

**PERBANDINGAN SIKAP ORANG TUA MEMILIH LEMBAGA
PENDIDIKAN ISLAM DI MADRASAH DAN SEKOLAH BERBASIS
ISLAM DITINJAU DARI ELEMEN BAURAN PEMASARAN
DI KABUPATEN JOMBANG**

TESIS



Oleh:

**Luluk Sayyidatul Afiah
16711018**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2018

**PERBANDINGAN SIKAP ORANG TUA MEMILIH LEMBAGA
PENDIDIKAN ISLAM DI MADRASAH DAN SEKOLAH BERBASIS
ISLAM DITINJAU DARI ELEMEN BAURAN PEMASARAN
DI KABUPATEN JOMBANG**

Tesis
Diajukan kepada
Pascasarjana Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program
Magister Program Magister Manajemen Pendidikan Islam
Pada Semester Ganjil 2018/2019

Oleh:
Luluk Sayyidatul Afiyah
NIM 16711018



Pembimbing I:
Dr. H. Sugeng Listyo Prabowo, M.Pd.
NIP. 196905262000031003

Pembimbing II:
Dr. Muh. Hambali, M.Ag
NIP. 197304042014111003

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

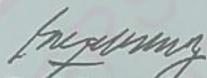
2018

Lembar Persetujuan Ujian Proposal Tesis Pembimbing

Tesis dengan judul *Perbandingan Sikap Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Islam Di Madrasah Dan Sekolah Berbasis Islam Ditinjau Dari Elemen Bauran Pemasaran di Kabupaten Jombang* ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Batu, 24/12/2018

Pembimbing I


(Dr. H. Sugeng Istiyo Prabowo, M.Pd)
NIP. 196905262000031003

Batu, 26/12/2018

Pembimbing II


(Dr. Muh. Hambali, M.Ag)
NIP. 197304042014111003

Batu, 26/12/2018

Mengetahui,
Ketua Program Magister MPI


(Dr. H. Wahidmurni, M.Pd., Ak.)
NIP. 196903032000031002

Lembar Persetujuan dan Pengesahan Tesis

Tesis dengan judul *Perbandingan Sikap Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Islam Di Madrasah Dan Sekolah Berbasis Islam Ditinjau Dari Elemen Bauran Pemasaran di Kabupaten Jombang* ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 14 Januari 2019.

Dewan Penguji

(Dr. H. Agus Maimun, M.Pd.)
NIP. 196508171998031003

Ketua

(Dr. H. Munirul Abidin, M.Ag.)
NIP. 197204202002121003

Penguji Utama

(Dr. H. Sugeng Listyo Prabowo, M.Pd.)
NIP. 196905262000031003

Anggota

(Dr. Muh. Hambali, M. Ag.)
NIP. 197304042014111003

Anggota

Mengetahui
Direktur PPS,



(Prof. Dr. H. Mulyadi, M. Pd.)
NIP. 195507171982031005

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luluk Sayyidatul Afiyah

NIM : 16711018

Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam

Judul Tesis : Perbandingan Sikap Orang Tua Memilih lembaga Pendidikan Islam di Madrasah dan Sekolah Berbasis Islam Ditinjau dari Elemen Bauran Pemasaran di Jombang

Menyatakan bahwa tesis ini benar-benar karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain baik sebagian atau keseluruhan. Pendapat atau temuan penelitian orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ternyata dalam tesis ini terbukti ada unsur-unsur pelagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Batu, 24 Desember 2018

Hormat saya



Luluk Sayyidatul Afiyah
NIM. 16711018

ABSTRAK

Luluk, Sayyidatul, Afiyah. 2018. *Perbandingan Sikap Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Islam di MI dan Sekolah Berbasis Islam Terakreditasi A Ditinjau dari Elemen Bauran Pemasaran di Jombang*. Tesis, Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: (I) Dr. H. Sugeng Listiyo Prabowo, M.Pd. (II) Dr. Muh. Hambali, M.Ag.

Kata Kunci : Sikap orang tua, bauran pemasaran jasa, lembaga pendidikan Islam

Lembaga pendidikan Islam di Jombang terdapat dua jenis lembaga pendidikan Islam Dasar yang terdiri dari MI dan SD berbasis Islam yang terus berkembang dan bersaing dalam membentuk sikap orang tua agar menyekolahkan anaknya di lembaga tersebut. Sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan sebagian dipengaruhi oleh elemen bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, *people*, *physical evidence*, dan proses.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam ditinjau dari elemen bauran pemasaran, serta mengetahui perbedaan antara sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Islam di MI dan SD berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang.

Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif dengan menghitung nilai mean pada angka deskriptif, sedangkan untuk menguji pengaruh variabel dan menggunakan analisis uji mann withney u-tes menggunakan *SPSS versi 16* untuk mengetahui nilai perbedaan dua kelompok sampel yang berbeda. Teknik sampling yang digunakan dengan cara *purposive* yaitu sebanyak 6 sekolah yang terdiri dari 3 MI terakreditasi A dan 3 SD berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang dengan jumlah masing-masing sekolah 50 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah yang paling mempengaruhi orang tua dalam memilih lembaga pendidikan di MI yang ditinjau dari elemen bauran pemasaran yaitu; variabel *people*/SDM dengan nilai rata 4,34 dan variabel *physical evidence*/ bukti fisik dengan nilai rata 4,32 Sedangkan yang paling mempengaruhi sikap orang tua di SD Berbasis Islam ditinjau dari elemen bauran pemasaran yaitu; variabel produk dengan nilai rata 4,30 dan variabel proses dengan nilai 4,19. Dan terdapat perbedaan signifikan antara MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran yaitu pada variabel biaya, promosi, *people*, bukti fisik dan proses. Sedangkan produk dan lokasi tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

ABSTRACT

Luluk, Sayyidatul, Afiyah. 2018. The Parents Attitude Comparison in Choosing Islamic Education Institution in Elementary School and Islamic School of A Accredited Viewed from the Elements of Marketing Mix in Jombang. Thesis, Study Program of Master of Islamic Education Management, Postgraduate, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang, Supervisor: (I) Dr. H. Sugeng Listiyo Prabowo, M.Pd. (II) Dr. Muh. Hambali, M.Ag.

Keywords: Attitude of parents, service marketing mix, Islamic education institution

Islamic education institution in Jombang has two types of Basic Islamic education institutions consisting of Islamic Elementary School and Elementary School which continue to develop and compete in shaping the attitude of parents to send their children to school at the institution. The attitude of parents in choosing educational institutions is partly influenced by the marketing mix elements which consist of product, price, location, promotion, people, physical evidence, and process.

The research aims at determining and analyzing the factors that influence the attitude of parents to choose Islamic educational institutions in terms of marketing mix elements, and to know the difference between the attitudes of parents in choosing Islamic education institutions in Islamic Elementary School and Elementary School of A accredited in Jombang.

The type of research is quantitative descriptive by calculating the mean value on descriptive numbers, to test the influence of variable and using mann withney u-test analysis and using SPSS version of 16 to find out the difference values of two different sample groups. The sampling technique uses purposive method as many as 6 schools consisting of 3 Islamic Elementary Schools of A-accredited and 3 Elementary Schools of A-accredited in Jombang, and each school has 50 respondents.

The results of the research showed that the most influence for parents in choosing educational institutions in Islamic Elementary School viewed from the marketing mix elements, namely; the people / Human resources variable with an average value of 4.34 and physical evidence variable with an average value of 4.32, while the most influence of the attitude of parents in Islamic elementary schools viewed by marketing mix elements, namely; product variable with an average value of 4.30 and a process variable with a value of 4.19. And there is a significant difference between Islamic Elementary School of A accredited and Elementary School in Jombang viewed by marketing mix elements, namely the cost, promotion, people, physical evidence and process variables. The product and location have no a significant difference.

ملخص البحث

لولوء، سيدة العافية. 2018. مقارنة مواقف الوالدين في اختيار مؤسسات التعليم الإسلامي في المدرسة الابتدائية والمدرسة الإسلامية المعتمدة أ المنظورة من عناصر المزيج التسويقي في جومبانج. الرسالة الماجستير ، برنامج ماجستير لإدارة التربية الإسلامية. الدراسات العليا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج ، المشرف: (الأول) الدكتور سوكينج لستيو فرابوو، الحج الماجستير، (الثاني) الدكتور محمد حنبلي، الماجستير

الكلمات الرئيسية: مواقف الوالدين ، مزيج تسويق الخدمة ، مؤسسات التعليم الإسلامي توجد مؤسسات التعليم الإسلامي في جومبانج نوعان من مؤسسات التعليم الإسلامي الأساسي التي تتكون من المدرسة الابتدائية والمدرسة الإسلامية التي تستمر في التطور والتنافس في تشكيل مواقف الوالدين لإرسال أطفالهم إلى المدرسة في تلك المؤسسة. يتأثر م P وموقف الوالدين في اختيار المؤسسات التعليمية جزئيًا بعناصر المزيج التسويقي التي تتكون من المنتج والسعر والموقع والترقية والأشخاص والأدلة المادية والعملية.

يهدف هذا البحث إلى تحديد وتحليل العوامل التي تؤثر على مواقف الوالدين في اختيار المؤسسات التعليمية الإسلامية المنظورة من عناصر المزيج التسويقي، ومعرفة الفرق بين مواقف الوالدين في اختيار مؤسسات التعليم الإسلامي في المدرسة الابتدائية والمدرسة الإسلامية المعتمدة أ المنظورة من عناصر المزيج التسويقي في جومبانج

النوع البحث هو وصفي كمي بحساب القيمة المتوسطة على الأرقام الوصفية، لاختبار تأثير المتغيرات واستخدام تحليل اختبار مان وتني يو تست (mann withney u-tes) باستخدام SPSS الإصدار 16 لمعرفة قيم الفرق لمجموعتين العينتان المختلفتين. تقنية أخذ العينات هي باستخدام الطريقة الهادفة يعني 6 مدارس التي تتألف من ثلاثة المدارس الابتدائية المتعددة أ و ثلاثة المدارس الابتدائية الإسلامية المعتمدة أ في جومبانج مع كل مدرسة هي 50 مستطلعين.

نتائج هذا البحث هي الشيء الذي يؤثر على الوالدين في اختيار المؤسسات التعليمية في المدرسة الابتدائية المنظورة من عناصر المزيج التسويقي، فهي: المتغير الشخص/ الموارد البشرية بقيمة المتوسط 4.34 والمتغير الأدلة المادية بقيمة متوسط 4.32 وأكثر تأثير لمواقف الوالدين في المدرسة الابتدائية الإسلامية المنظورة بعناصر المزيج التسويقي، وهي: متغير المنتج بقيمة متوسط 4.30 ومتغير معالجة

بقيمة 4.19. وهناك فرق كبير بين المعيار في المدرسة الابتدائية والمدرسة الإسلامية المعتمدة أ
المنظورة من عناصر المزيج التسويقي في جومبانج، فهي في متغيرات التكلفة والترقية والأشخاص
والأدلة المادية والعملية. و المنتج والموقع ليس لهما فرق كبير.



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan atas limpahan rahmat dan bimbingan Allah SWT, tesis yang berjudul “Perbandingan Sikap Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Islam di Madrasah dan Sekolah Berbasis Islam Terakreditasi A di Tinjau dari Elemen Bauran Pemasaran Di Kabupaten Jombang” dapat terselesaikan dengan baik semoga ada guna dan manfaatnya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia ke arah jalan kebenaran dan kebaikan.

Banyak pihak yang membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya dengan ucapan *jasakumullah ahsanul jasa'* khususnya kepada :

1. Rektor UIN Batu, Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag dan para Pembantu Rektor.
2. Direktur Sekolah Pascasarjana UIN Batu, Bapak Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I dan para asisten Direktur atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
3. Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Bapak Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.Ak dan Dr. Isti'annah, M.Ag atas motivasi, koreksi dan kemudahan pelayanan selama studi.
4. Dosen Pembimbing I, Bapak Dr. H. Sugeng Listiyo Prabowo, M.Pd atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
5. Dosen pembimbing II, Bapak Dr. Mu. Hambali, M.Ag. Atas bimbingan, saran, kritik dan koreksinya dalam penulisan tesis.
6. Semua dosen Pascasarjana UIN Batu yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan dan kemudahan-kemudahan selama menyelesaikan studi.
7. Semua staff semua staff TU Pascasarjana UIN Batu yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan dan kemudahan-kemudahan selama menyelesaikan studi.
8. Semua civitas MIN 1 Jombang, MI 1 Muhammadiyah Jombang, MI Mujahidin, SDIT Al-Ummah, SDIT Ar-Ruhul Jadid, dan SD Plus Darul Ulum khususnya kepala sekolah dan Orang tua wali murid yang telah meluangkan waktu memberikan informasi penelitian.
9. Kedua orang tua, ayahanda Alm. Choirul Anam dan ibunda Ibu Siti Chodijah yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi, bantuan materiil, dan do'a sehingga menjadi dorongan dalam menyelesaikan studi, semoga menjadi amal yang diterima di sisi Allah SWT. Amin
10. Suami tercinta, Risalah Zakaria yang selalu memberikan bantuan materiil maupun dorongan moril, perhatian dan pengertian selama studi.
11. Seluruh teman-teman MPI angkatan 2016/2017 yang sudah memberikan dukungan dan semangat menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari bahwa proposal tesis ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, masih cukup banyak kekurangan, baik penulisan, bahasa, mengkaji materi, dan penyajiannya. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan dimasa yang akan datang agar menjadi lebih baik lagi. Akhir kata semoga tesis ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan penulis sendiri.

