I- Administrasi Perkantoran 2	41 siswa
Kelas I- Akuntansi 1	42 siswa
Kelas I- Akuntansi 2	42 siswa
Kelas I- Penjualan	44 siswa
Kelas I- Usaha Jasa Pariwisata	40 siswa
Kelas I- Multi Media	40 siswa
<b>Jumlah</b>	<b>290 siswa</b>

Sumber : Dok. SMK Negeri I Jember Tahun Ajaran 2004/2005

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *proporsional random sampling*, yaitu penetapan responden yang didasarkan pada kelompok-kelompok yang bertingkat dalam populasi yang heterogen, yang memiliki strata atau tingkatan yang berbeda. Dalam setiap kelompok sampel yang sudah terbentuk tersebut digunakan penetapan jumlah responden yang disesuaikan dengan jumlah subpopulasi yang mewakilinya.

Seluruh populasi berjumlah 290 orang tersebut, diambil sebanyak 75 orang siswa. Jumlah penetapan besarnya sampel penelitian tersebut ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

(Slovin dalam Djaja, 2002 : 19)

Keterangan :

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

1 = konstanta

$e$  = persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel

Dengan menggunakan rumus tersebut, perhitungan dalam penetapan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{290}{1 + 290(0,10)^2}$$

$n = 74,35$  dan dibulatkan menjadi 75

Teknik penentuan besarnya sampel untuk setiap sub populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah proporsional random sampling, dengan prosedur jumlah sampel keseluruhan yang berjumlah 75 orang siswa diambil secara proporsional dari masing-masing sub populasi. Rumus yang digunakan dalam teknik penentuan besarnya sampel pada setiap sub populasi adalah sebagai berikut

$$Spl = \frac{n}{N} \times Js$$

(Soepeno, 1997 : 90)

Keterangan :

$Spl$  = Jumlah sampel pada tiap-tiap sub populasi

$N$  = Jumlah responden dalam populasi

$n$  = Jumlah responden dalam sub populasi

$Js$  = Jumlah sampel yang dibutuhkan

Perhitungan untuk mengetahui besarnya proporsi sampel pada setiap sub populasi (masing-masing kelas) adalah sebagai berikut :

1) Kelas I-AP 1 =  $\frac{41}{290} \times 75 = 10,61$  dibulatkan menjadi 11 responden

2) Kelas I-AP 2 =  $\frac{41}{290} \times 75 = 10,61$  dibulatkan menjadi 11 responden

$$3) \text{ Kelas I- AK 1} = \frac{42}{290} \times 75 = 10,86 \text{ dibulatkan menjadi 11 responden}$$

$$4) \text{ Kelas I- AK 2} = \frac{42}{290} \times 75 = 10,86 \text{ dibulatkan menjadi 11 responden}$$

$$5) \text{ Kelas I-PJ} = \frac{44}{290} \times 75 = 11,37 \text{ dibulatkan menjadi 11 responden}$$

$$6) \text{ Kelas I-UJP} = \frac{40}{290} \times 75 = 10,34 \text{ dibulatkan menjadi 10 responden}$$

$$7) \text{ Kelas I-MM} = \frac{40}{290} \times 75 = 10,34 \text{ dibulatkan menjadi 10 responden}$$

Secara terperinci, jumlah populasi dan sampel dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2. Rincian Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian**

No	Jurusan / Program Keahlian	Populasi	Sampel
1.	Kelas I-Administrasi Perkantoran 1	41	11
2.	Kelas I- Administrasi Perkantoran 2	41	11
3.	Kelas I- Akuntansi 1	42	11
4.	Kelas I- Akuntansi 2	42	11
5.	Kelas I- Penjualan	44	11
6.	Kelas I- Usaha Jasa Pariwisata	40	10
7.	Kelas I- Multi Media	40	10
<b>Jumlah</b>		<b>290</b>	<b>75</b>

Dalam penentuan siapa (*person*) yang akan diambil menjadi anggota sampel (responden) dalam masing-masing sub populasi tersebut digunakan sistem random atau acak (Soepeno, 1997 : 92).

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu bauran pemasaran jasa sebagai variabel bebasnya yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang dan proses. Variabel terikatnya adalah pengambilan keputusan siswa dalam



memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember. Berikut ini akan diuraikan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 3.4.1 Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran jasa adalah suatu kegiatan lembaga pendidikan yang memberikan layanan atau menyampaikan jasa pendidikan bagi siswa dengan cara yang memuaskan. Bauran pemasaran jasa dalam penelitian yang dilakukan terbagi menjadi berikut ini.

#### a. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang akan ditawarkan oleh SMK Negeri I Jember kepada calon siswa, dimana yang ditawarkan berupa jasa dari sekolah tersebut yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan siswa.

Indikator dari produk meliputi dua hal berikut.

1. Proses per-jurusan yang ada di SMK Negeri I Jember.
2. Jurusan/program keahlian yang terdiri dari administrasi perkantoran, akuntansi, penjualan, usaha jasa pariwisata, dan multi media.

#### b. Harga (*Price*)

Harga adalah dana atau biaya pengembangan dan pembinaan pendidikan yang harus dipenuhi oleh calon siswa kepada SMK Negeri I Jember yang nilai harga tersebut telah ditetapkan oleh pihak sekolah.

Indikator dari harga meliputi lima hal berikut.

1. DPP rutin yaitu dana pengembangan pendidikan yang wajib dibayar rutin oleh siswa.
2. DPP isidental yaitu dana pengembangan pendidikan dalam upaya mengelola administrasi sekolah.
3. Dana test semester yaitu dana yang digunakan untuk menghadapi semesteran.
4. Dana ekstrakurikuler dan OSIS
5. Cara pembayaran dari masing-masing dana yang ditentukan pihak sekolah.

**c. Tempat (*Place*)**

Tempat adalah lokasi dimana SMK Negeri I Jember berada atau dalam artian sekolah tersebut berdiri atau beroperasi dalam melakukan aktivitasnya menarik minat siswa.

Indikator dari tempat meliputi tiga hal berikut.

1. Suasana sekolah yang jauh dari keramaian
2. Sarana jalan menuju sekolah
3. Fasilitas umum yang berada di sekitar sekolah seperti wartel, kopsis, kantin dan lain-lain.

**d. Promosi (*Promotion*)**

Promosi adalah informasi mengenai keberadaan SMK Negeri I Jember kepada siswa yang dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan pilihannya.

Indikator dari promosi meliputi dua hal berikut.

1. Informasi tentang sekolah misalnya melalui brosur di sekolah atau melalui media elektronika.
2. Kelengkapan informasi yang didapat siswa mengenai sekolah.

**e. Bukti Fisik (*Phisycal Evidence*)**

Bukti fisik adalah lingkungan fisik atau keadaan fisik SMK Negeri I Jember.

Indikator dari bukti fisik meliputi lima hal berikut.

1. Gedung sebagai ruang untuk siswa melakukan proses belajar mengajar di sekolah.
2. Tempat parkir yang disediakan untuk memarkir kendaraan yang digunakan siswa.
3. Perpustakaan dijadikan sarana sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi siswa.
4. Laboratorium yaitu ruang untuk siswa melakukan praktikum.
5. Koperasi yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan siswa dalam proses belajar mengajar.

**f. Orang (*People*)**

Orang adalah semua orang atau personal yang ada di dalam SMK Negeri I Jember yang secara langsung maupun tidak langsung turut serta dalam proses kegiatan akademik.

Indikator dari orang meliputi tiga hal berikut.

1. Kepala sekolah yang mempunyai peranan paling penting dan yang bertanggung jawab dalam proses yang ada di dalam sekolah.
2. Tenaga pengajar yang berkompoten dan profesional membina dan mendidik siswa.
3. Karyawan / TU yang bertugas membantu kegiatan dalam akademik dan non akademik.

**g. Proses (*Process*)**

Proses adalah kegiatan-kegiatan yang diberikan kepada siswa selama menjalani proses belajar mengajar di SMK Negeri I Jember.

Indikator dari proses meliputi dua hal berikut.

1. Proses pelayanan yang ada di dalam sekolah baik akademik maupun nonakademik.
2. Tata tertib atau peraturan sekolah merupakan cara atau hal-hal yang harus dipatuhi dan diikuti oleh setiap siswa dalam menjalankan segala kegiatan di dalam sekolah berupa tata tertib dan peraturan sekolah.

**3.4.2 Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan di SMK Negeri I Jember**

Pengambilan keputusan siswa adalah keputusan siswa untuk memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember. Pengambilan keputusan siswa dalam penelitian yang dilakukan terbagi menjadi berikut ini.

1. Keputusan produk / jasa yaitu kegiatan penetapan pemilihan produk jasa yang ditawarkan di sekolah ini.
2. Keputusan merek yang dipilih yaitu penetapan keputusan siswa dalam memilih merek ( dalam hal ini SMK Negeri I Jember) sebagai identitas dan kualitas yang memberikan citra terhadap siswa.

3. Keputusan harga yaitu sejumlah uang atau pengorbanan yang dikeluarkan untuk mengikuti proses belajar mengajar di sekolah ini.

### **3.5 Sumber dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui penyebaran angket kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui pencatatan dokumen yang ada di SMK Negeri I Jember, serta data-data lain yang dapat menunjang data primer yang diperoleh dari wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti baik dengan responden maupun dengan staf yang ada di dalam SMK Negeri I Jember.

#### **3.5.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan tujuan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

##### **a. Metode Observasi**

Metode observasi adalah suatu cara yang digunakan dengan mengadakan pengamatan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap obyek penelitian (Djaja, 2002 : 26). Metode observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung tentang kondisi fisik SMK Negeri I Jember, jumlah peserta didik, pelayanan yang dilakukan oleh SMK Negeri I Jember.