Batu, 24 Desember 2018

Hormat saya,

Luluk Sayyidatul Afiyah



DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul	ii
Lembar Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan	iv
Lembar pernyataan.....	v
Abstrak.....	vi
Kata pengantar	x
Daftar Isi	xii
Daftar tabel.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Daftar Gambar	xvii
Motto.....	xix
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan masalah.....	9
C. Tujuan penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Hipotesis penelitian	11
F. Ruang lingkup penelitian.....	12
G. Orisinalitas penelitian	14
H. Definisi Operasional	18
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan teori	
1. Sikap Konsumen.....	19
2. Pengambilan keputusan	20
3. Bauran pemasaran jasa pendidikan	22
a. Produk jasa pendidikan.....	24

b. Harga (<i>Price</i>) jasa pendidikan	26
c. Lokasi (<i>Place</i>) Jasa pendidikan	28
d. Promosi jasa pendidikan	29
e. SDM (<i>People</i>) Jasa pendidikan	30
f. Bukti fisik (<i>Physical Evidence</i>)	31
g. Proses jasa pendidikan	31
B. Perspektif Islam tentang variabel penelitian	32
C. Kerangka berpikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	38
B. Variabel penelitian	39
C. Populasi dan sampel	40
D. Pengumpulan data	42
E. Instrumen Penelitian	44
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
G. Analisis data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran umum Responden	54
B. Diskripsi Variabel Penelitian	56
C. Pengujian Hipotesis	68
1. Pengujian Hipotesis 1	68
2. Pengujian Hipotesis 2	69
3. Pengujian hipotesis 3	70
BAB V PEMBAHASAN	
A. Faktor Paling Mempengaruhi Sikap Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Islam MI terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran	76
B. Faktor Paling Mempengaruhi Sikap Orang Tua memilih Lembaga Pendidikan Islam SD Berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran	81

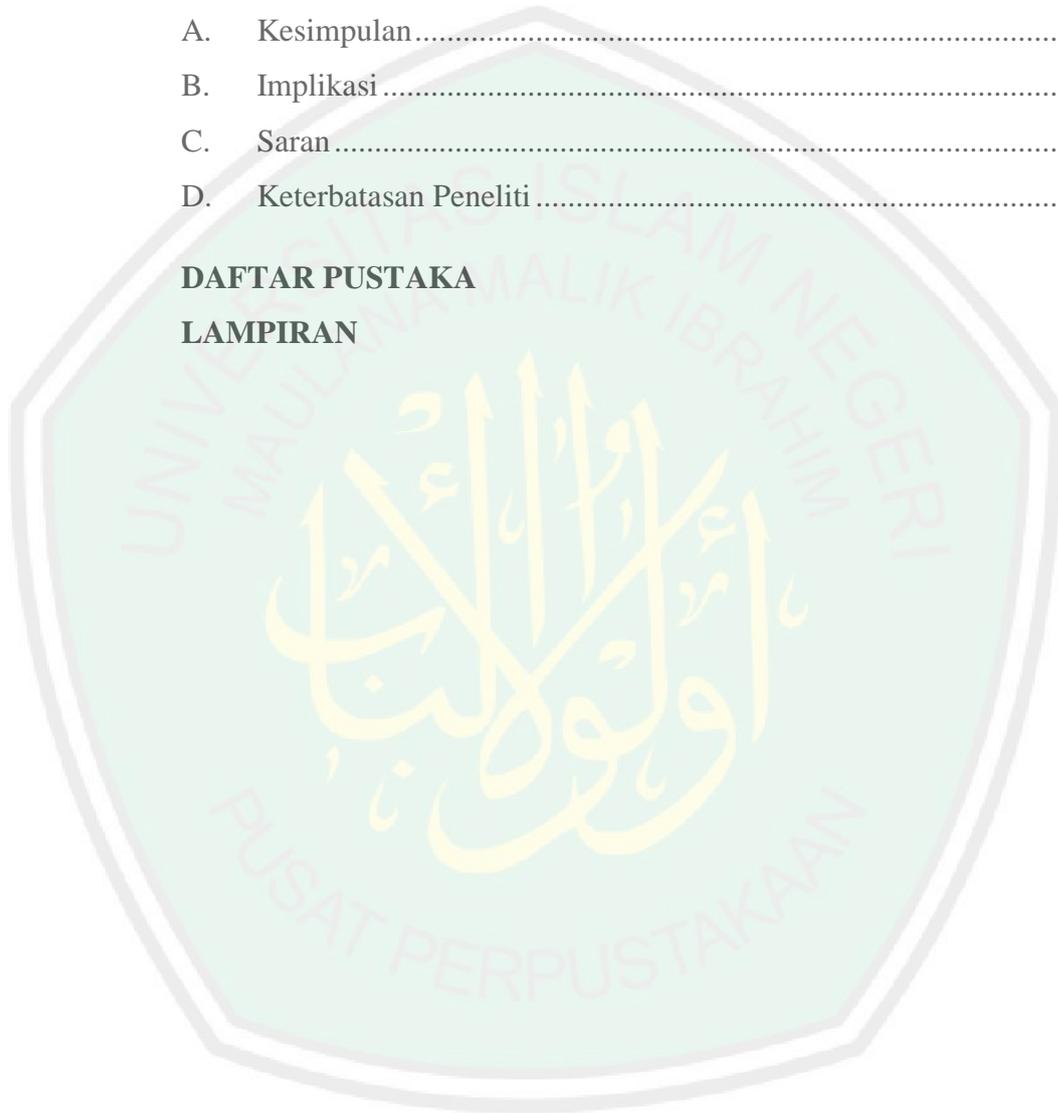
C.	Perbedaan Sikap Orang tua Memilih Lembaga Pendidikan Islam di MI dan SD berbasis Islam Terakreditasi A di Tinjau dari Elemen Bauran pemasaran di Jombang.....	86
----	---	----

BAB VI PENUTUP

A.	Kesimpulan.....	93
B.	Implikasi.....	96
C.	Saran.....	97
D.	Keterbatasan Peneliti.....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Daftar Tabel

1.1 Tabel Perkembangan jumlah sekolah menurut jenjang pendidikan.....	3
1.2 Ruang lingkup Penelitian	12
1.3 Tabel Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu.....	16
3.1 Jumlah populasi dan sampel	41
3.2 Skala penilaian untuk variabel sikap orang tua.....	44
3.3 Kisi-Kisi Instrumen.....	45
3.4 uji validitas kuisisioner	58
3.5 uji reliabilitas kuisisioner.....	50
4.1 Jumlah responden.....	55
4.2 Distribusi Jawaban variabel produk lembaga pendidikan di MI.....	56
4.3 Distribusi Jawaban variabel produk memilih lembaga pendidikan di SD Berbasis Islam	57
4.4 Distribusi Jawaban variabel biaya lembaga pendidikan di MI	58
4.5 Distribusi Jawaban variabel biaya lembaga pendidikan di SD Berbasis Islam.....	59
4.6 Distribusi Jawaban variabel lokasi lembaga pendidikan di MI	60
4.7 Distribusi Jawaban variabel lokasi lembaga pendidikan di SD Berbasis Islam.....	60
4.8 Distribusi Jawaban variabel promosi lembaga pendidikan di MI.....	61
4.9 Distribusi Jawaban variabel promosi lembaga pendidikan di SD Berbasis Islam.....	62
4.10 Distribusi Jawaban variabel <i>People</i> lembaga pendidikan di MI.....	63
4.11 Distribusi Jawaban variabel <i>people</i> /SDM lembaga pendidikan di SD Berbasis Islam	64
4.12 Distribusi jawaban responden pada variabel bukti fisik/ <i>Physical evidenced</i> di MI.....	65
4.13 Distribusi jawaban responden pada variabel bukti fisik/ <i>Physical evidenced</i> di SD Berbasis Islam.....	65

4.14 Distribusi jawaban responden variabel proses di MI.....	66
4.15 Distribusi jawaban responden variabel proses di SD berbasis Islam.....	67
4.16 Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i>	71
4.17 Uji Homogenitas <i>Levene's Test</i>	72
4.18 Uji Mann Whitney u-Test	73



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat keterangan Penelitian
2. Sampel hasil pengisian kuisioner
3. Tabel validitas
4. Tabel reliabilitas
5. Rekapitan hasil kuisioner
6. Uji Normalitas.....
7. Uji Homogenitas
8. Tabel hasil uji Mann Witney u-test
9. Riwayat Hidup.....

DAFTAR GAMBAR

- 2.1 model penelitian membandingkan sikap orang tua ditinjau dari elemen bauran pemasaran36



MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

Artinya:

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada dirinya sendiri.” (QS. Ar-Ra’d: 11)

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

Artinya

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya (7) dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula (8)” (Q.S. Al-Zalzalah 99:7-8)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga pendidikan adalah rumah kedua bagi anak. Di tempat inilah orang tua mempercayakan anak-anaknya untuk dididik menjadi orang yang sukses, bermanfaat bagi agama, orang tua, masyarakat, bangsa dan negara. Bagaimanapun, sekolah merupakan tempat terbaik selain dirumah untuk proses perkembangan anak. Tidak heran jika gerakan membangun sekolah pada hakikatnya adalah upaya membangun generasi emas, unggul secara akademis maupun non akademis.¹

Upaya membangun generasi unggul secara akademis merupakan usaha mengembangkan kemampuan anak secara formal dalam bidang ilmu pengetahuan tertentu yang dapat diukur secara pasti dan dapat diuji kebenarannya, ukuran bisa berupa nilai ataupun yang seringkali disebut prestasi. Sedangkan upaya membangun generasi unggul secara non akademik adalah usaha mengembangkan kemampuan anak secara non formal yang bersifat ilmiah dan tidak terpaku pada teori tertentu serta tidak dapat diukur secara pasti karena tidak terdapat salah benar didalamnya.

Di era abad ke-21 banyak berbagai instansi baik perusahaan maupun yayasan yang mendirikan berbagai sekolah, guna untuk ikut berkontribusi mencerdaskan anak bangsa. Kini persaingan antar lembaga pun terjadi

¹Kemendikbud. Pedoman *Gerakan sekolah sehat, Aman, Ramah Anak dan menyenangkan SMP*,(Jakarta: Direktorat pembinaan SMP,2015), 01.

dibeberapa daerah, hal ini juga tidak lepas dari tujuan peran lembaga pendidikan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan dunia kerja saat ini. Dalam meningkatkan kualitas pendidikan, pengelolaan pendidikan mengadopsi praktik manajemen yang dipadukan dengan teori-teori dasar manajemen secara umum, karena lembaga pendidikan merupakan bagian dari layanan jasa pendidikan yang diberikan kepada orang tua sebagai pemenuhan kebutuhan anak sesuai dengan yang diinginkan para orang tua.

Tanggung jawab sebuah lembaga pendidikan untuk senantiasa memberikan layanan pendidikan berupa lulusan yang berkompeten, selain mampu dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, para anak diharapkan juga memiliki karakter sosial dan *spiritual* yang baik. Hal ini sesuai dengan tujuan Pendidikan nasional yaitu pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.²

Pendidikan dasar di Indonesia mengalami pengurangan dari tahun ajaran 2015/2016 sampai 2016/2017 tercatat bahwa adanya pengurangan jumlah sekolah dasar bisa jadi karena adanya kebijakan pemerintah untuk

²UU No. 20 Tahun 2003 Pasal 3 tentang fungsi Pendidikan Nasional

menggabungkan (*regrouping*) beberapa sekolah ke wilayah tertentu. Alasannya tidak lain karena sekolah-sekolah tersebut minim murid bahkan mengalami penurunan jumlah murid dari tahun ketahun, perhatikan gambar berikut³:

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Sekolah Menurut Jenjang Pendidikan

Jenjang Pendidikan	2015/2016	2016/2017	Pertumbuhan (%)
SD	147.536	147.503	-0,02
SMP	37.023	37.763	2,00
SMA	12.689	13.144	3,59
SMK	12.659	13.236	4,56

(sumber: BPS, potret Pendidikan ndonesia 2017)

Berdasarkan pengurangan jumlah yang terjadi di jenjang pendidikan dasar ini, menunjukkan bahwa tidak ada peminatan terhadap sekolah tertentu, sehingga sekolah yang tidak diminati tersebut harus bergabung ke sekolah yang lebih diminati sekolah lain di wilayah tersebut. Dalam hal ini menunjukkan iklim persaingan antar lembaga pendidikan terjadi agar memperoleh kepercayaan dari orang tua.

Orang tua memilih lembaga pendidikan sesuai dengan kebutuhan anak mereka dalam menghadapi perkembangan zaman revolusi industri 4.0. Selama ini sekolah atau madrasah berupaya menerapkan berbagai konsep yang terbaik bagi pendidikan anak-anak. Adanya upaya sekolah/madrasah dalam memberikan pendidikan yang terbaik, menimbulkan persaingan antar

³Badan pusat Statistik, *Potret pendidikan Indonesia tahun 2017*, online (<https://www.bps.go.id>), di akses tanggal 20 Juli 2018

lembaga yang menawarkan bermacam-macam konsep pendidikan yang dikemas untuk menarik para orang tua agar menyekolahkan anaknya dilembaga tersebut.

Menurut Zainurin dalam penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pendidikan berbasis agama merupakan salah satu pendidikan yang banyak dipilih oleh orang tua.⁴ Dengan demikian berdasarkan institusi pendidikan Islam, secara tidak sadar kompetisi untuk memberikan yang terbaik untuk pendidikan anak khususnya nilai-nilai ke Islam telah terjadi. Keadaan ini membuat madrasah maupun sekolah berbasis Islam berlomba dalam mendapatkan kepercayaan orang tua agar menitipkan anaknya disekolah tersebut.

Di Jombang telah banyak berdiri lembaga-lembaga pendidikan Islam baik madrasah maupun sekolah berbasis Islam. Di Jombang terdapat 274 MI terdiri dari 5 MIN dan 271 MIS, sedangkan terdapat 553 SDN dan 39 SD swastadengan 33 sekolah dasar berbasis Islam.⁵ Dengan perbandingan yang sangat jauh tersebut beberapa dari sekolah dasar berbasis Islam tersebut memiliki peminat cukup besar berada di pusat kota jombang. Menurut data yang dikeluarkan oleh *The Programme for International Student Assessment(PISA)* tahun 2015, salah satu kondisi penyebab munculnya

⁴Dahari, Z., & Ya, M. S. (2011). *Factors that influence parents' choice of pre-schools education in Malaysia: An exploratory study. International Journal Business and Social Science*, 2(15), 115-128.

⁵Data referensi kementerian pendidikan dan kebudayaan, akses di (<http://referensi.data.kemdikbud.go.id/index11.php?kode=050403&level=3>), pada 03/04/2018 pukul 09.00 WIB

persaingan adalah lebih dari 50% terdapat satu area beberapa lembaga pendidikan.⁶

Peneliti berusaha melihat perbedaan diantara Madrasah Ibtidaiyah dan Sekolah Dasar berbasis Islam terakreditasi A yang memiliki kondisi sama unggul baik itu berdasarkan jumlah siswa, strategisnya lokasi lembaga, maupun kualitas pendidikan yang ada didalamnya, namun dapat bersaing dalam membangun persepsi orang tua secara bersamaan. Diketahui secara substansi kedua lembaga pendidikan tersebut hampir sama, akan tetapi berbeda naungan, sehingga kemasan kurikulum dan program pembelajaran sedikit berbeda. Kemudian, bagaimana proses pemasaran dan manajemen sekolah dalam mengikuti kebijakan keduanya untuk menarik minat masyarakat sehingga membentuk sebuah kecenderungan sikap orang tua dalam memutuskan untuk memilih sekolah.

Usaha meningkatkan kualitas dan kinerja layanan pendidikan, sangat penting bagi lembaga pendidikan untuk memenuhi kebutuhan orang tua dan anak-anak dalam menarik dan mempertahankan pelanggan mereka.⁷ Untuk menarik minat orang tua dalam mewujudkan pelayanan pendidikan yang prima dan memuaskan siswa serta orang tua maka diperlukan strategi-strategi pemasaran. Lembaga pendidikan mampu memperoleh peserta didik baru yang mendaftar merupakan hasil dari penyampaian informasi tentang lembaga tersebut secara nyata terlihat dari 1) bauran pemasaran jasa yang

⁶Efferi, A. (2014). *Dinamika persaingan antar lembaga pendidikan*. *Quality*, 2(1), 96-116. Atau Akses di www.oecd.org pada 25 desember 2018

⁷Dahari, Z., & Ya, M. S. (2011). Factors that influence parents' choice of pre-schools education in Malaysia: An exploratory study. *International Journal Business and Social Science*, 2(15), 115-128.

dilakukan, 2) status akreditasi dan 3) persepsi konsumen juga memiliki pengaruh terhadap sikap orang tua untuk memilih lembaga pendidikan Islam khususnya pendidikan dasar bagi putra putrinya.⁸

Bauran pemasaran (*Marketing mix*) merupakan alat bagi perusahaan yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran berjalan dan posisi yang ditetapkan berjalan lancar. Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat taktis pemasaran yang dapat dikendalikan dalam pasar sasaran.⁹ Dalam konteks pendidikan, bauran pemasaran adalah unsur-unsur yang penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk menjadikan lembaga pendidikan Islam yang diminati orang tua.

Unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran yaitu terdiri dari 7P yaitu terdiri dari 4P tradisional yang digunakan dalam pemasaran barang dan 3P sebagai perluasan bauran pemasaran dibidang jasa. Dalam Machali unsur 7P di definisikan dalam konteks pendidikan yaitu unsur 4P adalah *product* (produk); jasa seperti apa yang ditawarkan, *price* (harga); strategi penentuan harganya, *place* (lokasi/tempat); dimana tempat jasa pendidikan, *promotion* (promosi); bagaimana promosi dilakukan, sedangkan unsur 3P adalah *people* (SDM); kualitas, kualifikasi, dan kompetensi yang dimiliki

⁸Kristiani, N. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(1). Online di (<http://majour.maranatha.edu/index.php/jurnal-manajemen/article/view/1594>), di akses pada 20 Juli 2018

⁹Kotler &Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Indonesia.Jilid 1 terj.* Alexander. (Jakarta: 2001 Erlangga), 263

oleh orang yang terlibat dalam pemberian jasa, *physical evidence* (bukti fisik); sarana prasarana seperti apa yang dimiliki, dan *process*; manajemen layanan pembelajaran yang diberikan.¹⁰

Akreditasi merupakan standar nasional yang diberikan oleh pemerintah yang menunjukkan seberapa berkualitasnya lembaga pendidikan. Melalui undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan Nasional yang menyatakan bahwa pemerintah melakukan akreditasi untuk menilai keleyakan program atau satuan pendidikan.¹¹ Selain untuk meningkatkan kualitas pendidikan, akreditasi sekolah juga berguna untuk menjamin layanan publik dengan memberikan sekolah yang berkualitas.

Lembaga pendidikan seringkali diminati berdasarkan persepsi orang tua, persepsi umum tentang pendidikan anak adalah terbatasnya interaksi anak dengan dunia luar, terutama dengan teman sebaya, sehingga perkembangan sosial anak akan berbeda dengan anak-anak seusianya. Banyak yang menganggap bahwa kematangan sosial akan lebih rendah dibandingkan dengan anak-anak yang menjalani pendidikan formal di sebuah lembaga pendidikan.¹² Lembaga pendidikan merupakan tahapan lebih lanjut bagi perkembangan sosial yang berpengaruh terhadap pembentukan kecerdasan intelektual dan sosial. Sehingga sangat penting mempertimbangkan persepsi

¹⁰Imam Machali & Ara Hidayat, *The Hand Book Education Manajement teori dan praktek pengelolaan sekola/madrasah di Indonesia*. (Jakarta: PT. Fajar Pratama Inter Mandiri, 2016), hlm. 291

¹¹Setyaningsih, C. D. (2017). Status Akreditasi Dan Kualitas Sekolah Di Sekolah Dasar Negeri. *Jmsp (Jurnal Manajemen Dan Supervisi Pendidikan)*, 1(2).

¹²Siregar, N. S. S. (2017). Persepsi Orang Tua terhadap Pentingnya Pendidikan bagi Anak. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Uma (Journal Of Governance And Political Social Uma)*, 1(1), 11-27.

orang tua, agar lembaga pendidikan mendapatkan kepercayaan dari orang tua dan masyarakat.

Penelitian yang serupa tentang keputusan orang tua memilih sekolah pernah dilakukan oleh Zahri yang menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi orang tua memilih sekolah anak usia dini di Malaysia yaitu branding, lembaga yang dikelola swasta, keselamatan dan keamanan, kualitas pengajaran dan kebersihan. Media berbahasa Inggris dan sekolah dasar berbasis agama adalah sekolah pra sekolah pilihan yang dipilih oleh orang tua.¹³ Sedangkan Septhevian R., dalam tesisnya menyebutkan faktor yang paling mempengaruhi orang tua memilih lembaga antara lembaga SD Negeri dan Swasta di Yogyakarta faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan orang tua sekolah dasar antara publik atau swasta adalah kualitas guru, agama, fasilitas, biaya, lingkungan, dan keselamatan sekolah, serta sekolah berbasis agama.¹⁴ Sedangkan penelitian terbaru mengenai keputusan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan pada tahun 2016 yang menyatakan bahwa variabel promosi, layanan, dan status akreditasi paling mempengaruhi keputusan orang tua untuk memilih SD Kasatriyan Surakarta.¹⁵

¹³Dahari, Z., & Ya, M. S. (2011). Factors that influence parents' choice of pre-schools education in Malaysia: An exploratory study. *International Journal Business and Social Science*, 2(15), 115-128.

¹⁴Septhevian, R. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orangtua Dalam Memilih Sekolah Dasar (SD)* (Doctoral dissertation, UAJY). Online di (<http://e-journal.uajy.ac.id/6185/>), diakses pada 20 Juli 2018

¹⁵Kristiani, N. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta*. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(1). Online di (<http://majour.maranatha.edu/index.php/jurnal-manajemen/article/view/1594>), di akses pada 20 Juli 2018

Dengan demikian berdasarkan uraian diatas yang menyatakan kondisi lembaga pendidikan Islam yang bersaing di Jombang tersebut, peneliti merasa perlu untuk menganalisis kecenderungan sikap orang tua yang dipengaruhi elemen bauran pemasaran terhadap lembaga pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah dan sekolah dasar berbasis Islam di Jombang, sehingga dapat dibandingkan dan diketahui elemen apakah yang paling mempengaruhi sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan tersebut berdasarkan elemen bauran pemasaran dengan memilih lembaga-lembaga pendidikan yang terakreditasi A yang memiliki radius tertentu sehingga disebut sebagai persaingan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Faktor apa yang paling mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam MI terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran?
2. Faktor apa yang paling mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang di tinjau dari elemen bauran pemasaran?
3. Adakah perbedaan faktor yang mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam di MI dan SD berbasis Islam di Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menjelaskan faktor yang paling mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam MI terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran.
2. Menjelaskan faktor yang paling mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam di SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran.
3. Menjelaskan perbedaan sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam MI dan SD Berbasis Islam di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran.

D. Manfaat Penelitian

Dari latar belakang, rumusan masalah penelitian, dan tujuan penelitian yang diuraikan di atas maka manfaat penelitian berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan secara Teoritis

Sebagai sumbangan ilmu pengetahuan dan pendidikan khususnya dalam perkembangan manajemen pemasaran sekolah dalam menarik minat masyarakat.

Untuk menambah kajian ilmu pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana lembaga pendidikan bersaing dan meningkatkan eksistensinya di masyarakat.

2. Kegunaan secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah wawasan peneliti mengenai wacana nilai pendidikan khususnya perilaku orang tua dalam memilih lembaga pendidikan, untuk selanjutnya dijadikan sebagai acuan dalam bersikap dan berperilaku.

b. Bagi perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Hasil penelitian ini berguna bagi perpustakaan Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai tambahan literatur dibidang pendidikan dalam hal bagaimana perilaku orang tua dalam memilih lembaga pendidikan ditinjau dari elemen bauran pemasaran.

c. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan evaluasi bagi *stakeholder* di lembaga pendidikan dalam meningkatkan daya saing antar lembaga ditinjau dari elemen bauran pemasaran.

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada atas, maka menghasilkan tiga jenis hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga faktor yang paling mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam MI terakreditasi A di Jombang diinjau dari elemen bauran pemasaran adalah variabel produk dan promosi.
2. Diduga faktor yang paling mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam

SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran yaitu variabel produk dan promosi.

3. Diduga terdapat perbedaan sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini meliputi variabel sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Islam yang di ukur menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari tujuh elemen yaitu, produk, harga, lokasi, promosi, SDM (*People*), *physical evidence* (bukti fisik), dan proses, pada dua sampel penelitian yaitu MI dan SD berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang. Untuk lebih jelas ringkasnya ruang lingkup tersebut dapat dilihat pada paparan tabel berikut.

Tabel 1.2

Ruang Lingkup Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Instrumen
Sikap konsumen (Orang tua) (Y)	Produk (X1)	Siswa berkualitas Kurikulum Ekstrakurikuler Pusat kegiatan masyarakat (Lockhart dalam wijaya, 2016)	9,10,11,12,13,14,15,16,
	Harga (<i>Price</i>) (X2)	Uang masuk sekolah SPP Biaya ekstrakurikuler Biaya buku pelajaran (Kristiani,N. 2016)	17,18,19,20,
	Lokasi (<i>Place</i>) (X3)	Lokasi strategis (Buchori Alma,2010)	29,30,31
	Promosi (X4)	Sistem internal	32,33,34,35,36,37,3

		organisasi Lingkungan fisik Kontak personal Iklan, tagihan dan pembayaran Komentar dari mulut ke mulut (Buchori Alma, 2010)	8,39
	SDM (<i>People</i>) (X5)	Kompetensi Kualifikasi Sikap dan penampilan (Bernardin, D. E. Y. (2013))	21,22,23,24,
	Bukti fisik (physical Evidence) (X6)	Fasilitas Lingkungan (Imam Machali & Ara Hidayat, 2016)	25,26,27,28,
	Proses (X7)	Proses KBM Ketertiban administrasi(Muhyidin, U. (2015).	40,41,42,43

G. Orisinalitas Penelitian

Untuk menentukan posisi letak penelitian ini dari penelitian-penelitian yang telah dilaksanakan oleh para peneliti sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa penelitian yang telah dilakukan berkenaan dengan sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan. Adapun penelitian tersebut antara lain:

1. Penelitian jurnal Nuning Kristiani pada tahun 2016 yang berjudul "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta*" tujuan penelitian ini yaitu meneliti tentang sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan SD di Surakarta menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih sekolah salah satunya adalah bauran pemasaran menggunakan 4P

yaitu produk, harga lokasi dan promosi. Hasil penelitian ini yaitu variabel promosi, layanan, dan status akreditasi memiliki pengaruh pada keputusan orang tua memilih SD Kasatriyan. Sedangkan variabel produk, biaya, lokasi tidak terbukti mempengaruhi keputusan orang tua memilih SD Kasatriyan.

2. Penelitian Nur Hadi pada tahun 2015 berjudul “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-Kanak Islam Terpadu (Tk It) Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo*” yang membahas tentang keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan TK Islam di Sidoarjo yang menggunakan metode analisis faktor. Bauran pemasaran jasa 7P merupakan faktor eksternal dalam mempengaruhi keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan. Hasil dari penelitian tersebut yakni faktor produk dan faktor promosi mempengaruhi orang tua dalam pengambilan keputusan memilih (TK) Islam Terpadu Nurul Fikri sukodono Sidoarjo.
3. Penelitian tesis Septhevian R. Pada tahun 2014 berjudul “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Orang Tua dalam memilih Sekolah Dasar (SD)*” menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan yang ada di Sekolah dasar negeri dan swasta. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan orang tua sekolah dasar antara publik dan swasta adalah kualitas guru, agama, fasilitas, biaya, lingkungan, dan keselamatan sekolah. Sementara kualitas

pengajaran, pencitraan merek, dan lokasi tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur adanya perbedaan sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Islam menggunakan bauran pemasaran jasa.

4. Penelitian Dahari, Z., & Ya, M. S pada tahun 2011 berjudul "*Factors that Influence Parents' Choice of Pre-Schools Education in Malaysia: An Exploratory Study*" yang dilakukan di lembaga pendidikan TK di Malaysia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor utama yang mempengaruhi pilihan orang tua pra-sekolah adalah branding, institusi privaterun, keselamatan dan keamanan, kualitas pengajaran, dan kebersihan. Sekolah berprogram bahasa dan sekolah agama merupakan sekolah yang paling diminati orang tua. Penelitian Dahari menggunakan pendekatan kuantitatif.

Tabel 1.3
Persamaan, perbedaan, dan Posisi penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1.	Nama Peneliti: Septhevian, R. Tahun: 2014	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orangtua Dalam Memilih Sekolah Dasar (SD)	Membahas faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Dasar	Membandingkan sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan berdasarkan faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan	Orisinalitas penelitian kali ini adalah untuk mengkomparasikan sikap konsumen pada dua jenis lembaga pendidikan yang di uji perbedaan berdasarkan bauran pemasaran dibidang jasa pendidikan di madrasah dan sekolah berbasis Islam terakreditasi A di Jombang Jawa Timur Indonesia
2.	Nama peneliti: Nuning Kristiani Judul penelitian: Tahun: 2016	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta	Menggunakan bauran pemasaran untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih SD Kasatriyan Surakarta.	Menggunakan bauran pemasaran untuk membandingkan sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan MI dan SD berbasis Islam Di Jombang	
3.	Nama Penelitian: Dahari, Z., & Ya, M. S. Tahun: 2011	Factors that influence parents' choice of pre-schools education in Malaysia: An exploratory	Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi orang tua dalam memilih lembaga	Membandingkan faktor yang mempengaruhi sikap orang tua dalam memilih	

		study	pendidikan TK di Malaysia.	lembaga pendidikan di MI dan SD berbasis Islam di Jombang	
4.	Nama Peneliti: Nur Hadi Sidoarjo. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 3(3). Tahun : 2015	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-kanak Islam Terpadu (TKIT) Nurul Fikri Sukodono	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan.	Menganalisis perbedaan pengaruh bauran pemasaran di lembaga pendidikan dasar Islam di MI dan SD berbasis Islam menggunakan bauran pemasaran.	