##### **b. Metode Angket**

Metode angket merupakan proses pengumpulan data yang diperlukan dengan cara menyusun serangkaian kalimat pertanyaan tertulis yang sistematis yang diajukan kepada responden untuk dijawab oleh responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup. Data yang akan dikumpulkan adalah data tentang bauran pemasaran jasa (mengenai produk jasa yang ditawarkan, harga yang ditetapkan, tempat yang strategis, promosi yang dilakukan, bukti fisik yang disediakan, orang/pihak yang ada didalamnya dan

proses pelayanan yang dilakukan) terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember. Data yang dihasilkan melalui metode angket ini akan dipergunakan sebagai data pokok untuk melakukan analisis dalam penelitian ini.

### **c. Metode Wawancara**

Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan keterangan lebih lanjut, baik hal-hal yang berkaitan dengan angket maupun data-data penunjang lainnya yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada pihak-pihak yang terkait yaitu bertanya kepada kepala sekolah, guru-guru dan karyawan/TU di SMK Negeri I Jember yang berkaitan dengan tujuan penelitian ini.

### **d. Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari dokumen-dokumen, baik dalam bentuk tulisan, catatan, dan gambar. Penggunaan metode ini digunakan untuk memperoleh data-data sekunder diantaranya yaitu sejarah berdirinya SMK Negeri I Jember, denah lokasi SMK Negeri I Jember dan daftar identitas seluruh siswa-siswi kelas I tahun ajaran 2004 / 2005, struktur organisasi serta jumlah ruangan yang ada di SMK Negeri I Jember.

## **3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

### **3.6.1 Teknik Pengolahan Data**

Setelah data-data yang dibutuhkan telah terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data. Teknik pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti meliputi editing,, scoring dan tabulasi.

#### **a. Editing**

Editing adalah suatu proses kegiatan meneliti kembali catatan para pencari data untuk mengetahui apakah catatan itu cukup baik dan dapat segera disiapkan untuk proses berikutnya (Djaja, 2002 : 29). Lebih lanjut, Arikunto (1996 : 240) menyatakan bahwa langkah-langkah pengecekan meliputi hal-hal berikut.

- 1) Mengecek data dan kelengkapan identitas pengisi ;
- 2) Mengecek kelengkapan data ;

- 3) Mengecek macam isian ;
- 4) Mengecek kejelasan jawaban ;
- 5) Mengecek relevansi jawaban

Dalam proses ini, peneliti mencoba untuk mengetahui semua data yang telah diperoleh dari lapangan, yaitu mengecek atas jawaban yang telah diberikan oleh responden melalui angket dan merapikan catatan-catatan kecil yang diperoleh melalui metode interview dan dokumentasi yang telah dilakukan.

#### **b. Skoring**

Setelah melakukan proses editing terhadap data yang diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah kegiatan skoring. Skoring merupakan kegiatan yang memberikan skor tertentu terhadap data yang telah diberi kode. dalam penelitian ini, kriteria yang dipergunakan dalam melakukan skoring adalah sebagai berikut :

1. Jawaban a diberi skor 3
2. Jawaban b diberi skor 2
3. Jawaban c diberi skor 1

#### **c. Tabulasi**

Tahap berikutnya adalah proses perhitungan frekuensi jawaban yang telah dipilih oleh responden terhadap options pertanyaan yang diberikan kepada responden yang ditulis dalam tabel (Djaja, 2002 :29). Proses tabulasi yang dilakukan peneliti dengan cara memasukkan data yang telah diberi skor tertentu ke dalam tabel yang telah disiapkan sesuai dengan kriteria tertentu, sehingga diperoleh nilai variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dari setiap responden. data-data kasar yang telah disiapkan tersebut dapat dilakukan suatu kegiatan penganalisan.

### **3.6.2 Analisis Data**

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis nonstatistik (analisis deskriptif) dan perhitungan statistik (analisis inferensial) yaitu dengan rumus regresi linear berganda.

### a. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan bauran pemasaran jasa, menggambarkan keadaan umum responden dan untuk menggambarkan pengaruh yang signifikan dari bauran pemasaran jasa secara simultan maupun parsial terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan, sehingga dapat menggambarkan secara lebih rinci mengenai hasil penelitian.

### b. Analisis Inferensial

Analisis ini merupakan analisis statistik dengan menggunakan rumus regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti. Adapun langkah-langkah dalam analisis ini meliputi hal-hal berikut :

#### 1. Persamaan Garis Regresi Linear Berganda

Persamaan garis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bauran pemasaran jasa terhadap pengambilan keputusan siswa memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember. Bentuk persamaan garis regresi berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_7 X_7 + M$$

(Gujarati dalam Djaja, 2002 :41)

Keterangan :

Y = Variabel terikat

$\beta$  = Konstanta

X = Variabel bebas

M = Kesalahan atau variabel pengganggu

#### 2. Analisis Varian Garis Regresi

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikansi garis regresi. Rumus analisis varian garis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$R_{y(1,2,3,\dots,7)} = \sqrt{\frac{a_1 \sum X_1 Y_1 + a_2 \sum X_2 Y_2 + \dots + a_7 \sum X_7 Y_7}{\sum Y^2}}$$

(Hadi, 1994 :25)

### 3. Uji F

Uji F ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama, yaitu untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara simultan. Uji F ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F_{\text{rato}} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

(Atmaja, 1997 : 348)

Keterangan :

R = koefisien determinasi

k = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya responden

Kesimpulan :

- 1) Jika  $F_{\text{hit}} \geq F_{\text{tab}}$  maka  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh dari bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang dan proses terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember.
- 2) Jika  $F_{\text{hit}} \leq F_{\text{tab}}$ , maka  $H_a$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh dari bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang dan proses terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember.

### 4. Uji T

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis kedua, yaitu untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara parsial. Uji t ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{\text{hit}} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

(Atmaja, 1997 : 346)

Keterangan :  $b_i$  = Koefisien regresi parsial X

$S_{b_i}$  = Standart error dari koefisien regresi



Kesimpulan :

- 1) Jika  $t_{hit} \geq t_{tab}$ , maka  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $t_{hit} \leq t_{tab}$ , maka  $H_a$  ditolak

Untuk mempermudah pengolahan dan penganalisisan data yang diperoleh peneliti menggunakan program SPSS 10,0 for Windows.



**BAB V**  
**KESIMPULAN DAN SARAN****5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS *for windows versi* 10.0, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa bauran pemasaran jasa yang terdiri atas produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember tahun ajaran 2004/2005. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan uji F menunjukkan bahwa perbandingan nilai F hitung lebih besar dari F tabel, yaitu F hitung sebesar 17,095 dan F tabel sebesar 2,14 dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karena F hitung  $>$  F tabel dengan taraf signifikansi 0,000 maka bauran pemasaran jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember tahun ajaran 2004/2005.

Diantara ketujuh variabel bebas yang diteliti, terbukti bahwa variabel produk mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember. Hal ini didasarkan dari hasil analisis dengan menggunakan uji t dengan hasil untuk variabel produk diperoleh t hit sebesar  $3,825 >$  t tab sebesar 1,671 dengan taraf signifikansi 0,000; sedangkan variabel harga diperoleh t hit sebesar  $2,208 >$  t tab sebesar 1,671 dengan taraf signifikansi 0,031; untuk variabel tempat diperoleh t hit sebesar  $2,231 >$  t tab sebesar 1,671 dengan taraf signifikansi 0,029; untuk variabel promosi diperoleh t hit sebesar  $2,146 >$  t tab sebesar 1,671 dengan taraf signifikansi 0,036; untuk variabel bukti fisik diperoleh t hit sebesar  $2,388 >$  t tab sebesar 1,671 dengan taraf signifikansi 0,020; untuk variabel orang diperoleh t hit sebesar  $2,544 >$  t tab sebesar 1,671 dengan taraf signifikansi 0,013; dan untuk variabel proses diperoleh t hit sebesar  $2,165 >$  t tab 1,671 dengan taraf signifikansi 0,034. Kesimpulan ini ditunjang pula dari nilai proporsi sumbangan masing-masing variabel diantaranya variabel produk sebesar 21,28% yang lebih besar