Berdasarkan beberapa penelitian yang ada sebelumnya, maka penelitian ini perlu dilakukan guna untuk menjawab fenomena yang terjadi berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas. Dengan adanya sikap orang tua yang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang salah satunya bauran pemasaran, maka peneliti perlu mengetahui perbedaan sikap orang tua dalam memilih dua jenis lembaga pendidikan Islam antara di MI dan SD berbasis Islam ditinjau dari elemen bauran pemasaran di Jombang.

H. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam penafsiran istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penjelasan dari masing-masing istilah tersebut adalah:

1. Sikap orang tua : dalam penelitian ini didefinisikan menggunakan teori sikap konsumen yaitu, kecenderungan memilih lembaga pendidikan dengan cara menyenangkan ataupun tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu disekolah sehingga memutuskan untuk menyekolahkan putra putrinya di lembaga pendidikan tertentu. Pembentukan sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, pengaruh kelompok, serta media masa.
2. Madrasah : sekolah berbasis Islam yang dinaungi Kementrian Agama RI
3. Sekolah Berbasis Islam : sekolah berbasis Islam yang dinaungi dinas pendidikan.
4. Bauran Pemasaran (*Marketing mix*) elemen-elemen pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang (*people*), bukti fisik, dan proses yang digunakan oleh lembaga pendidikan dalam membentuk sikap orang tua agar memutuskan memilih lembaga pendidikan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Sikap Konsumen

Shiffman dan Kanuk mendefinisikan bahwa sikap cenderung berperilaku dalam cara suka atau tidak suka secara konsisten terkait dengan objek tertentu.¹⁶Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan memengaruhi keputusan konsumen.¹⁷ Dalam pengertian ini Shifman mendefinisikan sikap dalam konteks perilaku konsumen, yaitu kecenderungan suka dalam diri konsumen didapat jika objek tertentu memiliki manfaat. Menurut Shiffman, pembentukan sikap dipengaruhi oleh berbagai sumber, antara lain¹⁸:

a. Pengalaman pribadi

Sikap yang dibentuk melalui pengalaman langsung cenderung lebih teguh dipegang, lebih berlangsung lama, dan lebih resisten untuk dipilih dibandingkan dengan yang dikembangkan melalui pengalaman tidak langsung. Faktor yang dapat menentukan pembentukan pengalaman pribadi seperti kebutuhan, persepsi selektif dan kepribadian.

¹⁶Schiffman and Kanuk. *Perilaku Konsumen Edisi 7.terj.*Zulkifli Kasip.(Cet. Ke IV:Palembang: PT. Macanan Jaya Cemerlang,2008),222

¹⁷Sudaryono, *Manajemen pemasaran* (teori dan implementasi), (Yogyakarta: C.V Andi Offset,2016),68

¹⁸Ibid, 223

b. Pengaruh kelompok

Kontak dengan orang lain seperti teman, keluarga dan individu yang dikagumi dapat berpengaruh dalam pembentukan sikap. Keluarga merupakan sumber penting dalam pembentukan sikap karena keluarga menyediakan individu dengan nilai-nilai dasar yang umumnya akan tertanam di diri individu.

c. Media massa

Komunikasi melalui media massa menyediakan sumber informasi yang penting yang dapat mempengaruhi dalam pembentukan sikap konsumen.

2. Pengambilan keputusan konsumen

Menurut Nitisusastro keputusan konsumen membeli, merangkum tiga tahap yaitu proses masuknya informasi, proses pertimbangan konsumen dalam membeli, dan diakhiri dengan proses pengambilan keputusan oleh konsumen.¹⁹ Dalam Alma perilaku pembelian berasal dari stimuli yang datang dari informasi mengenai produk, harga, dan promosi, serta dalam pemasaran jasa ditambahkan *people*, *process*, dan *Physical Evidence*.²⁰ Masuknya informasi serta pertimbangan dalam membeli merupakan komponen dari elemen bauran pemasaran yang mampu mempengaruhi kedua tahap tersebut, yang kemudian diakhiri dengan pembelian.

Proses pengambilan keputusan diawali adanya kebutuhan yang berusaha dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terkait dengan beberapa

¹⁹Mulyadi, Nitisusastro, perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan, (Bandung: Alfabeta, 2012), 195

²⁰Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta), 96

alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari persepsi konsumen.²¹ Keputusan pembelian akan dilakukan menggunakan kaidah menyeimbangkan sisi positif dan sisi negatif suatu merek ataupun mencari solusi terbaik dari perspektif konsumen yang telah dikonsumsi akan dievaluasi kembali. Menurut Shiffman & Kanuk, menyebutkan empat tipe proses pembelian konsumen yaitu;

- a. Proses *Complex decision making*, yang terjadi bila keterlibatan kepentingan tinggi pada pengambilan keputusan.
- b. Proses *brand loyalty* ketika pilihan berulang, konsumen belajar dari pengalaman masa lalu dan membeli merek yang memberikan kepuasan dengan sedikit atau tidak ada proses pertimbangan dalam pengambilan keputusan
- c. Proses *limited decision making*. Konsumen kadang mengambil keputusan walaupun mereka tidak memiliki keterlibatan kepentingan yang tinggi.
- d. Proses *inertia*. Tingkat kepentingan dengan barang adalah rendah dan tidak ada pengambilan keputusan.²²

²¹Sudaryono, *Manajemen pemasaran (teori dan implementasi)*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset,2016),102

²²Sudaryono, *Manajemen pemasaran (teori dan implementasi)*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset,2016),103

3. Bauran Pemasaran jasa pendidikan

Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika layanan pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan membentuk watak secara menyeluruh. Karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, hasil pendidikannya mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus di masa mendatang.²³ Menurut Alma pendidikan adalah produk jasa yang dihasilkan dari lembaga non profit, sehingga hasil dari proses pendidikan kasat mata.

Lockhart dalam Wijaya disebutkan lima faktor yang mendorong timbulnya pemasaran jasa pendidikan, yaitu sebagai berikut.²⁴

- a. Meningkatnya kompetisi
- b. Perubahan demografi
- c. Ketidakpercayaan masyarakat
- d. Penyelidikan Media
- e. Keterbatasan sumber daya

²³Imam Machali & Ara Hidayat, *The Hand Book Education Manajement teori dan praktek pengelolaan sekolah/madrasah di Indonesia*. (Jakarta: PT. Fajar Pratama Inter Dalam konteks pendidikan, bauran pemasaran adalah unsur-unsur yang sangat Mandiri, 2016),397

²⁴David Wijaya, *pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: bumi Aksara, 2016), 13

Kompetisi antar sekolah semakin ketat dengan dibuktikannya upaya kreatif penyelenggara pendidikan untuk menggali keunggulan dan keunikan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati pelanggan jasa pendidikan. Dengan adanya kompetisi, maka proses masuknya informasi kepada konsumen sangat penting. Adapun upaya masuknya informasi konsumen dipengaruhi oleh faktor eksternal bauran pemasaran.²⁵

Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat taktis pemasaran yang dapat dikendalikan dalam pasar sasaran.²⁶ penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan.

Dalam Machali unsur bauran pemasaran di definisikan dalam konteks pendidikan yaitu unsur 4P adalah *product* (produk); jasa seperti apa yang ditawarkan, *price* (harga); strategi penentuan harganya, *place* (lokasi/tempat); dimana tempat jasa pendidikan, *promotion* (promosi); bagaimana promosi dilakukan, sedangkan unsur 3P adalah *people* (SDM); kualitas, kualifikasi, dan kompetensi yang dimiliki oleh orang yang terlibat dalam pemberian jasa, *physical evidence* (bukti fisik); saranaprasarana seperti apa yang dimiliki, dan *process*; manajemen layanan pembelajaran yang diberikan.²⁷

²⁵Mulyadi, Nitisusastro, *perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 196

²⁶Kotler & Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Indonesia. Jilid 1* terjemahan oleh Alexander. (Jakarta: 2001 Erlangga), 263

²⁷Imam Machali & Ara Hidayat, *The Hand Book Education Manajement teori dan praktek pengelolaan sekola/madrasah di Indonesia*. (Jakarta: PT. Fajar Pratama Inter Mandiri, 2016), hlm. 291

a. Produk jasa pendidikan

Produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dalam lembaga pendidikan produk merupakan cerminan dari kualitas lembaga pendidikan. Dengan kualitas tersebut, lembaga menawarkan berbagai program unggulan dan arah *output* lulusan dari lembaga tersebut.

Menurut Kotler, dalam suatu produk memiliki beberapa unsur, yakni²⁸:

1) Kualitas Produk

Kegiatan untuk memastikan apakah kebijaksanaan dalam hal mutu dapat tercermin dalam hasil akhir. Pengawasan mutu merupakan untuk mempertahankan mutu/kualitas dari barang yang dihasilkan agar sesuai dengan spesifikasi produk yang telah ditetapkan berdasarkan kebijakan pimpinan perusahaan.

Dalam pendidikan, kualitas pendidikan ditentukan oleh bagaimana manajemen sekolah berjalan. Artinya, kualitas pendidikan ditentukan oleh pemenuhan delapan standar pendidikan sebagaimana yang di paparkan dalam standar nasional pendidikan yaitu standar kompetensi lulusan, standar isi, standar proses, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana

²⁸Kotler & Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Indonesia. Jilid 1* terjemahan oleh Alexander. (Jakarta: 2001 Erlangga), 237

prasarana, standar pengelolaan, standar pembiayaan, dan standar penilaian dalam rangka mewujudkan pendidikan nasional yang bermutu.²⁹

2) Fitur Produk

Menurut Kotler fitur alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dengan perusahaan pesaing. Hal ini bagaimana sebuah lembaga pendidikan memiliki ciri khas pada masing-masing akan tetapi juga mampu menjawab kebutuhan masyarakat, sehingga mampu bersaing dengan lembaga lainnya.

3) Desain Produk

Cara lain untuk menunjukkan perbedaan produk dibandingkan dengan produk pesaing yaitu melalui gaya corak atau desain produk yang lebih unggul dari produk lainnya. Dalam pendidikan, lembaga pendidikan yang mendesain baik sistem maupun program pendidikan akan menciptakan citra tersendiri pada suatu lembaga pendidikan.

Menurut Lockhart dalam Wijaya menyebutkan bauran produk jasa pendidikan dibagi menjadi empat kelompok yaitu³⁰:

1) Siswa

Sekolah unggul memiliki karakteristik siswa yang mampu memenuhi dan melebihi standar pendidikan.

2) Kurikulum

²⁹UU tentang sistem pendidikan Nasional No.20 tahun 2003

³⁰David Wijaya, *pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: bumi Aksara, 2016), 103

Kurikulum yang bagus sebagai produk jasa pendidikan memiliki: a) kurikulum yang tepat, khusus, luas dan inovatif, b) kurikulum yang dapat memenuhi kebutuhan siswa, c) kurikulum mampu mengembangkan program KBM baru atau memperbaiki kurikulum yang ada, d) menggunakan kurikulum baru.

3) Aktivitas Ekstrakurikuler

Pemasar jasa pendidikan harus mengelola program ekstrakurikuler dengan baik sehingga dapat menyediakan peluang keberhasilan siswa disekolah.

4) Sekolah sebagai pusat kegiatan masyarakat karena menyediakan tempat interaksi sekolah dengan masyarakat, sehingga sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan bagi masyarakat dan mampu menawarkan jasa berkualitas.

b. Harga (*Price*) jasa pendidikan

Karena pendidikan sangat berharga maka pasti akan bernilai, Menurut Daljonobiayapendidikan dilihat dari sisi ekonomi adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan/manfaat pada saat ini atau masayakangan

datang.³¹ Biaya pendidikan di anggap sebagai motor penggerak kegiatan yang ada disekolahan. sehingga dalam hal ini orang tua juga mempertimbangkan biaya pendidikan yang dikeluarkan oleh orang tua untuk memperoleh pendidikan yang berkualitas. Sedangkan Alma mendefinisikan biaya pendidikan dalam arti luas yaitu seluruh biaya yang dikeluarkan oleh siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah.³²

Supriadi dalam kristiani menyatakan bahwa komponen biaya dari tingkat SD, SMP, dan SMA dari sudut pandang sumber dana yang digunakan terdiri atas 17 komponen pengeluaran, yaitu: (1) Uang pangkal/uang masuk, (2) Iuran rutin sekolah (bulanan), (3) Biayaulangan, (4) Kegiatan ekstrakurikuler, (5) Buku pelajaran, latihan, LKS, (6) Pembelian buku/alat tulis, (7) Pembelian tas sekolah, (8) Pembelian sepatu sekolah, (9) Biaya transportasi ke sekolah, (10) Pakaian seragam sekolah, (11) Pakaian olahraga, (12) Les di sekolah, (13) Kursus/les luar sekolah, (14) Biaya karyawisata, (15) Sumbangan insidental, (16) Uang saku/jajan, dan (17) Lainnya.³³

Menurut Kotler and Amstrong, harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau

³¹ Daljono, *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*, (Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro, 2011), hal. 13

³² Buchori Alma, *pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan* (Bandung; Alfabeta, 2013), 306

³³ Kristiani, N. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta. Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(1), 96

menggunakan produk atau jasa tersebut.³⁴ Dari sudut pandang konsumen (orangtua), harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas barang atau jasa.³⁵ Harga suatu barang atau jasa merupakan salah satu faktor penentu bagi permintaan pasar dalam persaingan harga suatu barang atau jasa harus selalu menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Begitu pula dengan lembaga pendidikan, biaya pendidikan merupakan salah satu faktor pertimbangan para orang tua.

c. Lokasi Pendidikan

Lokasi dalam bauran pemasaran barang dimaknai gabungan antara tempat, saluran distribusi dan persediaan. Terdapat tiga macam tipe interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu³⁶;

- 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa, bila demikian keberadaan lokasi menjadi sangat penting. Lembaga pendidikan sebaiknya memilih tempat strategis dan dekat konsumen sehingga mudah dijangkau.
- 2) Pemberi jasa mendatangi konsumen, lokasi dalam pemasaran seperti tidak terlalu penting, tetapi jasa yang harus diperhatikan penyampaian jasa harus berkualitas.

³⁴Kotler dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 8. Jilid 1* terjemahan oleh Alexander. (Jakarta: 2001 Erlangga), hlm. 439

³⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi ke dua*, (Yogyakarta; Penerbit Andi, 2007), hlm. 151

³⁶Rambat lupiyoadi & Hamdani, *manajemen pemasaran Jasa, i* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), Hlm. 74

- 3) Produsen dan konsumen tidak bertemu secara langsung, interaksi yang terjalin melalui sarana tertentu baik melalui telepon, surat dan komputer.