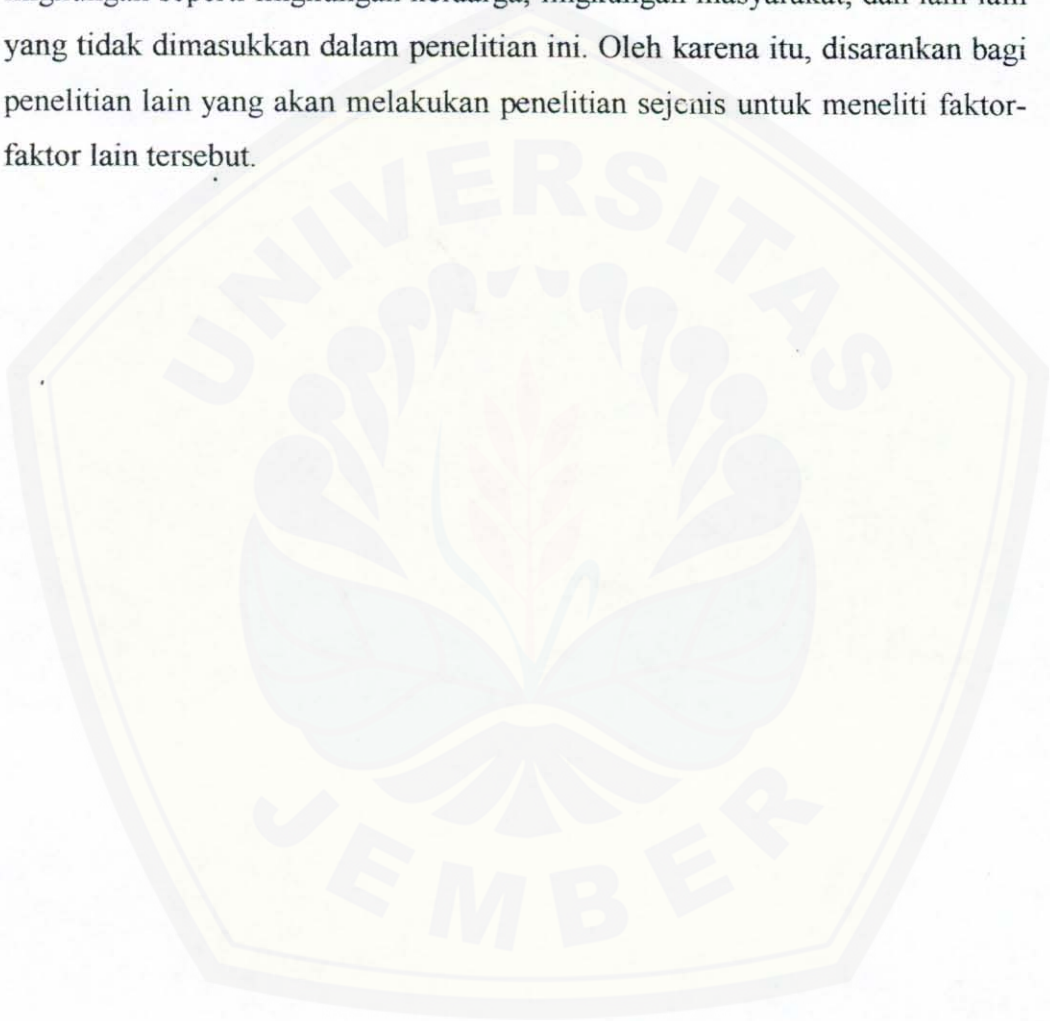
dibandingkan dengan variabel lainnya seperti harga sebesar 5,34%; tempat sebesar 4,70%; promosi sebesar 7,39%; bukti fisik sebesar 12,2%; orang sebesar 6,36%; dan proses sebesar 6,83%. Secara keseluruhan, pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap pengambilan keputusan siswa sebesar 64,1% sedangkan sisanya sebesar 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga hipotesis kerja ( $H_a$ ) yang menyatakan bahwa “diduga variabel produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember tahun ajaran 2004/2005” diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran-saran yang perlu dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

1. terbukti bahwa seluruh variabel bauran pemasaran jasa yang diteliti berpengaruh terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember tahun ajaran 2004/2005. Oleh karena itu, pihak pengelola sekolah ini hendaknya memperhatikan jasa pendidikan dan berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan keinginan siswa, sehingga akan memotivasi minat siswa untuk memilih pendidikan di sekolah ini dan meningkatkan peminat (jumlah siswa) untuk memilih pendidikan di sekolah ini.
2. terbukti variabel produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan siswa kelas I dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember tahun ajaran 2004/2005. Oleh karena itu, pihak sekolah ini hendaknya berusaha menawarkan produk jasa berupa jurusan/program keahlian yang tepat dengan membekali siswa dengan pengetahuan yang tepat pula agar siswa nantinya mampu untuk bekerja, sehingga hal tersebut dapat menarik minat siswa untuk mengambil keputusan memilih produk/jasa yang ditawarkan di sekolah ini.

3. Penelitian ini menfokuskan pada pengaruh bauran pemasaran jasa yang terdiri atas produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan. Masih banyak faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi siswa dalam mengambil keputusan memilih pendidikan di sekolah ini, diantaranya adalah faktor lingkungan seperti lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, dan lain-lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan bagi penelitian lain yang akan melakukan penelitian sejenis untuk meneliti faktor-faktor lain tersebut.





LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2003. *Pemasaran Strategik ; Jasa Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Atmaja, Lukas S. 1997. *Memahami Statistika Bisnis (Buku 2)*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Djaja, Sutrisno. 2002. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jember : FKIP Universitas Jember.
- Hadi, Sutrisno. 1994. *Analisis Regresi*. Yogyakarta : Andi.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, jilid 1*. Jakarta : Prenhallindo.
- ..... 2002. *Manajemen Pemasaran (edisi milenium 1)*. Jakarta : Prenhallindo.
- ..... 2002. *Manajemen Pemasaran (edisi milenium 2)*. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Prinsip-prinsip Pemasaran, jilid 1, edisi 3*. Jakarta : Erlangga.
- Mashariono. 2001. Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di STIESIA Surabaya. Tesis : Program pasca sarjana magister manajemen Universitas Jember.
- Payne, Adrian. 2000. *The Essence of Services Marketing (Pemasaran Jasa)*. Yogyakarta : Andi.
- Rathomi, Doni. 2001. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Malang, dalam Skripsi : Malang Universitas Brawijaya.
- Siagian, S. P. 1998. *Teori dan Praktek Pengambilan Keputusan*. Jakarta : CV. Haji Masagung.
- Soepeno, Bambang. 1997. *Statistik Terapan Dalam Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sugiyono. 1999. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen, edisi 1)*. Yogyakarta : BPFE.
- Swastha, Basu. 1996. *Asas-asas Marketing, edisi 3*. Yogyakarta : Liberty.
- Syamsu, Ibnu. 2000. *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- ..... 2002. *Strategi Pemasaran, edisi 2*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Umar, Husein. 2003. *Studi Kelayakan Dalam Bisnis Jasa*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, H dan Purnomo SA. 1995. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Winardi. 1991. *Asas-asas Manajemen*. Bandung : CV. Mandar Maju.
- Widodo, Joko. 1997. *Analisis Regresi (Aplikasi Dalam Penelitian)*. Jember : FKIP Universitas Jember.
- Widya Prakosa, Simanhadi DKK. 1998. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember : Badan Penerbit Universitas Jember (BP UNEJ)
- Yazid. 2001. *Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)*. Yogyakarta : Ekonosia.

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	PERMASALAHAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	HIPOTESIS
<p>Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri I Jember (Studi kasus pada siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005)</p>	<p>1. Adakah pengaruh yang signifikan dari bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses) terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember (Studi kasus pada siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005)?</p> <p>2. Dari ke-7 variabel bauran pemasaran jasa tersebut, manakah variabel paling mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember (Studi kasus pada siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005)?</p>	<p>1. Variabel bebas Bauran Pemasaran Jasa (X)</p> <p>a. Produk (X<sub>1</sub>)</p> <p>b. Harga (X<sub>2</sub>)</p> <p>c. Tempat (X<sub>3</sub>)</p> <p>d. Promosi (X<sub>4</sub>)</p> <p>e. Bukti Fisik (X<sub>5</sub>)</p> <p>f. Orang (X<sub>6</sub>)</p> <p>g. Proses (X<sub>7</sub>)</p> <p>2. Variabel terikat Pengambilan Keputusan Siswa (Y)</p>	<p>1. Proses per-jurusan</p> <p>b. Prog./Jurusan di tiga bidang keahlian</p> <p>a. DPP rutin</p> <p>b. DPP isidental</p> <p>c. Dana test semester</p> <p>d. Dana ekstra dan OSIS</p> <p>a. Suasana sekolah</p> <p>b. Sarana jalan</p> <p>c. Fasilitas umum</p> <p>a. Informasi sekolah</p> <p>b. Kelengkapan informasi Gedung</p> <p>b. Tempat parkir</p> <p>c. Perpustakaan</p> <p>d. laboratorium</p> <p>e. Koperasi</p> <p>a. Kepala sekolah</p> <p>b. Tenaga pengajar</p> <p>c. Karyawan / TU</p> <p>a. Proses pelayanan</p> <p>b. Tata tertib/ peraturan sekolah</p> <p>a. Keputusan produk</p> <p>b. Keputusan merek</p> <p>c. Keputusan harga</p>	<p>1. Responden Siswa kelas I di SMK Negeri I Jember yang berjumlah 75 orang</p> <p>2. Informasi dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Kepala sekolah</li> <li>◆ Guru pengajar</li> <li>◆ Karyawan / TU</li> </ul> <p>3. Dokumentasi</p>	<p>1. Metode penentuan daerah penelitian adalah metode purposive yaitu di SMK Negeri I Jember</p> <p>2. Penentuan responden penelitian yaitu dengan Proportional random sampling dengan rumus :</p> $n = \frac{N}{1 + N_r}$ <p>(Slovin dalam Djaja, 2002:19)</p> <p>3. Metode pengumpulan data</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Observasi</li> <li>◆ Angket</li> <li>◆ Wawancara</li> <li>◆ Dokumentasi</li> </ul> <p>4. Metode analisis data</p> <p>a. Persamaan garis regresi (Gujarati dalam Djaja, 2002:41)</p> $Y = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + M$ <p>b. Uji regresi berganda</p> $F = \frac{(R^2 / k)}{\{(1 - R^2) / (n - k - 1)\}}$ <p>c. Uji regresi parsial</p> $t_{bi} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$	<p>1. Diduga bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang, dan proses) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember (Studi kasus pada siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005).</p> <p>2. Diduga variabel produk mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember (Studi kasus pada siswa kelas I tahun ajaran 2004 / 2005)</p>



## TUNTUNAN PENELITIAN

### 1. Tuntunan Angket

No	Data yang Ingin Diraih	Sumber Data
1.	Mengetahui bauran pemasaran jasa yang ditawarkan SMK Negeri I Jember	Responden
2.	Mengetahui pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember	Responden
3.	Identitas responden	Responden

### 2. Tuntunan Observasi

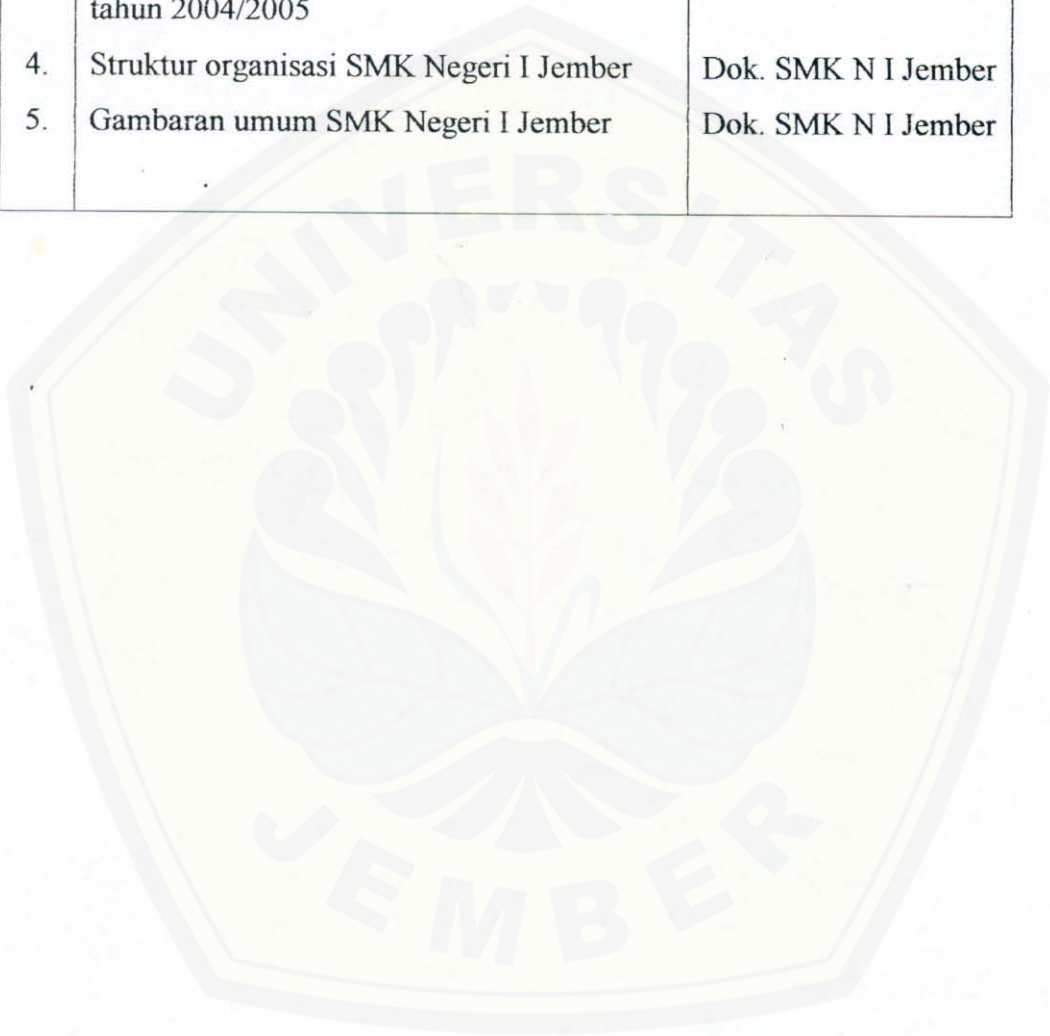
No	Data yang Ingin Diraih	Sumber Data
1.	Observasi kondisi fisik SMK Negeri I Jember	SMKN I Jember
2.	Observasi kegiatan di SMK Negeri I Jember	SMKN I Jember

### 3. Tuntunan Wawancara

No	Data yang Ingin Diraih	Sumber Data
1.	Bauran pemasaran jasa yang ditawarkan SMK Negeri I Jember	Responden
2.	Pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember	Responden

4. Tuntunan Dokumentasi

No	Data yang Ingin Diraih	Sumber Data
1.	Denah SMK Negeri I Jember	Dok. SMK N I Jember
2.	Sejarah berdirinya SMK Negeri I Jember	Dok. SMK N I Jember
3.	Jumlah siswa kelas I SMK Negeri I Jember tahun 2004/2005	Dok. SMK N I Jember
4.	Struktur organisasi SMK Negeri I Jember	Dok. SMK N I Jember
5.	Gambaran umum SMK Negeri I Jember	Dok. SMK N I Jember



## LEMBAR WAWANCARA

Wawancara ini ditujukan kepada pihak SMK Negeri I Jember, Adapun pertanyaan yang akan diajukan oleh peneliti antara lain :

1. Sejak tahun berapa sekolah ini didirikan ? Mengapa sekolah ini membedakan antara sekolah-sekolah lainnya ?
2. Apa saja jasa yang ditawarkan di sekolah ini (tahun ajaran 2004/2005) kepada calon siswa ?
3. Apakah calon siswa nantinya bisa memilih jurusan/program keahlian yang ada di sekolah ini sesuai dengan pilihannya ataukah sekolah ini yang langsung menentukannya ?
4. Bagaimana mengenai dana pendidikan yang dikenakan siswa kelas I ? Dana-dana apa saja yang dikenakan bagi mereka ?
5. Bagi siswa yang kurang mampu, apakah bisa mengajukan keringanan ?
6. Untuk dapat menarik minat calon siswa, apakah sekolah ini melakukan kegiatan promosi ? Apa sajakah promosi yang dilakukan tersebut ?
7. Apakah keberadaan sekolah ini sesuai untuk melakukan kegiatan pembelajaran ?
8. Bagaimana kelengkapan fasilitas PBM yang disediakan di sekolah ini?
9. Apakah sekolah ini menyediakan tenaga-tenaga akademik yang ahli di bidangnya masing-masing ?
10. Bagaimana cara proses pelayanan yang diberikan di sekolah ini ?

## TRANSKIP HASIL WAWANCARA

1. Sekolah ini didirikan sejak tahun 1955 dan sekolah ini membedakan antara sekolah-sekolah lainnya dikarenakan sekolah bertujuan menghasilkan lulusan yang nantinya dapat langsung bekerja atau terjun langsung dalam masyarakat.
2. Jasa yang ditawarkan di sekolah ini yang utama berupa jurusan/program keahlian, dimana siswa kelas I tahun ajaran 2004/2005 dibedakan menjadi 7 kelas atau 5 program keahlian diantaranya kelas IAP1, IAP2, IAK1, IAK2, IPJ, IUJP, dan IMM.
3. Ya, bisa karena sekolah ini memberikan kebebasan bagi siswa untuk memilih jurusan/program sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan pilihan mereka.
4. Dana pendidikan yang ditetapkan di sekolah ini wajib dibayar oleh para siswa, dimana dana pendidikan tersebut antara lain DPP rutin, DPP isidental, dana test semester, dana ekstrakurikuler dan dana OSIS.
5. Ya, bisa.
6. Ya. Promosi yang dilakukan di sekolah ini biasanya melalui brosur-brosur, melalui informasi di radio bahkan juga melalui internet.
7. Keberadaan sekolah ini masih kurang strategis karena lokasinya jauh dari keramaian, tetapi menurut saya lokasi yang jauh dari keramaian adalah bagus karena siswa melakukan proses belajar mengajar di kelas bisa tenang dan nyaman.
8. Menurut saya fasilitas yang disediakan di sekolah ini cukup lengkap, tetapi masih ada yang lain yang perlu disempurnakan karena kelengkapan fasilitas PBM yang lengkap dapat mendukung siswa sepenuhnya.
9. Ya, tentu.
10. Proses pelayanan yang kami lakukan di sekolah ini telah sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, misalnya siswa saat melakukan pembelajaran di kelas maka guru berusaha memberikan yang terbaik bagi siswa tersebut.

ANGKET PENELITIAN

Yth. Saudara/i

.....  
di tempat

Dengan hormat,

Dalam upaya untuk menyelesaikan studi strata satu pada FKIP Universitas Jember, peneliti bermaksud untuk menyusun karya tulis ilmiah (skripsi) sebagai salah satu pemenuhan syarat kelulusan jenjang strata satu. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti bermaksud untuk menganalisis variabel bauran pemasaran jasa terhadap pengambilan keputusan siswa memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember. Adapun judul skripsi yang akan peneliti susun adalah “ **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Memilih Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri I Jember (Studi Kasus Pada Siswa Kelas I Tahun Ajaran 2004/2005)**”.

Berkaitan dengan kegiatan tersebut, peneliti memohon kepada saudara/i berkenan meluangkan waktu untuk memberikan informasi dengan menjawab pertanyaan dalam angket ini, yang akan saya pergunakan sebagai data-data dalam penelitian ini.

Pengisian daftar pertanyaan ini bersifat bebas dan segala keterangan yang saudara/i berikan kami jamin kerahasiaannya. Untuk itu saya mohon saudara/i berkenan untuk mengisi sesuai dengan pendapat, keyakinan dan keadaan yang sebenarnya secara jujur, agar peneliti dapat memperoleh data yang akurat.