Maka lokasi menjadi tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak terlaksana dengan baik.

d. Promosi Jasa Pendidikan

Promosi merupakan kegiatan yang memperkenalkan sekaligus menjelaskan manfaat produk dan mutu yang dipasarkan kepada konsumen, dengan tujuan agar volume penjualan dapat meningkat³⁷. Pendidikan juga perlu diadakannya promosi untuk menarik minat masyarakat. Menurut Tjiptono Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.³⁸ Agar lembaga pendidikan bertahan, selain menjaga kualitas dan mengefisieni biaya pendidikan, lembaga pendidikan dapat mempromosikan sekolah sebagai upaya untuk menarik minat, kemudian memutuskan untuk memilih sekolah, dan selanjutnya dapat ikut mempromosikan sekolahan tersebut atas kepuasan yang telah didapat.

Menurut Kotler aktivitas promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk

³⁷Gunawan, I. *Hubungan Keterediaan Alokasi Penggunaan, dan ketaatan peraturan penggunaan dana dengan mutu Pendidikan Negeri se-Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Banjarmasin: program Pascasarjana Universitas Lambung Mangkurat. 2010. Hlm. 30

³⁸Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi ke dua*, (Yogyakarta; Penerbit Andi, 2007), hlm. 219

mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.³⁹ Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan. Promosi dalam pendidikan ditekankan pada efektifitas interaksi dan komunikasi antara lembaga dan masyarakat luas.

Promosi dalam dunia bisnis, pendidikan termasuk dalam suatu organisasi atau perusahaan yang bergerak dibidang jasa . Bisnis jasa sangat kompleks, karena banyak elemen yang mempengaruhinya, seperti sistem internal organisasi, lingkungan fisik, kontak personal, iklan, tagihan dan pembayaran, komentar dari mulut ke mulut dan sebagainya.⁴⁰ Menurut Machali promosi jasa pendidikan bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan melalui media TV, radio, surat kabar, buletin, majalah, baliho, brosur, dan lain-lain. promosi penjualan seperti pameran pendidikan, bazar pendidikan, dan invitisi. Melakukan kontak langsung dengan calon siswa dan melalukan kegiatan hubungan dengan masyarakat.⁴¹

e. *People* (SDM)

People dalam konteks pendidikan yaitu orang-orang yang terlibat menyediakan jasa pendidikan⁴². Dalam PP no. 32 Tahun 2013

³⁹Kotller dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Indonesia Jilid 1* terjemahan oleh Alexander.(Jakarta: 2001 Erlangga), hlm.45

⁴⁰Lathipah. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Jasa Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Memondokkan Anaknya*. Tesis tidak di Terbitkan. Malang: Pascasarjana UIN Malang, 2017, 21

⁴¹Imam Machali & Ara Hidayat, *The Hand Book Education Manajement teori dan praktek pengelolaan sekola/madrasah di Indonesia*. (Jakarta: PT. Fajar Pratama Inter Mandiri, 2016),293

⁴²David Wijaya, *pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: bumi Aksara,2016), 72

tentang standar nasional pendidikan dinyatakan bahwa standar pendidik dan tenaga kependidikan adalah kriteria pendidikan pra-jabatan dan kelayakan fisik maupun mental, serta pendidikannya dalam jabatan.⁴³ Orang yang memproduksi dan memasarkan suatu produk juga memiliki penilaian dimata orang tua selaku konsumen layanan pendidikan.

f. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Bukti fisik lembaga pendidikan ialah segala sesuatu yang terlihat dan berbentuk fisik misalnya sarana prasarana sekolah. Menurut Bafadal sarana prasarana adalah segala perangkat peralatan, bahan dan perabot yang secara langsung digunakan dalam pendidikan di sekolah.⁴⁴ Melalui bukti fisik, lembaga pendidikan juga mampu menciptakan image kualitas dari lembaga pendidikan tersebut karena fasilitas merupakan salah satu perangkat yang mendukung terlaksananya pendidikan.

g. Proses

Zethaml & Bitner dalam Muhyidin mendefinisikan proses sebagai prosedur, mekanisme dan rangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen.⁴⁵ Proses dapat diartikan sebagai proses pelayanan pendidikan. Menurut Tjipto pemberian layanan yang baik yaitu:

⁴³Imam Machali & Ara Hidayat, *The Hand Book Education Manajement teori dan praktek pengelolaan sekola/madrasah di Indonesia*. (Jakarta: PT. Fajar Pratama Inter Mandiri, 2016),293

⁴⁴Agustnus Hermino, *kepemimpinan dan pendidikan di era globalisasi*. (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2014), 63

⁴⁵ Muhyidin, U. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Barat*. *Proceeding SENDI_U*. (online di <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/3314>, di akses pada pukul 12.00 25 Juni 2018), hlm. 03

- 1) Berfokus pada pelanggan.
- 2) Keterlibatan pegawai secara menyeluruh
- 3) Terdapat sistem pengukuran
- 4) Perbaiki kesinambungan

Menurut Muhyidin, Proses ini dapat dilihat dari dua aspek utama yaitu (1) dimensi kualitas jasa administrasi (yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*), (2) dimensi kualitas jasa pembelajaran (yaitu proses/mekanisme dan kualitas jasa/pembelajaran).⁴⁶

B. Perspektif Islam Tentang Variabel Penelitian

1. Sikap orang tua dalam memilih lembaga Pendidikan Islam

Makna pendidikan mengacu pada tiga kata dasar yaitu; *tarbuyah*, *ta'lim*, dan *ta'dib*.⁴⁷ Ketiga Istilah tersebut mempunyai arti yang berbeda. Istilah *tarbiyah* memiliki arti suatu tahapan yang berangsur – angsur menuju kesempurnaan. *Ta'lim* adalah kegiatan yang mewariskan ilmu pengetahuan dari generasi ke gerasi yang menekankan *Transfer* pengetahuan bagi peserta didik. Istilah *Ta'dib* berarti pemeliharaan menuju pendewasaan agar menjadi baik dan mempunyai akhlaq sopan santun sesuai agama islam dan masyarakat.⁴⁸ ketiganya harus dipahami lebih dalam menyangkut manusia dan masyarakat serta lingkungan dalam hubungan dengan tuhan dan saling berkaitan.

⁴⁶ Muhyidin, U. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Barat. Proceeding SENDI_U*. (online di <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/3314>, di akses pada pukul 12.00 25 Juni 2018), hlm. 04

⁴⁷ Muhaimin, dkk., *Ilmu Pendidikan Islam* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), 14

⁴⁸ Ibid,

Sikap orang tua dalam memilih pendidikan bertujuan agar anak-anaknya mendapatkan ilmu pengetahuan, pendidikan, sertatumbuh sesuai perkembangannya dengan baik dan tidak salah dalam menempatkan anaknya untuk memilih lembaga pendidikan, khususnya pendidikan Islam.

Menurut Sudrajat dalam Murwati Fungsi pendidikan Islam secara makro dapat ditinjau dari fenomena yang muncul dalam perkembangan peradaban manusia, dengan asumsi bahwa peradaban manusia senantiasa tumbuh dan berkembang melalui pendidikan.⁴⁹

Dalam Al-qur'an dijelaskan tentang fungsi pendidikan, yaitu pada surat Al-Baqarah ayat 151. Sebagai berikut:

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا
وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ
تَكُونُوا تَعْلَمُونَ ﴿١٥١﴾

Artinya: “Sebagaimana (Kami telah menyempurnakan nikmat kami kepadamu) kami telah mengutus kepadamu Rasul diantara kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Al-Kitab dan al-Hikmah , serta mengajarkan kepada kamu apa yang belum kamu ketahui”.⁵⁰

Dari ayat diatas dapat dipahami bahwa fungsi pendidikan berdasarkan ayat diatas yaitu:

⁴⁹ Eni Murwati. (2017). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam*. Tesis program studi Agama Islam Konsentrasi Manajemen dan kebijakan Pendidikan Islam (Yogyakarta: program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga),45

⁵⁰Kementrian Agama RI, Qur'an dan Terjemah, (Bandung: PT sygma examadia Arkaanlema),23

Memberikan wawasan yang tepat dan benar mengenai jati diri manusia ,alam sekitarnya, serta kebesaran ilahi. Mengembangkan ilmu pengetahuan untuk menciptakan peradaban manusia yang maju.

Dengan adanya fungsi pendidikan berdasarkan ayat Al-Qu'ran diatas memberikan pijakan pada orang tua dalam memilih lembaga pendidikan, khususnya pendidikan islam. Memilih lembaga pendidikan yang mampu mengembangkan karakter, wawasan beragama serta wawasan pengetahuan anak melalui program-program sekolah yang terbaik. Dalam mengelola lembaga pendidikan dalam mewujudkan fungsi pendidikan tersebut maka dibutuhkan komponen-komponen yang mendukung. Salah satu komponen dalam memberlakukan fungsi pendidikan islam yaitu bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, SDM, fasilitas fisik, dan proses.

2. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan perspektif Islam

Seperti yang telah dikemukakan diatas, bahwa bauran pemasaran jasa adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran jasa. Seperangkat alat tersebut dalam konteks Islam didasari pada penawaran produk lembaga yang berkualitas, yang kemudian dipromosikan.

Dalam mempromosikan jasa pendidikan haruslah sesuai dengan produk yang dihasilkan, sebagaimana yang dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 116, sebagai berikut:

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتِكُمْ أَلْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ
لِتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا
يُفْلِحُونَ ﴿١١١﴾

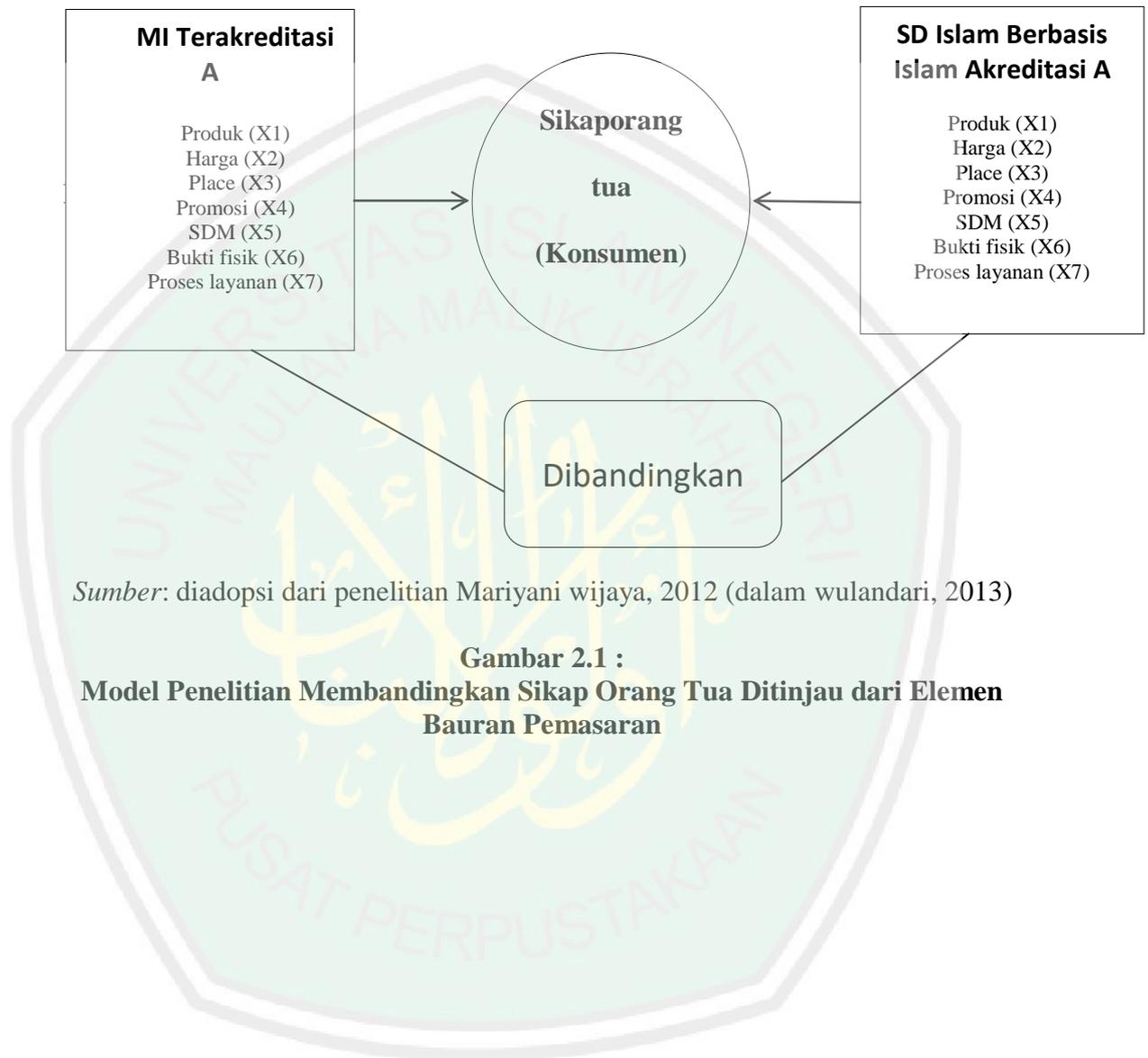
Artinya: “Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara Dusta "Ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah Tiadalah beruntung”.⁵¹

Berdasarkan ayat diatas dapat dipahami bahwa dalam membentuk sikap orang tua untuk memutuskan memilih sekolah, tidak dapat unsur kebohongan dalam mempromosikannya, kebohongan tersebut baik secara kualitas, biaya, serta proses yang dipromosikan sesuai dengan kondisi dan keadaan sebenarnya, sehingga tidak mengecewakan pilihan para orang tua.

⁵¹Kementrian Agama RI, Qur'an dan Terjemah, (Bandung: PT sygma examadia Arkaanlema), 280

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian diatas maka model konsep penelitian ini yaitu:



Sumber: diadopsi dari penelitian Mariyani wijaya, 2012 (dalam wulandari, 2013)

Gambar 2.1 :
Model Penelitian Membandingkan Sikap Orang Tua Ditinjau dari Elemen Bauran Pemasaran

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan statistik non parametrik berdasarkan data yang berbentuk ordinal serta penelitian ini ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan antara madrasah dan sekolah berbasis islam di Kabupaten Jombang. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diungkapkan pada bagian sebelumnya, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu sebuah penelitian yang menggunakan angka-angka atau statistik. Penelitian kuantitatif merupakan proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat analisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui dan bertujuan untuk menyusun suatu ilmu yang berupa membuat hukum-hukum dari generalisasinya.⁵² Sedangkan sifat dari penelitian ini adalah penelitian komparatif yaitu penelitian yang membandingkan keadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau dua waktu yang berbeda.⁵³ Adapun penerapan pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui perbedaan sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan islam ditinjau dari bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, SDM (*People*), bukti fisik (*physical evidence*), dan Proses.