Akhirnya atas kesediaan dan perhatian saudara/i serta kerjasamanya yang baik, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Helmy Andriani

Peneliti

## DAFTAR PERTANYAAN

### I. Petunjuk Isian

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini, saya mohon saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujurnya dengan cara sebagai berikut

1. Tulislah identitas saudara/i di tempat yang telah disediakan.
2. Untuk pertanyaan yang berupa pilihan ganda, jawaban cukup dengan memberi tanda silang (x) pada alternatif jawaban (huruf a, b, dan c) sesuai dengan pendapat saudara/i.

### II. Identitas Responden

1. Nama : .....
2. Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan (*coret yang tidak perlu*)
3. Umur : .....
4. Alamat : .....
5. Jurusan / Program : .....

### III. Daftar Pertanyaan

#### 3.1 Berkaitan dengan Variabel Bebas (Bauran Pemasaran Jasa)

##### 3.1.1 Variabel Produk ( $X_1$ )

1. Bagaimana proses per-jurusan yang ada di sekolah ini ?
  - a. Sangat menarik karena saya bisa memilih semua jurusan yang ada disana
  - b. Cukup menarik karena saya hanya bisa memilih salah satu jurusan yang ada disana
  - c. Kurang menarik karena saya langsung dimasukkan dalam salah satu jurusan yang ada disana
2. Bagaimana tentang jurusan/program manajemen bisnis yang ada di sekolah ini?
  - a. Sangat menarik karena semua jurusan/program manajemen bisnis mempunyai prospek yang bagus untuk masa depan

- b. Cukup menarik karena tidak semua jurusan/program manajemen bisnis mempunyai prospek yang bagus untuk masa depan
  - c. Kurang menarik dengan kebutuhan masyarakat karena semua jurusan/program manajemen bisnis kurang menjamin untuk masa depan
3. Bagaimana tentang jurusan/program pariwisata yang ada di sekolah ini ?
- a. Sangat menarik karena jurusan/program pariwisata membekali siswa dengan pengetahuan untuk bisa bekerja
  - b. Cukup menarik karena jurusan/program pariwisata tidak menjamin membekali siswa dengan pengetahuan untuk bisa bekerja
  - c. Kurang menarik karena jurusan/program pariwisata kurang menjamin membekali siswa dengan pengetahuan untuk bisa bekerja
4. Bagaimana tentang jurusan/program teknologi informasi dan komunikasi yang ada di sekolah ini ?
- a. Sangat menarik karena jurusan/program teknologi informasi dan komunikasi membekali siswa dengan pengetahuan untuk bisa bekerja
  - b. Cukup menarik karena jurusan/program teknologi informasi dan komunikasi tidak menjamin membekali siswa dengan pengetahuan untuk bisa bekerja
  - c. Kurang menarik karena jurusan/program teknologi informasi dan komunikasi kurang menjamin membekali siswa dengan pengetahuan untuk bisa bekerja

### 3.1.2 Variabel Harga ( $X_2$ )

5. Bagaimana DPP rutin yang ditetapkan di sekolah ini ?
- a. Ringan karena disesuaikan dengan pendapatan orang tua siswa
  - b. Sedang karena besarnya sama tetapi untuk kelas tidak mampu bisa mengajukan keringanan
  - c. Berat karena biaya tersebut ditetapkan sama besarnya untuk semua siswa
6. Bagaimana tentang cara pembayaran DPP rutin yang ditetapkan di sekolah ini?

- a. Sangat ringan karena biaya tersebut dapat diangsur tiap tiga bulan sekali
  - b. Cukup ringan karena biaya tersebut dapat diangsur dalam tiap semester
  - c. Memberatkan karena biaya tersebut tidak dapat diangsur
7. Bagaimana DPP isidental yang ditetapkan di sekolah ini ?
- a. Ringan karena disesuaikan dengan pendapatan orang tua siswa
  - b. Sedang karena besarnya sama tetapi untuk kelas tidak mampu bisa mengajukan keringanan
  - c. Berat karena biaya tersebut ditetapkan sama besarnya untuk semua siswa
8. Bagaimana tentang cara pembayaran DPP isidental yang ditetapkan di sekolah ini ?
- a. Sangat ringan karena biaya tersebut dapat diangsur tiap tiga bulan sekali
  - b. Cukup ringan karena biaya tersebut dapat diangsur dalam tiap semester
  - c. Memberatkan karena biaya tersebut tidak dapat diangsur
9. Bagaimana dana test semester yang ditetapkan di sekolah ini?
- a. Ringan karena disesuaikan dengan pendapatan orang tua siswa
  - b. Sedang karena besarnya sama tetapi untuk kelas tidak mampu bisa mengajukan keringanan
  - c. Berat karena biaya tersebut ditetapkan sama besarnya untuk semua siswa
10. Bagaimana tentang cara pembayaran dana test semester yang ditetapkan di sekolah ini ?
- a. Sangat ringan karena biaya tersebut dapat diangsur tiap tiga bulan sekali
  - b. Cukup ringan karena biaya tersebut dapat diangsur dalam tiap semester
  - c. Memberatkan karena biaya tersebut tidak dapat diangsur
11. Bagaimana dana ekstrakurikuler dan dana OSIS yang ditetapkan di sekolah ini ?
- a. Ringan karena disesuaikan dengan pendapatan orang tua siswa
  - b. Sedang karena besarnya sama tetapi untuk kelas tidak mampu bisa mengajukan keringanan
  - c. Berat karena biaya tersebut ditetapkan sama besarnya untuk semua siswa
12. Bagaimana tentang cara pembayaran dana ekstrakurikuler dan dana OSIS yang ditetapkan di sekolah ini ?



- a. Sangat ringan karena biaya tersebut dapat diangsur tiap tiga bulan sekali
- b. Cukup ringan karena biaya tersebut dapat diangsur dalam tiap semester
- c. Memberatkan karena biaya tersebut tidak dapat diangsur

### 3.1.3 Variabel Tempat ( $X_3$ )

13. Bagaimana suasana sekolah ini ?
  - a. Sangat tenang karena jauh dari keramaian
  - b. Cukup tenang karena meskipun dekat dengan perkampungan tetapi tidak mengganggu proses belajar mengajar di kelas
  - c. Bising karena dekat dengan keramaian sehingga mengganggu proses belajar mengajar di kelas
14. Bagaimana sarana jalan menuju sekolah ini ?
  - a. Bagus karena jalannya lebar sehingga bisa dilewati sepeda motor, sepeda pancal dan mobil
  - b. Biasa karena jalannya tidak begitu lebar sehingga hanya bisa dilewati sepeda pancal
  - c. Kurang bagus karena jalannya sempit sehingga tidak bisa dilewati sepeda motor, sepeda pancal dan mobil
15. Bagaimana fasilitas umum yang ada di sekitar sekolah ini ?
  - a. Mendukung karena tersedia wartel, koperasi sekolah dan kantin
  - b. Cukup mendukung karena tersedia koperasi sekolah dan kantin
  - c. Kurang mendukung karena hanya tersedia kantin

### 3.1.4 Variabel Promosi ( $X_4$ )

16. Darimana kamu mendapat informasi tentang sekolah ini ?
  - a. Melalui informasi di radio
  - b. Melalui brosur di sekolah
  - c. Melalui teman
17. Berkaitan dengan pertanyaan nomor 13, Apakah informasi yang kamu peroleh tersebut cukup lengkap tentang sekolah ini ?
  - a. Ya lengkap

- b. Ragu-ragu
- c. Tidak tahu

### 3.1.5 Variabel Bukti Fisik (X<sub>5</sub>)

18. Bagaimana fasilitas proses belajar mengajar yang ada di sekolah ini ?
- a. Sangat lengkap karena tersedia gedung, perpustakaan, koperasi, laboratorium, mushola dan tempat parkir
  - b. Cukup lengkap karena tidak tersedia koperasi
  - c. Kurang lengkap karena tidak tersedia koperasi dan mushola
19. Bagaimana tentang gedung di sekolah ini ?
- a. Sangat baik karena memiliki gedung yang luas dan disertai fasilitas memadai di dalamnya
  - b. Cukup baik karena memiliki gedung yang luas tetapi di dalamnya tidak semua fasilitas tersedia
  - c. Kurang baik karena tidak memiliki gedung yang luas dan fasilitas di dalamnya tidak memadai
20. Bagaimana perlengkapan perpustakaan yang ada di sekolah ini ?
- a. Sangat lengkap karena tersedia ruang baca, rak buku, rak majalah, rak surat kabar, katalog, lemari untuk buku baru dan petugas
  - b. Cukup lengkap karena tersedia ruang baca, rak buku dan rak majalah
  - c. Kurang lengkap karena hanya tersedia rak baca dan rak buku
21. Bagaimana buku-buku yang disediakan di perpustakaan di sekolah ini ?
- a. Sangat lengkap karena menyediakan semua buku-buku yang dibutuhkan siswa
  - b. Cukup lengkap karena sebagian besar menyediakan buku-buku yang dibutuhkan siswa
  - c. Kurang lengkap karena sebagian besar tidak semua menyediakan buku-buku yang dibutuhkan siswa
22. Bagaimana tentang laboratorium yang ada di sekolah ini ?
- a. Sangat lengkap karena terdapat laboratorium bahasa inggris, laboratorium komputer dan laboratorium mengetik manual