⁵²Moh. Kasiran, *Metodologi Penelitian Kualitatif-kuantitatif*, (Malang, UIN Malang press, 2008), 149

⁵³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2014), hlm. 54

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian *ex post facto* yang bertujuan untuk menemukan penyebab kemungkinan perubahan perilaku, gejala atau fenomena yang disebabkan suatu peristiwa, perilaku dan hal hal yang menyebabkan perubahan.⁵⁴ Penelitian ini berusaha ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi sikap orang tua dalam menentukan pilihan sekolah menggunakan elemen bauran pemasaran. sehingga, elemen apa yang mempengaruhi pemilihan orang tua dalam memilih sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam antara MI dan SD berbasis Islam di Kabupaten Jombang.

B. Variabel Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian ini yaitu masalah komparatif yang membandingkan keberadaan satu atau lebih variabel pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda. Dalam hal ini metode komparatif yang dilakukan ialah 2 sampel Independen Non parametris. Sampel yang dimaksud dalam hal ini adalah obyek atau sasaran yang diukur yaitu mengukur sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam di MI dan SD Islam terakreditasi A di Jombang.

Sedangkan variabel yang digunakan adalah variabel independen atau lebih tepatnya variabel bebas, yang artinya tidak terkait satu sama lain dan bersumber dari data yang berbeda. Dalam hal ini sumber data berasal dari orang tua yang memilih lembaga MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang.

⁵⁴Widarto, Penelitian *Ex post Facto*, disampaikan pada kegiatan pelatihan metodologi pendidikan di fakultas teknik universitas negeri Yogyakarta. (2013: Malang), 03

C. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data dari variabel yang diteliti. Menurut Sugiono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁵⁵ Populasi pada penelitian ini yaitu terdiri dari para orang tua yang menyekolahkan anaknya di MI dan SD Islam akreditasi A.

Di Jombang jumlah lembaga MI yang terakreditasi A terdiri dari 43, sedangkan lembaga Sekolah berbasis Islam terdiri dari 5 sekolah. Dengan demikian, terlalu jauhnya jumlah populasi yang akan peneliti bandingkan, maka teknik pengambilan sampel digunakan metode purposive sampel, yaitu teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu.⁵⁶ Pengambilan sampel berada pada wilayah tertentu berdasarkan fenomena persaingan serta tercapainya tujuan penelitian ini. adapun karakteristik pengambilan sampel adalah:

1. Lembaga pendidikan MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A
2. Berada di Pusat kota Jombang
3. Jumlah siswa minimal 400

⁵⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* ((Bandung,Alfabeta, 2011), 57

⁵⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Kualitatif Pendekatan Suatu Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta,2002), 77

4. Jarak lokasi MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A radius kurang dari 2 Km

Dari karakteristik diatas, maka jumlah sampel yang didapat perhatikan tabel berikut;

Tabel 3.1
Jumlah Populasi dan Sampel

Populasi		Sampel	
MI	SD BI	MI	SD BI
43	5	3	3

Berdasarkan teknik pengambilan sampel, lembaga pendidikan yang terpilih sebagai sampel yaitu terdiri dari 3 lembaga MI yaitu; MIN 1 Jombang, MI Mujahidin, dan MI Muhamadiyah 01. Terdiri dari 3 lembaga pendidikan SD berbasis Islam yaitu; SD Islam Terpadu Al-ummah, SD Islam Terpadu Ruhul Jadid, SD Plus Darul Ulum. Berdasarkan sampel sekolah tersebut, maka yang akan menjadi responden dari penelitian ini yaitu berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a. Responden 1

Yaitu populasi yang terdiri dari para orang tua yang ada di MI terakreditasi A. Orang tua di ambil 50 orang dari masing-masing lembaga pendidikan MI, yakni Dengan kriteria sampel sebagai berikut, di ambil secara random;

- 1) Orang tua wali siswa yang bersedia menjadi responden\
- 2) Orang tua siswa minimal berpendidikan SMA

- 3) Orang tua yang memiliki anak yang sedang bersekolah di MI tersebut.

b. Responden II

Yaitu orang tua yang terdiri dari para orang tua di SD berbasis Islam terakreditasi A. Populasi ini terdiri dari beberapa sub populasi, yakni terbagi dalam beberapa kelas yaitu dengan kriteria sampel sebagai berikut, di ambil secara random:

- 1) Orang tua wali yang bersedia menjadi responden
- 2) Orang tua wali minimal berpendidikan SMA
- 3) Orang tua yang memiliki anak yang sedang bersekolah di SD berbasis Islam tersebut.

D. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode sebagai berikut;

1. Observasi

Menurut Hadi observasi diartikan sebagai pengalaman dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian. Pengamatan dan pencatatan yang dilakukan terhadap objek⁵⁷. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang kecenderungan sikap orang tua dalam memilih sekolah sehingga ada tidaknya perbedaan keduanya dapat diketahui.

⁵⁷Amirul Hadi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Pustaka Setia, 1998), 129.

Observasi di lakukan pada lembaga pendidikan yang telah dijadikan sampel. Sebelum penyebaran angket dilakukan, peneliti melakukan observasi terlebih dahulu tentang suasana dan kondisi lingkungan lembaga pendidikan, sehingga penyebaran angket dapat dilakukan tepat sasaran dan menjawab rumusan masalah yang telah disebutkan terdahulu.

2. Kuisioner

Angket yang dipersiapkan sesuai kebutuhan dan tujuan penelitian. Tipe angket yang diperlukan berisi daftar pertanyaan yang menghendaki responden memilih alternatif jawaban yang telah dipersiapkan. Teknik ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan.

3. Wawancara

Dalam penelitian ini, teknik wawancara digunakan sebagai penguatan hasil uji analisis data. Setelah angket di sebar kemudian diolah menggunakan metode analisis data. Setelah data dianalisis akan dibahas kedalam pembahasan. Pembahasan yang dipaparkan berdasarkan hasil analisis data statistik yang kemudian akan dikuatkan menggunakan teknik wawancara.

E. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan berupa angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner berisi tentang butiran pernyataan dan pertanyaan yang relevan dengan indikator masing-masing variabel penelitian. Butiran pernyataan dan pertanyaan tersebut diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial.⁵⁸ Dari setiap item instrumen tersebut memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, seperti berikut.

Tabel 3.2
Skala Penilaian untuk Variabel Sikap orang Tua

Penilaian	Angka skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu	3
tidak setuju	2
sangat tidak setuju	1

Dengan demikian dalam pengukuran variabel penelitian, responden diminta untuk menyatakan persepsinya dengan cara memilih salah satu alternative jawaban yang ada dalam skala satu sampai lima.

Adapun langkah-langkah pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut.

⁵⁸Sugiyono, *metode penelitian ...*, .107

1. Penyusunan kisi-kisi angket

Kisi-kisi disusun dalam bentuk matrik yang didalamnya tertuang konsep sikap orang tua memilih lembaga pendidikan islam yang ditinjau dari aspek bauran pemasaran. Selanjutnya konsep ini dijabarkan dalam indikator.

2. Penyusunan item angket

Item angket disusun berdasarkan kisi-kisi angket yang telah dibuat. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel bauran pemasaran terdiri dari 16 Indikator yang akan dijabarkan mejadi 48 item.

3. Kisi-kisi angket

Tabel 3.3

Kisi-kisi intrumen untuk mengukur sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan di Madrasah dan Sekolah Dasar Berbasis Islam di Jombang

No	Variabel	Indikator	Deskriptor
1.	Produk (X1)	Siswa berkualitas Kurikulum Ekstrakurikuler Pusat kegiatan masyarakat	Siswa 1) Memiliki prestasi dengan nilai diatas standar atau diatas KKM. 2) memiliki prestasi dalam kompetisi tertentu Sekolah 1) memiliki kurikulum sesuai dengan kebutuham siswa. 2) terdapat program KBM baru atau pengembangan kurikulum yang ada. 3) menggunakan kurikulum terbaru. Sekolah memiliki banyak kegiatan ekstrakurikuler yang dapat diikuti seluruh siswa sebagai pengembangan diri 3siswa. Sekolah bekerjasama dalam mengadakan kegiatan dengan melibatkan masyarakat setempat.

2	Harga (<i>Price</i>) (X2)	Uang masuk sekolah SPP Biaya ekstrakurikuler Biaya buku pelajaran	Biaya pendaftaran serta keperluan masuk seperti seragam, uang gedung, dll di awal masuk yang murah atau mahal. Biaya SPP bulanan atau semester yang murah atau mahal. Biaya kegiatan ekstrakurikuler. Biaya buku pelajaran KBM.
4	Lokasi (<i>Place</i>) (X3)	Lokasi strategis	1) Lokasi lembaga pendidikan mudah dijangkau oleh alat transportasi. 2) dekat dengan rumah orang tua.
5	Promosi (X4)	Kegiatan berhubungan dengan masyarakat Kontak langsung dengan calon siswa Iklan komentar dari mulut ke mulut	lembaga pendidikan sering mengadakan kegiatan bersama masyarakat dalam menarik minat orang tua. lembaga pendidikan mengadakan kegiatan promosi ke sekolah-sekolah jenjang usia dini untuk menarik minat orang tua. lembaga pendidikan menyebarkan informasi lembaga melalui brosur, radio, koran, TV maupun sosial media FB, maupun website. Promosi dari alumni atau orang lain atas kepuasan lembaga pendidikan kepada calon orang tua siswa.
6	SDM (<i>People</i>) (X5)	Kompetensi Kualifikasi akademik	Lembaga pendidikan memiliki tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yaitu , meliputi kompetensi pedagogis, kompetensi kepribadian, kompetensi profesional, dan kompetensi sosial. Lembaga pendidikan memiliki tenaga pendidik dan kependidikan yang telah menyelesaikan pendidikan minimal s1 yang sesuai.
7	Bukti fisik (<i>physical</i>)	Fasilitas Lingkungan	Lembaga pendidikan memiliki fasilitas lengkap baik prasarana

	<i>Evidence</i>) (X6)		maupun sarana untuk mendukung kegiatan KBM. Lembaga pendidikan memiliki 1) lingkungan bersih 2) lingkungan aman
8	Proses (X7)	Proses KBM Ketertiban Administrasi	1) Pengajaran yang diberikan oleh pendidik sesuai dengan kurikulum yang diterapkan. 2) siswa merasa nyaman dan bersemangat untuk belajar, 3) pembelajaran berjalan kondusif dan disiplin. Lembaga pendidikan memiliki pelayanan administrasi yang mudah, seperti pengurusan administrasi pembayaran, ataupun administrasi nilai.

F. Uji Validitas dan Riliabelitas

1. Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koefisien. Untuk mencari nilai validitas di sebuah item mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 16 for window korelasi *Product Moment*. Syarat tersebut menurut Sugiyono yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut⁵⁹.

- a. Jika $r_{hit} > 0,05$ maka item-item tersebut dinyatakan valid.

⁵⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* ((Bandung, Alfabeta, 2011), 133

- b. Jika $r_{hit} \leq 0,05$ maka item-item tersebut dinyatakan tidak valid.

Pada pengujian validitas ini, untuk mengetahui keabsahan kuesioner layak disebar ke pada responden penelitian, maka perlu adanya uji coba pengisian kuesioner. Pengujian validitas pada kuisisioner dilakukan pada dua lembaga pendidikan di MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A. Dari kedua lembaga tersebut diambil masing-masing 15 orang untuk mengetahui tingkat kevalidan dari angket.

Pengujian ini dilakukan agar ketika validasi dalam menggunakan software SmartPLS 03, terhindar dari banyaknya indikator yang terhapus. Dari hasil pengujian yang dilakukan kepada responden yang memiliki karakteristik yang sama, hasil uji validitas pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Uji Validitas Kuisisioner

Variabel	Butir pernyataan	Nilai r signifikan	Nilai r hitung	Keterangan
Produk	Produk1	0,05	0,006	Valid
	Produk2	0,05	0,000	Valid
	Produk3	0,05	0,019	Valid
	Produk4	0,05	0,136	Tidak valid
	Produk5	0,05	0,001	Valid
	Produk6	0,05	0,033	Valid
	Produk7	0,05	0,008	Valid
	Produk8	0,05	0,015	Valid
Biaya	Biaya1	0,05	0,018	Valid
	Biaya2	0,05	0,009	Valid
	Biaya3	0,05	0,008	Valid
	Biaya4	0,05	0,001	Valid
Lokasi	Lokasi1	0,05	0,002	Valid
	Lokasi2	0,05	0,000	Valid

	Lokasi3	0,05	0,000	Valid
Promosi	Promosi1	0,05	0,038	Valid
	Promosi2	0,05	0,003	Valid
	Promosi3	0,05	0,004	Valid
	Promosi4	0,05	0,021	Valid
	Promosi5	0,05	0,001	Valid
	Promosi6	0,05	0,117	Tidak valid
	Promosi7	0,05	0,000	Valid
SDM (<i>people</i>)	People1	0,05	0,000	Valid
	People2	0,05	0,001	Valid
	People3	0,05	0,003	Valid
	People4	0,05	0,000	Valid
Bukti fisik (<i>Physical Evidence</i>)	Bukti fisik1	0,05	0,000	Valid
	Bukti fisik2	0,05	0,000	Valid
	Bukti fisik3	0,05	0,000	Valid
	Bukti fisik4	0,05	0,000	Valid
Proses	Proses1	0,05	0,000	Valid
	Proses2	0,05	0,001	Valid
	Proses3	0,05	0,015	Valid
	Proses4	0,05	0,078	Valid
	Proses5	0,05	0,078	Tidak valid

Sumber : data olahan 2018 (terlampir)

Dari tabel 3.4 dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan masing-masing variabel memiliki nilai r hitung $> 0,05$. Artinya adalah bahwa indikator yang valid berjumlah 38 item, sedangkan item yang tidak valid berjumlah 5 item pernyataan. Artinya, terdapat 38 indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap lembaga pendidikan Islam di Madrasah Ibtidaiyah dan Sekolah dasar berbasis Islam di Jombang.

2. Uji Reliabelitas

Sama halnya dengan pengujian validitas, pengujian reabilitas juga dilakukan secara statistik yaitu dengan menghitung besarnya *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang digunakan sebagai indikator dari variabel. Jika koefisien alpha yang dihasilkan $\geq 0,6$, maka indikator tersebut dikatakan reliable atau dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Formula Alpha Cronbach dan dengan menggunakan program SPSS versi 16.0. Sama halnya pengujian sampel responden yang digunakan untuk pengujian validitas, responden tersebut juga digunakan dalam pengujian reliabilitas, yaitu di dua lembaga pendidikan Islam.