- b. Cukup lengkap karena terdapat laboratorium komputer dan laboratorium menetik manual
  - c. Kurang lengkap karena laboratorium yang dibutuhkan tidak ada
23. Bagaimana alat-alat yang digunakan untuk praktikum di laboratorium sekolah ini ?
- a. Sangat lengkap karena tersedia semua alat-alat yang dibutuhkan untuk praktikum
  - b. Cukup lengkap karena tidak semua alat-alat yang dibutuhkan untuk praktikum tersedia
  - c. Kurang lengkap karena alat-alat yang dibutuhkan untuk praktikum tidak tersedia
24. Bagaimana perlengkapan yang ada di koperasi sekolah ini ?
- a. Sangat lengkap karena tersedia semua yang dibutuhkan siswa
  - b. Cukup lengkap karena tidak semua yang dibutuhkan siswa tersedia
  - c. Kurang lengkap karena yang dibutuhkan siswa tidak tersedia
25. Bagaimana kebersihan koperasi di sekolah ini ?
- a. Sangat bersih karena setiap habis dipakai selalu dibersihkan
  - b. Cukup bersih karena setiap habis dipakai tidak selalu dibersihkan
  - c. Kurang bersih karena setiap habis dipakai tidak dibersihkan sama sekali
26. Bagaimana tempat parkir yang disediakan di sekolah ini ?
- a. Sangat baik karena tersedia tempat parkir yang memadai
  - b. Cukup baik karena tersedia tempat parkir yang kurang memadai
  - c. Kurang baik karena tidak tersedia tempat parkir yang memadai
27. Bagaimana keamanan tempat parkir yang ada di sekolah ini ?
- a. Sangat aman karena tempat parkir dijaga satpam
  - b. Cukup aman karena tidak semua tempat parkir dijaga satpam
  - c. Kurang aman karena tempat parkir tidak dijaga satpam

### 3.1.6 Variabel Orang (X<sub>6</sub>)

28. Bagaimana kepemimpinan kepala sekolah di sekolah ini ?
- a. Sangat bijaksana karena tegas dalam memberlakukan peraturan sekolah

- b. Cukup bijaksana karena kurang tegas dalam memberlakukan peraturan sekolah
  - c. Kurang bijaksana karena tidak tegas dalam memberlakukan peraturan sekolah
29. Bagaimana guru-guru di sekolah ini sewaktu melakukan proses belajar mengajar di kelas ?
- a. Sangat baik karena semua guru-guru di sekolah ini sangat profesional
  - b. Cukup baik karena tidak semua guru-guru di sekolah ini profesional
  - c. Kurang baik, semua guru-guru di sekolah ini tidak profesional sama sekali
30. Bagaimana sikap karyawan atau TU yang ada di sekolah ini ?
- a. Sangat baik karena semua karyawan/TU turut membantu menangani keluhan-keluhan siswa
  - b. Cukup baik karena sebagian besar semua karyawan/TU turut membantu menangani keluhan-keluhan siswa
  - c. Kurang baik karena sebagian besar tidak semua karyawan/TU turut membantu menangani keluhan-keluhan siswa

### 3.1.7 Variabel Proses (X<sub>7</sub>)

31. Bagaimana pelayanan yang diberikan guru saat proses belajar mengajar di kelas, saat praktikum dan lain-lain ?
- a. Sangat cepat karena tersedia semua yang dibutuhkan siswa
  - b. Cukup cepat karena tidak semua yang dibutuhkan siswa tersedia
  - c. Kurang cepat karena yang dibutuhkan siswa tidak tersedia
32. Bagaimana tentang tata tertib atau peraturan yang ada di sekolah ini ?
- a. Sangat baik karena semua sesuai dengan prosedur yang ditetapkan di sekolah ini
  - b. Cukup baik karena sebagian besar sesuai dengan prosedur yang ditetapkan di sekolah ini
  - c. Kurang baik karena sebagian besar tidak sesuai dengan prosedur yang ditetapkan di sekolah ini

33. Apakah semua siswa-siswi mematuhi tata tertib atau peraturan yang berlaku di sekolah ini ?
- Ya mematuhi karena semua siswa-siswi menyadari tata tertib merupakan kewajiban mereka
  - Cukup mematuhi karena tidak semua siswa-siswi menyadari tata tertib tersebut
  - Kurang mematuhi karena semua siswa-siswi tidak menyadari tata tertib merupakan kewajiban mereka

**3.2 Berkaitan dengan Variabel Terikat (Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan di SMK Negeri I Jember)**

34. Mengapa saudara/i mengambil keputusan memilih jurusan yang ditawarkan di sekolah ini ?
- Karena sekolah ini menawarkan jurusan yang bagus sehingga sesuai dengan pilihan saya
  - Karena sekolah ini menawarkan jurusan yang bagus tetapi tidak sesuai dengan pilihan saya
  - Karena saya tidak ada pilihan lain
35. Mengapa saudara/i mengambil keputusan memilih di SMK Negeri I Jember ?
- Karena sekolah ini sangat favorit
  - Karena sekolah ini biasa saja
  - Karena sekolah ini tidak favorit
36. Apakah biaya-biaya pendidikan yang ditetapkan merupakan faktor utama saudara/i mengambil keputusan memilih pendidikan di sekolah ini ?
- Ya, karena saya tahu bahwa sekolah ini menawarkan biaya pendidikan yang relatif murah
  - Ragu-ragu
  - Tidak tahu karena saya tidak tahu biaya-biaya pendidikan yang ditetapkan di sekolah ini

## IDENTITAS RESPONDEN

No	Nama Siswa	L/P	Kelas	Usia
1	Andika Aprilianto	L	1AP1	14
2	Anita Fitriani	P	1AP1	15
3	Dewi Anggraeni	P	1AP1	16
4	Diny Silviana Anggraini	P	1AP1	15
5	Fauziah	P	1AP1	15
6	Fitri Ana Dewi	P	1AP1	16
7	Ida Fitria	P	1AP1	14
8	Maria Utami.	P	1AP1	16
9	Rita	P	1AP1	15
10	Wijayatiningsih	P	1AP1	16
11	Abdul Nasir	L	1AP2	14
12	Atin Nur Hidayah	P	1AP2	15
13	Dedi Darmawan	L	1AP2	16
14	Feni Purnamasari	P	1AP2	15
15	Mamik Komariah	P	1AP2	15
16	Natalia Ika Kurniawati	P	1AP2	14
17	Vitari Soeyitno	P	1AP2	15
18	Werda Ayu Wardani	P	1AP2	15
19	Alex Bagus Prawira	L	1AK1	17
20	April Rio Efendi	L	1AK1	15
21	Elis Febriani	P	1AK1	14
22	Fera Yuliana Indah Tri.G.	P	1AK1	15
23	Ifa Wijayanti	P	1AK1	15
24	Lutfia	P	1AK1	14
25	Nuraini	P	1AK1	16
26	Syaifullah Rhomadhoni	L	1AK1	15
27	Weni Widiyanti	P	1AK1	15
28	Yulianti	P	1AK1	16
29	Agus Rohif Robiyansah	L	1AK2	15
30	Alex Firgarama K	L	1AK2	16
31	Arvianti Oktavia	P	1AK2	16
32	Danu Prasetyo	L	1AK2	14
33	Dina Arista	P	1AK2	15
34	Ika Meri Reswiyanti	P	1AK2	15
35	Intan Purnamasari	P	1AK2	16
36	Leny Yuliawati	P	1AK2	14
37	Nur Alviah	P	1AK2	14
38	Ria Handayani	P	1AK2	15
39	Joko Sasmito	L	1AK2	16
40	Verdika Widayanti	P	1AK2	15
41	Aditya Ade.D	L	1PJ	14

42	Ana Maya Shofiana	P	1PJ	16
43	Anita Trisnawati	P	1PJ	16
44	Catur Indah.R	P	1PJ	17
45	Diana	P	1PJ	14
46	Feni Ika Novianti	P	1PJ	14
47	Fifin Fitri Romadoni	P	1PJ	15
48	Fitri Janu Anggraini	P	1PJ	15
49	Ika Wardani	P	1PJ	16
50	Lastri Wijaya	P	1PJ	15
51	Listiya	P	1PJ	17
52	Muryani	P	1PJ	15
53	Novia Agustiningsih	P	1PJ	15
54	Rima Sariati.	P	1PJ	16
55	Siti Hanifah	P	1PJ	14
56	Ahmad Fathul Wijaya	L	1UJP	16
57	Cristika Restu Eka.V	P	1UJP	16
58	Dwi Susanti	P	1UJP	17
59	Dyah Sri Rahayu	P	1UJP	15
60	Ganti Erfina Rahma	P	1UJP	15
61	Lina Aprilia. N	P	1UJP	14
62	Nikmatul Auliyah.P	P	1UJP	16
63	Prafitriana	P	1UJP	15
64	Sri Wahyuni	P	1UJP	16
65	Yunia Purnamasari	P	1UJP	15
66	Aaan Subhan Ali	L	1MM	14
67	Dewi Vilyana	P	1MM	14
68	Dewi Yuliana	P	1MM	15
69	Fidayanti	P	1MM	15
70	Mila Sari	P	1MM	14
71	Muhammad Musra	L	1MM	16
72	Nur Fadillah	P	1MM	15
73	Su'udiah farahunnah	P	1MM	15
74	Vemi Maidasari.R	P	1MM	14
75	Zaenal	L	1MM	17

**Rekapitulasi Jawaban Responden**

**A. Variabel Produk (X<sub>1</sub>)**

Tabel 16.

No	Variabel/ Butir Pertanyaan	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		F	%	F	%	F	%
1.	I. Produk						
	1. Proses per-jurusan/program	2	2,67	51	68	22	29,33
	2. Jurusan/program bisnis manajemen	0	0	31	41,33	44	58,67
	3. Jurusan/program pariwisata	4	5,33	36	48	35	46,67
	4. Jurusan/program teknologi informasi dan komunikasi	0	0	32	42,67	43	57,33

**B. Variabel Harga (X<sub>2</sub>)**

Tabel 17.