Tabel 3.5
Uji Reliabilitas kuisioner

Variabel	Koefisien batas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Produk	0,600	0,677	Reliabel
Harga	0,600	0,853	Reliabel
Lokasi	0,600	0,624	Reliabel
Promosi	0,600	0,649	Reliabel
SDM (People)	0,600	0,833	Reliabel
Physical evidence	0,600	0,780	Reliabel
Proses	0,600	0,732	Reliabel

Sumber: data olahan 2018 (terlampir)

Dari tabel 3.5 dapat diketahui nilai reliabilitas seluruh variabel $\geq 0,6$, yang artinya bahwa alat ukur yang digunakan mengukur sikap orang tua terhadap lembaga pendidikan Islam di MI dan SD Islam terakreditasi A di Jombang.

G. Analisis data

Analisis data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Para peneliti berpendapat bahwa tidak ada cara yang paling benar secara absolute untuk mengorganisasi, menganalisis, dan menginterpretasikan data. Karena itu, maka prosedur analisis data dalam penelitian disesuaikan dengan tujuan penelitian. Untuk memudahkan dalam analisa data metode yang digunakan adalah metode statistik.⁶⁰ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui masing-masing faktor yang paling mempengaruhi sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Islam tingkat dasar terakreditasi A serta menganalisis adanya perbedaan sikap pada pelihan keduanya. Dalam hal ini, peneliti akan menganalisis hasil data *mean* pada setiap hasil perhitungan data variabel bebas yang diperoleh berasal dari dua sampel yaitu data dari orang tua di MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang. Analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah di uraikan pada bab sebelumnya. Hipotesis 1 dan 2 merupakan hipotesis deskriptif sehingga akan dianalisis sesuai dengan statistik nonparametrik karenaada tidaknya dugaan perbedaan signifikan antar nilai kelompok dalam satu sampel yaitu di MI atau SD berbasis Islam.⁶¹

Untuk mengetahui perbedaan dua sampel tersebut berdasarkan hipotesis komparatif pada hipotesis 3 merupakan dugaan ada dan tidaknya perbedaan secara signifikan pada dua kelompok. Adapun jenis data pada penelitian ini merupakan

⁶⁰ Syafizal Hemi Situmorang, et. all, *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, (Medan : USU Press, 2010), 9

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* ((Bandung,Alfabeta, 2011),150

data ordinal. Untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen yang datanya berbentuk ordinal maka teknik statistik yang digunakan adalah *uji mann whitney u test*.

Uji Mann-Whitney U Test merupakan uji statistik non parametrik yang digunakan pada data ordinal atau interval. Uji Mann Whitney U test digunakan untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan 2 antara rata-rata dua sampel data yang saling independen.

Pada penelitian ini Uji Mann- Whitney U test digunakan untuk mengetahui adanya perbedaan sikap orang tua terhadap lembaga pendidikan madrasah Ibtidaiyah dan Sekolah Dasar berbasis Islam terakreditasi A di Jombang.

Adapun syarat dalam melakukan uji *mann whitney u test* ini yaitu:

1. Skala data berdistribusi normal dengan melakukan uji normalitas terlebih dahulu menggunakan uji kolmogorov Smirnov karena data lebih dari 200 sampel, dengan nilai signifikan dibawah 0,05 berarti data data yang akan di uji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, yang berarti data tersebut tidak normal.
2. Berasal dari 2 kelompok, yaitu kelompok orang tua yang ada di lembaga pendidikan MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang.
3. Data pada variabel independen berasal dari 2 kelompok yang berbeda dan tidak berpasangan.
4. Kedua kelompok memiliki varians yang sama melalui uji homogen menggunakan *levene's Test* dengan nilai sig > 0,05.

5. Untuk menentukan diterima atau ditolaknya suatu hipotesis maka pada uji

Mann-Whitney U test dapat dilihat dari kriteria berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Responden

1. Madrasah Ibtidaiyah dan SD Berbasis Islam di Jombang

Di Jombang terdapat MI sebanyak 274 lembaga pendidikan baik negeri maupun swasta. Istilah Madrasah merupakan lembaga pendidikan bercir Islam yang di naungi oleh departemen agama. Jumlah madrasah yang terakreditasi A terdapa 43 lembaga.

SD di Jombang terdapat 550 lembaga pendidikan. Sekolah dasar merupakan lembaga pendidikan umum yang di naungi oleh dinas pendidikan. Dari banyaknya sekolah umum ini terdapat beberapa sekolahan yang bercirikan Islam yaitu terdapat 33 Sekolah dasar berbasis Islam, serta SD berbasis Kristen 5 lembaga pendidikan. Dari 33 lembaga SD berbasis Islam hanya 5 lembaga yang memiliki nilai akreditasi A.

Hasil penelitian ini akan menguraikan tahapan penelitian dari awal sampai akhir, pada tahap awal akan dijelaskan metode pengumpulan data sedangkan tahap akhir akan dipaparkan pengujian hipotesis.

2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terdapat pada dua jenis lembaga pendidikan Islam, yaitu Madrasah dan SD berbasis Islam. Berdasarkan teknik sampel yang telah diuraikan di atas, bahwa yang menjadi responden dalam

penelitian ini yaitu orang tua. adapun berikut merupakan daftar lembaga pendidikan Islam yang di jadikan responden dalam penelitian ini:

- a. MI Mujahidin
- b. MIN 1 Jombang
- c. MI 1 Muhammadiyah Jombang
- d. SD IT Al-Ummah
- e. SD IT Ar-Ruhul Jadid
- f. SD Plus Darul Ulum

Ke enam lembaga tersebut merupakan lembaga yang terakreditasi A dan memiliki radius saling dekat, ke-enamnya terdapat di pusat kota jombang dengan jumlah murid yang banyak. Berdasarkan teknik *purposive sampling* dari jumlah populasi MI dan SD maka sampelnya sebagai berikut beserta jumlah respondennya, Perhatikan tabel berikut:

Tabel 4.1
Jumlah responden

Sekolah	Jumlah	Kode
MI Mujahidin	50	1
MIN 1 Jombang	50	1
MI 1 Muhammadiyah	50	1
SD IT Al-Ummah	50	2
SD IT Ar-Ruhul Jadid	50	2
SD Plus Darul Ulum	50	2
Jumlah	300	

B. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Variabel Produk (X1)

Berdasarkan 7 indikator sikap orang tua, maka dapat direkapitulasi dan ditabulasi. Hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2
Distribusi Jawaban variabel Produk lembaga pendidikan di MI
Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Siswa di lembaga pendidikan Jombang memiliki prestasi belajar dengan nilai diatas standar atau KKM.	-	1	13	70	66	4,34
2	Siswa di lembaga pendidikan memiliki prestasi dalam kompetisi tertentu seperti olimpiade, Porseni, atau kejuaraan lomba lainnya.	-	1	14	79	56	4,27
3	Lembaga pendidikan sudah menggunakan kurikulum 2013.	-	1	18	77	54	4,23
4	Program kegiatan belajar mengajar berlangsung secara inovatif dan kreatif.	-	-	11	77	62	4,27
5	Lembaga pendidikan memiliki banyak kegiatan ekstrakurikuler.	-	-	14	78	58	4,34
6	Kegiatan Ekstrakurikuler merupakan kegiatan pengembangan diri pada siswa.	-	-	14	78	59	4,29
7.	Sekolah sering mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar lembaga pendidikan.	-	6	17	81	46	4,11

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di SDI

Dari tabel 4.2 memiliki nilai rata-rata di atas 4,00 yang menunjukkan bahwa dalam menentukan sikap memilih lembaga pendidikan, orang tua menjadikan sikap sebagai pertimbangan yang sangat penting. Nilai rata-

paling tinggi terdapat pada indikator Siswa di lembaga pendidikan Jombang memiliki prestasi belajar dengan nilai diatas standar atau KKM dengan nilai 4,34.

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Variabel Produk Lembaga Pendidikan di SD Berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Siswa di lembaga pendidikan Madrasah Jombang memiliki prestasi belajar dengan nilai diatas standar atau KKM.	-	1	16	71	62	4,29
2	Siswa di lembaga pendidikan Madrasah Jombang memiliki prestasi dalam kompetisi tertentu seperti olimpiade, Porseni, atau kejuaraan lomba lainnya.	-	-	21	77	52	4,21
3	Lembaga pendidikan sudah menggunakan kurikulum 2013.	-	-	15	79	56	4,27
4	Program kegiatan belajar mengajar di lembaga pendidikan Islam berlangsung secara inovatif dan kreatif.	-	-	5	78	67	4,41
5	Lembaga pendidikan memiliki banyak kegiatan ekstrakurikuler.	-	-	5	95	50	4,30
6	Kegiatan Ekstrakurikuler merupakan kegiatan pengembangan diri pada siswa.	-	-	12	78	60	4,32
7	Sekolah sering mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar lembaga pendidikan.	1	5	22	79	43	4,05

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di MI

Dari hasil tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dalam variabel produk rata-rata nilai sangat tipis antara indikator satu dan yang lain, hal ini membuktikan

sikap orang tua setuju dalam memutuskan sikapnya dalam memilih sekolah berdasarkan produk merupakan pertimbangan yang penting. Nilai paling tinggi terdapat pada indikator 4 yaitu Program kegiatan belajar mengajar di lembaga pendidikan Islam berlangsung secara inovatif dan kreatif dengan nilai 4,41.

2. Variabel Biaya (X₂)

Berdasarkan 4 indikator sikap orang tua, maka dapat direkapitulasi dan ditabulasi. Hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4
Distribusi Jawaban variabel Biaya lembaga pendidikan di MI Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Biaya masuk lembaga pendidikan relatif murah	-	1	11	72	66	4,35
2	Biaya SPP di lembaga pendidikan Islam tergolong ringan.	-	1	16	69	64	4,31
3	Biaya kegiatan ekstrakurikuler di lembaga pendidikan Islam relatif murah.	-	-	17	73	60	4,29
4	Biaya peralatan sekolah seperti buku, LKS, serta alat pembelajaran lainnya tergolong ringan.	-	2	16	72	60	4,27

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di SDI

Dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa rata-rata diatas 4,00, sehingga dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel biaya tergolong rendah baik biaya spp dan biaya masuk tergolong ringan. Nilai yang paling tinggi yaitu 4,35 yaitu indikator biaya masuk pendaftaran tergolong ringan.

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban variabel Biaya lembaga pendidikan di SD Berbasis Islam
Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Biaya masuk lembaga pendidikan Jombang relatif murah	-	13	13	88	36	3,98
2	Biaya SPP lembaga pendidikan Islam di Jombang tergolong ringan.	-	12	14	91	33	3,97
3	Biaya kegiatan ekstrakurikuler lembaga pendidikan Islam di Jombang relatif murah.	-	5	20	81	44	4,09
4	Biaya peralatan sekolah seperti buku, LKS, serta alat pembelajaran lainnya tergolong ringan.	-	4	25	76	45	4,08

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di MI

Dari Tabel 4.5 menunjukkan bahwa rata-rata mendekati 4 dan terdapat dua indikator dibawah 4 sehingga menunjukkan nilai dibawah empat, sedangkan dua indikator lainnya bernilai 4 yang menunjukkan bahwa nilai yang tinggi terletak biaya SPP dan kegiatan Ekstrakurikuler relatif ringan.

3. Variabel Lokasi (X3)

Berdasarkan 3 indikator variabel lokasi, maka dapat direkapitulasi dan ditabulasi. Hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban variabel Lokasi lembaga pendidikan
di MI Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Lokasi MI di Jombang berada di pusat kota jombang.	-	12	17	61	60	4,13
2	Lokasi MI diJombang mudah di jangkau alat transportasi baik pribadi atau umum.	-	1	9	77	63	4,35
3	Lokasi di MI dekat dengan rumah saya	-	1	15	72	62	4,30

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di SDI

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai berada nilai di atas rata 4,00 . pada variabel lokasi yang memiliki nilai tertinggi yaitu indi kator dua yaitu Lokasi MI mudah di jangkau alat transportasi baik pribadi atau umum dengan nilai 4,35.

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban variabel lokasi lembaga pendidikan di SD Berbasis Islam
Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Lokasi Sekolah di Jombang berada di pusat kota jombang.	-	3	16	73	58	4,24
2	Lokasi Sekolah Jombang mudah di jangkau alat transportasi baik pribadi atau umum.	-	16	11	86	37	3,96
3	Lokasi Sekolah dekat dengan rumah saya	1	16	22	53	58	4,01

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di MI

Dari tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa 3 indikator variabel lokasi yang memiliki nilai rata kurang dari 4 hanya pada indikator ke dua yaitu lokasi madrasah mudah dijangkau menggunakan alat transport yang mudah,

sedangkan indikator yang memiliki nilai tertinggi terletak pada indikator 1 dengan nilai 4,24 yaitu Lokasi SD berbasis Islam di Jombang berada di pusat kota jombang.

4. Variabel promosi (X4)

Berdasarkan 6 indikator variabel promosi, maka dapat direkapitulasi dan ditabulasi. Hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban variabel Promosi lembaga pendidikan di MI Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1 STS	2 TS	3 R	4 S	5 SS	
1	Saya memilih MI karena sering mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar sekolah	-	8	11	72	59	4,21
2	Saya memilih MI karena kegiatan promosi langsung atau sosialisasi kepada siswa di TK/RA.	1	7	16	72	54	4,14
3	Saya tertarik memilih MI melalui brosur dan banner pendaftaran yang tersebar.	-	7	18	63	62	4,20
4	Saya tertarik memilih MI di Jombang karena iklan di siaran radio atau sosial media online seperti <i>website</i> atau <i>facebook</i> .	3	17	21	49	60	3,97
5	Saya tertarik memilih Saya memilih MI karena komentar baik dari alumni/lulusan	1	6	18	67	58	4,17
6	Saya tertarik memilih sekolah karena komentar kepuasan orang lain terhadap lembaga MI	-	7	16	65	62	4,21

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di MI

Dari tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa rata-rata indikator variabel promosi terletak di atas nilai 4,00, sehingga mencerminkan salah satu kecenderungan memilih lembaga pendidikan kecuali indikator nomor 4 dengan nilai 3,97. Nilai tertinggi pada variabel promosi terdapat pada indikator 1 dan 6 yang memiliki nilai yang sama 4,21 yaitu memilih sekolah karena komentar kepuasan orang lain terhadap MI dan memilih di MI karena sering mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar sekolah.

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban variabel Promosi lembaga pendidikan
di SD Berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Saya memilih di SD berbasis Islam karena sering mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar Madrasah	9	64	43	32	2	3,31
2	Saya memilih di SD berbasis Islam karena kegiatan promosi langsung atau sosialisasi kepada siswa di TK/RA.	8	65	26	47	4	3,17
3	Saya tertarik memilih SD berbasis Islam melalui brosur dan banner pendaftaran yang tersebar.	8	65	26	47	4	3,21
4	Saya tertarik memilih SD berbasis Islam karena iklan di siaran radio atau sosial media online seperti <i>website</i> atau <i>facebook</i> .	4	58	37	49	2	2,91
5	Saya tertarik memilih Saya memilih di SD berbasis Islam karena komentar baik alumni/lulusan dari Madrasah	1	17	16	96	20	3,78

6	Saya tertarik memilih SD berbasis Islam karena komentar kepuasan orang lain terhadap lembaga Madrasah	-	11	13	100	26	3,94
---	---	---	----	----	-----	----	------

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di MI

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata pada variabel promosi berada di bawah 4,00. Dan nilai tertinggi yang mendekati 4,00 atau setuju adalah indikator memilih Madrasah karena komentar kepuasan orang lain terhadap lembaga SD berbasis Islam dengan nilai 3,94.

5. Variabel people/SDM (X6)

Berdasarkan 4 indikator variabel People/SDM, maka dapat direkapitulasi dan ditabulasi. Hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.10
Distribusi jawaban responden pada variabel *People/SDM* di MI Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Guru MI menggunakan metode belajar yang kreatif dan inovatif	-	3	15	59	73	4,35
2	Guru dan staf di MI ramah, sopan, serta berpenampilan rapi.	-	-	13	67	70	4,38
3	Guru dan staf di MI di Jombang memiliki kedisiplinan dan ketertiban yang tinggi	-	2	16	58	74	4,36
4	Guru dan staf MI rata-rata berijazah sarjana yang sesuai.	-	1	18	73	58	4,25

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di SDI

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata pada variabel memiliki nilai di atas 4,00. Artinya sikap orang tua memilih lembaga pendidikan, variabel *people/SDM* bagian dari pertimbangan telah di setuju. Rata-rata

tertinggi terdapat pada indikator 2 yaitu Guru dan staf di MI ramah, sopan, serta berpenampilan rapi dengan nilai 4,38.

Tabel 4.11
Distribusi jawaban responden pada variabel *People/SDM*
di SD Berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Guru SD berbasis Islam menggunakan metode belajar yang kreatif dan inovatif	-	-	20	80	50	4,20
2	Guru dan staf di SD berbasis Islam sopan, serta berpenampilan rapi.	-	-	27	63	60	4,22
3	Guru dan staf di SD berbasis Islam memiliki kedisiplinan dan ketertiban yang tinggi	-	1	14	80	55	4,26
4	Guru dan staf SD berbasis Islam rata-rata berijazah sarjana yang sesuai.	-	2	24	88	36	4,05

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di MI

Dari tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai di atas rata-rata 4,00, menunjukkan bahwa variabel *people* merupakan salah satu pertimbangan penting dalam memilih lembaga pendidikan di MI. Nilai tertinggi terdapat pada indikator 3 yaitu guru dan staf di SD berbasis Islam memiliki kedisiplinan dan ketertiban yang tinggi dengan nilai sebesar 4,22.

6. Variabel Bukti fisik/ *Physical evidence* (X6)

Berdasarkan 4 indikator pada variabel bukti fisik/*Physical evidence* rekapitulasi jawaban responden sebagai berikut.

Tabel 4.12
Distribusi jawaban responden variabel bukti fisik/*Physical evidence*
di MI Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Lembaga pendidikan memiliki sarana prasarana yang cukup memadai	-	-	8	76	66	4,39
2	Lembaga pendidikan memiliki fasilitas lengkap untuk mendukung kegiatan belajar	-	-	17	71	62	4,30
3	Miliki lingkungan yang bersih	-	4	13	65	68	4,31
4	Memiliki kondisi yang aman untuk anak belajar	-	-	13	82	55	4,28

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di SDI

Dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai rata-rata pada indikator variabel bukti fisik menunjukkan nilai di atas 4,00, sehingga dapat dipahami bahwa bukti fisik pada variabel ini telah di setujui oleh orang tua dalam mempertimbangkan memilih lembaga pendidikan. Nilai tertinggi menunjukkan 4,39 yaitu bahwa lembaga di MI memiliki sarana pra sarana yang memadai.

Tabel 4.13
Distribusi jawaban responden variabel bukti fisik/*Physical evidence*
di SD Berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Lembaga pendidikan memiliki sarana prasarana yang cukup memadai	-	6	25	78	41	4,03
2	Lembaga pendidikan memiliki fasilitas lengkap untuk	-	5	27	79	39	4,01

	mendukung kegiatan belajar						
3	Miliki lingkungan yang bersih	1	3	23	91	32	4,00
4	Memiliki kondisi yang aman untuk anak belajar	-	1	22	70	57	4,22

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di MI

Dari tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai rata-rata pada indikator variabel bukti fisik menunjukkan nilai di atas 4,00, sehingga dapat dipahami bahwa bukti fisik pada variabel ini telah di setuju oleh orang tua dalam mempertimbangkan memilih lembaga pendidikan. Nilai tertinggi menunjukkan 4,22 yaitu bahwa lembaga SD Berbasis Islam Memiliki kondisi yang aman untuk anak belajar.

7. Variabel Proses (X7)

Berdasarkan 4 indikator pada variabel proses (X7) maka data rekapitulasi jawaban responden sebagai berikut.

Tabel 4.14

Distribusi jawaban responden variabel proses di MI Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1 STS	2 TS	3 R	4 S	5 SS	
1	Kegiatan belajar di sekolah menjadikan siswa nyaman belajar	-	-	13	77	60	4,31
2	Kegiatan belajar di Sekolah menjadikan siswa merasa bersemangat belajar.	-	-	17	77	56	4,26
3	Sekolah memiliki pelayanan administrasi pendaftaran yang mudah	-	1	12	75	62	4,32
4	Sekolah memberikan pelayanan administrasi pembayaran yang mudah	-	-	1	115	34	4,22

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di SDI

Dari tabel 4.14 menunjukkan nilai rata-rata pada indikator variabel proses menunjukkan di atas 4,00, yang menunjukkan bahwa pada variabel ini telah di setujui oleh orang tua dalam mempertimbangkan memilih lembaga pendidikan Islam. Nilai tertinggi menunjukkan 4,32 yaitu madrasah memiliki pelayanan administrasi pendaftaran yang mudah.

Tabel 4.15
Distribusi jawaban responden variabel proses di SD Berbasis Islam
Terakreditasi A di Jombang

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean
		1	2	3	4	5	
		STS	TS	R	S	SS	
1	Kegiatan belajar di sekolah menjadikan siswa nyaman belajar	-	1	5	105	39	4,21
2	Kegiatan belajar di madrasah menjadikan siswa merasa bersemangat belajar.	-	1	6	99	44	4,24
3	madrasah memiliki pelayanan administrasi pendaftaran yang mudah	-	3	11	95	39	4,11
4	Madrasah memberikan pelayanan administrasi pembayaran yang mudah	2	0	12	95	41	4,15

Sumber: Hasil Penyebaran Angket menggunakan kuesioner tahun 2018 di MI

Dari tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai rata-rata pada variabel proses di atas 4,00, yang menunjukkan bahwa pada variabel ini telah di setujui oleh orang tua dalam mempertimbangkan memilih lembaga pendidikan Islam. Nilai tertinggi menunjukkan 4,24 yaitu Kegiatan belajar di SD berbasis Islam menjadikan siswa merasa bersemangat belajar.

C. Pengujian Hipotesis

Adapun berdasarkan landasan dan metode penelitian pada bab sebelumnya, maka pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis ini dilakukan pada responden 1, yaitu para orang tua yang menyekolahkan anak-anak mereka di MI terakreditasi A di Jombang. Rumusan masalah dalam hipotesis 1 merupakan rumusan masalah yang bersifat deskriptif, sehingga dalam menjawab rumusan tersebut dengan cara mendeskripsikan hasil perhitungan dari data yang telah diperoleh dari responden yaitu orang tua yang ada di lembaga pendidikan MI Terakreditasi A di Jombang.

Adapun faktor yang mempengaruhi orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Islam di MI terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran. Pada variabel produk nilai mean keseluruhan indikator menunjukkan nilai sebesar 4,26. Pada variabel biaya nilai mean keseluruhan indikator sebesar 4,30. Pada variabel lokasi nilai mean keseluruhan indikator sebesar 4,26. Pada variabel promosi 4,15. Pada variabel *People/SDM* nilai mean keseluruhan indikator sebesar 4,34. Pada variabel *physical evidence*/bukti fisik nilai mean keseluruhan sebesar 4,32. Pada variabel proses nilai mean keseluruhan indikator sebesar 4,28.

Dari besaran nilai masing-masing data variabel yang telah di uraikan diatas dapat diketahui bahwa faktor yang paling mempengaruhi orang tua

dalam memilih lembaga pendidikan Islam di SD berbasis Islam terakreditasi A adalah pada variabel *people*/SDM sebesar 4,34 dan pada variabel *physical evidence*/bukti fisik sebesar 4,32.

2. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis ini dilakukan pada responden 2, yaitu para orang tua yang menyekolahkan anak-anak mereka di SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang. Rumusan masalah dalam hipotesis 2 merupakan rumusan masalah yang bersifat deskriptif, sehingga dalam menjawab rumusan tersebut dengan cara mendeskripsikan hasil perhitungan dari data yang telah diperoleh dari responden yaitu orang tua yang ada di lembaga pendidikan SD berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang.

Adapun faktor yang mempengaruhi orang-orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Islam SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran. Pada variabel produk nilai mean keseluruhan indikator menunjukkan 4,30. Pada variabel biaya nilai rata keseluruhan indikator sebesar 4,03. Pada variabel lokasi nilai rata keseluruhan indikator sebesar 4,07. Pada variabel promosi nilai rata keseluruhan indikator sebesar 3,39. Pada variabel *people*/SDM nilai rata keseluruhan indikator sebesar 4,17. Pada variabel *physical evidence* / bukti fisik nilai rata keseluruhan indikator sebesar 4,06. Pada variabel proses nilai rata keseluruhan indikator sebesar 4,19.

Dari besaran nilai yang telah di uraikan menunjukkan bahwa nilai yang paling besar ditunjukkan oleh variabel produk yaitu 4,30 dan variabel proses yaitu 4,19.

3. Pengujian Hipotesis 3

Pada pengujian hipotesis ini merupakan uji perbedaan dari dua lembaga pendidikan di MI dan SD berbasis Islam Terakreditasi A. Uji beda ini menggunakan uji Mann Whitney dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 16.0. dengan memenuhi asumsi uji normalitas, homogenitas, barulah menguji perbedaan.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui penyebaran data pada responden berdistribusi normal atau tidak. Adapun uji normalitas ini menggunakan uji kolmogorov smirnov karena data sampel lebih dari 200. Berikut hasil uji normalitas yang telah dilakukan.

Tabel. 4.16

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	X1	x2	x3	x4	x5	x6	x7
N	300	300	300	300	300	300	300
Normal Parameters ^a							
Mean	29.86	16.67	12.49	22.62	17.04	16.77	16.91
Std. Deviation	3.572	2.374	1.976	4.421	2.308	2.341	1.906
Most Extreme Differences							
Absolute	.105	.156	.175	.076	.140	.174	.197
Positive	.097	.137	.111	.055	.117	.124	.197
Negative	-.105	-.156	-.175	-.076	-.140	-.174	-.189
Kolmogorov-Smirnov Z	1.818	2.703	3.038	1.319	2.425	3.022	3.420
Asymp. Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.062	.000	.000	.000

Ket : hasil hitungan uji normalitas kolmogorov smirnov menggunakan SPSS versi 0.16

Dari tabel diatas yang menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu data memiliki perbedaan yang signifikan, sehingga berdistribusi tidak normal pada variabel X1, X2, X3, X5, X6, dan X7. Sedangkan pada X4 menunjukkan satu nilai sig diatas 0,05. Artinya untuk uji ini termasuk pada kategori non parametrik.

b. Uji homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya variansi yang sama terhadap dua kelompok yang berbeda melalui uji homogen menggunakan *levene's Test* dengan nilai sig > 0,05. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut.

Tabel. 4.17**Uji homogenitas *Levene's Test***

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X1	.849	1	298	.357
x2	.170	1	298	.680
x3	2.623	1	298	.106
x4	1.609	1	298	.206
x5	.000	1	298	.987
x6	1.723	1	298	.190
x7	1.072	1	298	.301

*Ket : hasil hitungan uji homogenitas *Levene's Test* SPSS versi 0.16*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan menunjukkan kelompok tersebut memiliki variansi data yang sama dengan X1 menunjukkan nilai sig 0,357, sedangkan X2 menunjukkan nilai sig 0,680, X3 menunjukkan nilai sig 0,106, X4 menunjukkan nilai sig 0,206, dan X5 menunjukkan nilai sig 0,987, dan X6 menunjukkan nilai sig 0,190, dan X7 menunjukkan nilai sig 0,301. Dari nilai signifikan $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa ketujuh variabel tersebut memiliki variansi yang sama, sehingga pengujian analisis perbedaan selanjutnya menggunakan uji *Mann Whitney u-test*.

c. Uji Analisis perbedaan

Berdasarkan uji normalitas dan homogenitas diatas, merupakan uji syarat peneliti untuk memilih metode analisis perbedaan yang digunakan. Adapun berdasarkan hasil uji normalitas dan homogenitas memenuhi syarat pengujian analisis menggunakan uji

mann whitney u-test. Adapun hasil uji analisis mann whitney sebagai berikut.

Tabel 4.18
Uji Mann Whitney U-Test

Test Statistics^a

	Produk	Harga	Lokasi	promosi	SDM	bukti fisik	prose
Mann-Whitney U	1.119E4	7.936E3	9.892E3	4.414E3	9.480E3	8523.000	9.498E3
Wilcoxon W	2.252E4	1.926E4	2.122E4	1.574E4	2.081E4	1.985E4	2.082E4
Z	-.080	-4.489	-1.845	-9.128	-2.396	-3.702	-2.413
Asymp. Sig. (2-tailed)	.936	.000	.065	.000	.017	.000	.016

a. Grouping Variable: sikap orang tua

Sumber : olahan data SPSS versi 16.0 tahun 2018

Dari tabel 4.18 menunjukkan hasil perhitungan Uji Mann Whitney U- Test menggunakan software spss 16.0. nilai signifikan dari