No	Variabel/ Butir Pertanyaan	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		F	%	F	%	F	%
1.	II. Harga						
	1. DPP rutin	12	16	43	57,33	20	26,67
	2. Cara pembayaran DPP rutin	20	26,67	30	40	25	33,33
	3. DPP isidental	23	30,67	49	65,33	3	4
	4. Cara pembayaran DPP isidental	6	8	44	58,67	25	33,33
	5. Dana Test Semester	2	2,67	26	34,67	47	62,67
	6. Cara pembayaran dana test semester	2	2,67	71	94,67	2	2,67
	7. Dana ekstra dan OSIS	13	17,33	22	29,33	40	53,33
	8. Cara pembayaran dana ekstra dan OSIS	17	22,67	43	57,33	15	20



**C. Variabel Tempat (X<sub>3</sub>)**

Tabel 18

No	Variabel/ Butir Pertanyaan	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		F	%	F	%	F	%
1.	III. Tempat						
	1. Suasana sekolah	4	5,33	55	73,33	16	21,33
	2. Sarana jalan	1	1,33	3	4	71	94,67
	3. Fasilitas umum	3	4	49	65,33	23	30,67

**D. Variabel Promosi (X<sub>5</sub>)**

Tabel 19

No	Variabel/ Butir Pertanyaan	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		F	%	F	%	F	%
1.	IV. Promosi						
	1. Informasi sekolah	10	13,33	44	58,67	21	28
	2. Kelengkapan informasi	2	2,67	19	25,33	54	72

**E. Variabel Bukti Fisik (X<sub>5</sub>)**

Tabel 20

No	Variabel/ Butir Pertanyaan	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		F	%	F	%	F	%
1.	V. Bukti Fisik						
	1. Fasilitas PBM	0	0	0	0	75	100
	2. Gedung	1	1,33	24	32	50	66,67
	3. Perpustakaan	0	0	28	37,33	47	62,67
	4. Kelengkapan perpustakaan	18	24	30	40	27	36
	5. Laboratorium	2	2,67	12	16	61	81,33
	6. Kelengkapan lab.	2	2,67	34	45,33	39	52
	7. Kelengkapan koperasi	3	4	38	50,67	34	45,33
	8. Kebersihan koperasi	3	4	25	33,33	47	62,67
	9. Tempat parkir	4	5,33	18	24	53	70,67
	10. Keamanan tempat parkir	1	1,33	22	29,33	52	69,33

**F. Variabel Orang (X<sub>6</sub>)**

Tabel 21

No	Variabel/ Butir Pertanyaan	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		F	%	F	%	F	%
1.	VI. Orang						
	1. Kepala sekolah	0	0	22	29,33	53	70,67
	2. Tenaga pengajar	0	0	48	64	27	36
	3. Karyawan/TU	7	9,33	54	72	14	18,67

**G. Variabel Proses (X7)**

**Tabel 21**

No	Variabel/ Butir Pertanyaan	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		F	%	F	%	F	%
1.	VII. Proses						
	1. Pelayanan guru	3	4	51	68	21	28
	2. Tata Tertib	2	2,67	21	28	52	69,33
	3. Pemberlakuan tata tertib	11	14,67	54	72	10	13,33

**H. Variabel Pengambilan keputusan siswa dalam memilih pendidikan di SMK Negeri I Jember (Y)**

**Tabel 22**

No	Variabel/ Butir Pertanyaan	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		F	%	F	%	F	%
1.	Pengambilan keputusan siswa						
	1. Keputusan produk	0	0	6	8	69	92
	2. Keputusan merek	2	2,67	23	30,67	50	66,67
	3. Keputusan harga	5	6,67	36	48	34	45,33







	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	y
1	11	17	7	6	30	9	9	9
2	12	20	7	6	30	8	6	9
3	11	19	8	5	26	7	4	8
4	10	15	8	4	25	8	8	8
5	9	16	7	4	25	6	9	7
6	11	15	8	3	30	7	7	9
7	11	24	9	4	28	8	7	9
8	12	20	7	5	24	7	7	8
9	10	16	6	4	25	8	9	7
10	11	16	8	5	25	6	7	8
11	9	19	7	3	27	6	7	7
12	10	13	7	5	28	8	7	8
13	7	14	8	6	30	5	6	7
14	8	14	8	5	30	7	6	8
15	12	14	8	6	25	8	7	9
16	8	12	8	5	24	9	7	8
17	10	20	7	4	26	7	6	8
18	11	16	7	5	30	8	5	8
19	12	18	8	6	30	7	7	9
20	11	17	8	4	25	6	7	8
21	10	16	7	5	26	7	7	7
22	9	18	7	6	28	6	7	9
23	8	19	7	4	26	7	7	7
24	10	19	7	4	26	8	7	8
25	8	18	7	5	22	5	4	7
26	9	14	7	5	19	7	8	8
27	8	20	7	4	29	8	8	9
28	10	15	8	5	24	7	6	8
29	12	15	7	6	30	7	9	9
30	9	14	8	5	25	8	7	8
31	10	20	8	5	28	8	7	9
32	12	19	7	6	30	7	9	9
33	11	19	8	5	27	7	7	8
34	11	15	7	4	26	9	6	7
35	12	11	7	5	30	7	7	8
36	11	17	9	5	27	6	8	8
37	11	19	7	6	27	6	6	9

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	y
38	12	19	8	5	30	9	8	9
39	11	18	7	3	25	9	7	8
40	12	18	8	5	29	9	8	9
41	10	11	7	4	20	8	6	7
42	8	16	8	5	25	7	7	8
43	9	19	8	5	26	6	7	8
44	8	20	8	6	30	8	9	9
45	7	12	7	5	27	8	6	8
46	9	15	8	5	29	8	6	8
47	8	18	7	4	24	8	6	7
48	6	13	8	4	21	5	5	6
49	8	17	5	5	24	9	6	7
50	8	16	5	3	20	7	8	8
51	9	18	7	2	18	6	7	7
52	11	22	7	4	26	6	7	9
53	8	20	8	5	26	6	7	7
54	10	20	8	6	26	6	7	8
55	8	16	8	4	21	9	5	7
56	8	16	8	3	21	8	5	7
57	10	18	9	5	23	6	6	8
58	12	15	7	6	30	7	9	9
59	9	15	6	5	26	7	8	7
60	11	17	8	6	24	8	7	9
61	9	16	7	5	27	7	9	7
62	11	21	7	6	28	7	7	9
63	12	19	7	5	28	7	7	8
64	12	21	8	6	28	8	7	9
65	11	17	6	5	18	7	7	8
66	9	16	7	4	25	6	6	7
67	8	16	6	5	28	6	7	7
68	7	16	7	5	17	6	6	6
69	9	18	7	6	28	7	7	8
70	10	13	8	4	30	8	8	9
71	8	19	7	5	23	6	4	7
72	10	21	5	6	27	6	7	8
73	10	16	7	5	25	6	6	7
74	11	21	8	6	28	7	7	8
75	12	20	9	6	26	7	7	9

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	7.96	.829	75
X1	9.84	1.569	75
X2	17.09	2.682	75
X3	7.36	.832	75
X4	4.85	.926	75
X5	26.00	3.230	75
X6	7.15	1.049	75
X7	6.89	1.158	75

Correlations

		Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Pearson Correlation	Y	1.000	.639	.312	.276	.415	.570	.318	.390
	X1	.639	1.000	.267	.159	.291	.392	.228	.296
	X2	.312	.267	1.000	.063	.131	.162	-.111	.025
	X3	.276	.159	.063	1.000	.105	.176	.016	-.100
	X4	.415	.291	.131	.105	1.000	.420	-.061	.124
	X5	.570	.392	.162	.176	.420	1.000	.176	.329
	X6	.318	.228	-.111	.016	-.061	.176	1.000	.180
	X7	.390	.296	.025	-.100	.124	.329	.180	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.003	.008	.000	.000	.003	.000
	X1	.000	.	.010	.009	.006	.000	.025	.005
	X2	.003	.010	.	.029	.013	.008	.017	.042
	X3	.008	.009	.029	.	.019	.007	.045	.020
	X4	.000	.006	.013	.019	.	.000	.030	.014
	X5	.000	.000	.008	.007	.000	.	.007	.002
	X6	.003	.025	.017	.045	.030	.007	.	.006
	X7	.000	.005	.042	.020	.014	.002	.006	.
N	Y	75	75	75	75	75	75	75	75
	X1	75	75	75	75	75	75	75	75
	X2	75	75	75	75	75	75	75	75
	X3	75	75	75	75	75	75	75	75
	X4	75	75	75	75	75	75	75	75
	X5	75	75	75	75	75	75	75	75
	X6	75	75	75	75	75	75	75	75
	X7	75	75	75	75	75	75	75	75

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X7, X2, X3, X4 <sup>a</sup> , X6, X1, X5		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y



Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 <sup>a</sup>	.641	.604	.522

Model Summary<sup>b</sup>

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.641	17.095	7	67	.000

a. Predictors: (Constant), X7, X2, X3, X4, X6, X1, X5

b. Dependent Variable: Y

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.617	7	4.660	17.095	.000 <sup>a</sup>
	Residual	18.263	67	.273		
	Total	50.880	74			

a. Predictors: (Constant), X7, X2, X3, X4, X6, X1, X5

b. Dependent Variable: Y

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.124	.882		-.140	.889
	X1	.176	.046	.333	3.825	.000
	X2	5.301E-02	.024	.171	2.208	.031
	X3	.169	.076	.170	2.231	.029
	X4	.160	.074	.178	2.146	.036
	X5	5.497E-02	.023	.214	2.388	.020
	X6	.158	.062	.200	2.544	.013
	X7	.126	.058	.175	2.165	.034

Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)			
	X1	.639	.423	.280
	X2	.312	.260	.162
	X3	.276	.263	.163
	X4	.415	.254	.157
	X5	.570	.280	.175
	X6	.318	.297	.186
	X7	.390	.256	.158

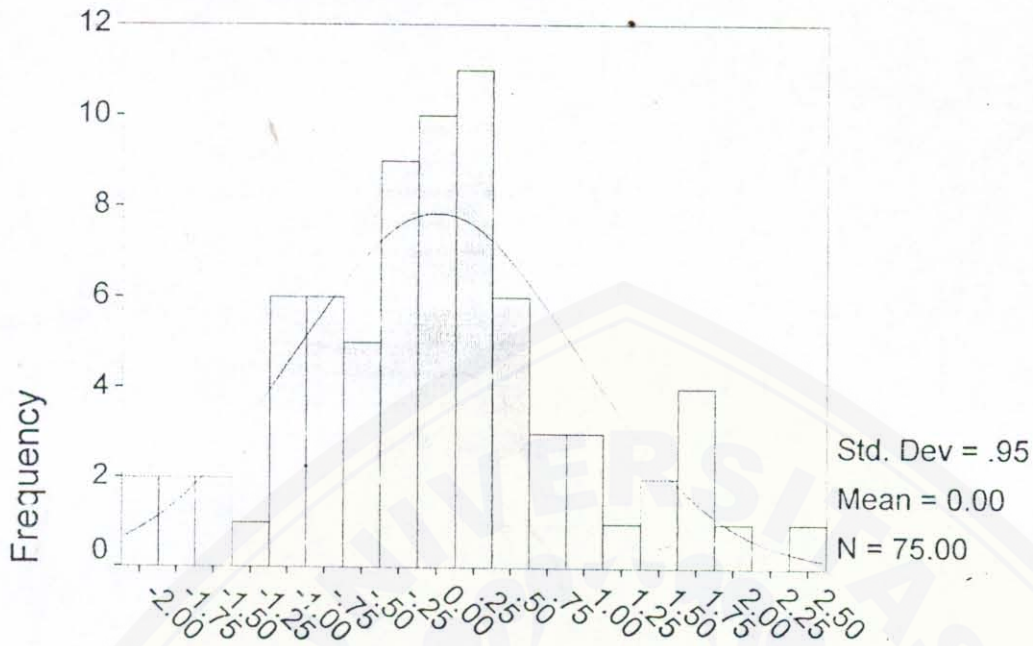
a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.19	9.22	7.96	.664	75
Residual	-1.04	1.33	.00	.497	75
Std. Predicted Value	-2.670	1.905	.000	1.000	75
Std. Residual	-1.985	2.550	.000	.952	75

a. Dependent Variable: Y

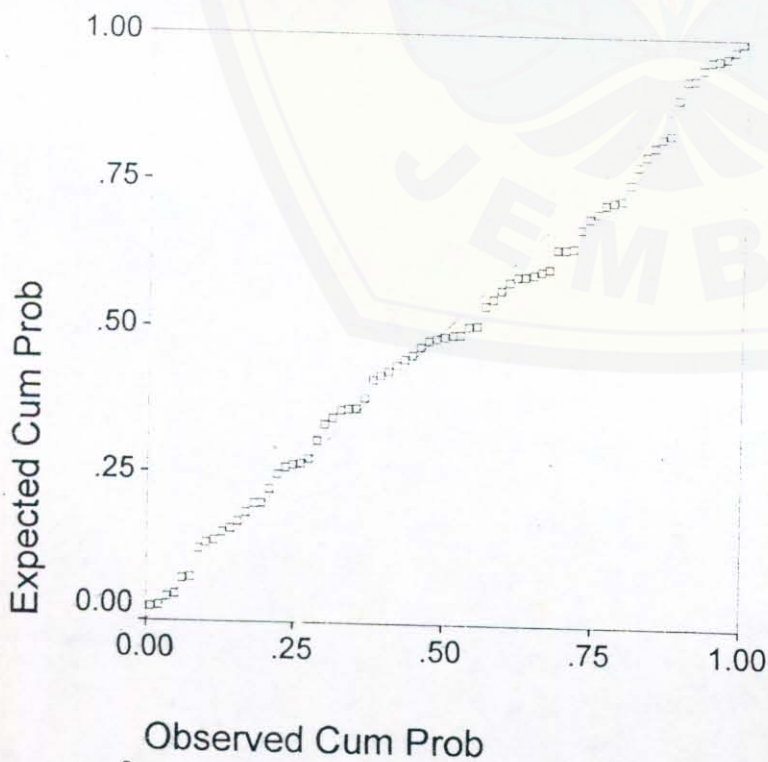
Dependent Variable: Y



Regression Standardized Residual

Normal P-P Plot of Regression Standardi

Dependent Variable: Y







NILAI KRITIS DISTRIBUSI t

$\alpha$  for one-tailed test

df	.10	.05	.025	.01	.005
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.132	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
<b>60</b>	1.296	<b>1.671</b>	2.000	2.390	2.660
120	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617
x	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
**UNIVERSITAS JEMBER**

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat: Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp./Fax (0331) 334988  
 Jember 68121

2811

Nomor : /325.1.5/PL5/2004

Jember, 24 Agustus 2004

Lampiran : Proposal

Perihal : Ijin Penelitian

Kepada : Yth. Sdr. Kepala

SMK Negeri I Jember

Di Jember

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Helmy Andriani

Nim : 990210301036

Jurusan/Program : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di sekolah Saudara dengan Judul :

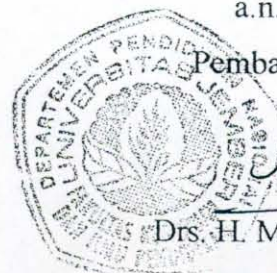
**“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Memilih Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri I Jember (Studi Kasus Pada Siswa Kelas II Tahun Ajaran 2004/2005)”**.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon perkenan Saudara agar memberikan ijin, dan sekaligus bantuan informasi yang diperlukannya.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

a.n. Dekan

Pembantu Dekan I,



Drs. H. MISNO AL, M.Pd

NIP. 130 937 191



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER

DINAS PENDIDIKAN

SMK NEGERI 1 JEMBER

Bidang Keahlian : Bisnis dan Manajemen/Pariwisata/Tekhnologi Informatika  
JALAN JAMBU NO. 17 TELP./FAX. (0331) 483108 JEMBER

Nomor : 253/104.32/SMK.01/LL/2004

Jember, 24 Agustus 2004

Lampiran : -

Hal : Ijin Penelitian

Kepada :

Yth. : Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto  
di-

JEMBER

Membalas surat Saudara Nomor : 2811/325.1.5/PL5/2004 tanggal 24 Agustus 2004 perihal : Ijin Penelitian a.n. : HELMY ANDRIANI, NIM : 990210301036. Jurusan/Program : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi dalam hal ini SMK Negeri 1 Jember bersedia menerima / memberi ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melaksanakan penelitian dengan judul : *"Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Pendidikan di SMK Negeri 1 Jember"* mulai tanggal 24 Agustus 2004 sampai dengan 10 September 2004.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala Sekolah.



SUNYOTO, S.Sos.  
NIP. 130895529



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

## LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : HELMY ANDRIANI  
 NIM/Angkatan : 990210301036  
 Jurusan/Prog. Studi : P. IPS / P. EKONOMI  
 Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan di SMK Negeri 1 Jember (Studi Kasus Pada Siswa Kelas I Tahun Ajaran 2004 / 2005)  
 Pembimbing I : Drs. Umar HM Saleh, M.Si  
 Pembimbing II : Dra. Murtiningsih

### KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	T.T Pembimbing
1	Senin/16-02-'04	Judul skripsi	
2	Selasa/11-05-'04	Bab I, II dan III	
3	Kamis/17-06-'04	Bab I, II, III, matrik & angket	
4	Kamis/01-07-'04	Bab I, II, III, matrik & angket	
5	Selasa/06-07-'04	Acc Seminar	
6	Senin/09-08-'04	Revisi Proposal Seminar	
7	Selasa/10-08-'04	Acc. Penelitian	
8	Senin/4-10-'04	Bab IV dan V	
9	Senin/11-10-'04	Bab IV dan V	
10	Rabu/20-10-'04	Bab IV, V dan Lampiran	
11	Senin/25-10-'04	Revisi Bab I, II, III, IV dan V	
12			
13			
14			
15			

### Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

## LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : HELMY - ANDRIANI  
 NIM/Angkatan : 990210301036  
 Jurusan/Prog. Studi : P. IPS / P. EKONOMI  
 Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Pendidikan di SMK Negeri 1 Jember ( Studi kasus Pada Siswa kelas I Tahun Ajaran 2004 / 2005)  
 Pembimbing I : Drs. Umar HM Saleh, M. Si  
 Pembimbing II : Dra. Murtiningsih

### KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	T.T Pembimbing
1	Kamis/19-02-'04	Judul skripsi	✓
2	Senin/14-06-'04	Bab I, II, III matrik & angket	✓
3	Kamis/24-06-'04	Bab I, II, III, matrik & angket	✓
4	Selasa/06-07-'04	Acc Seminar	✓
5	Senin/09-08-'04	Revisi Proposal Seminar	✓
6	Selasa/10-08-'04	Acc Penelitian	✓
7	Selasa/05-10-'04	Bab IV dan V	✓
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

**Catatan:**

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi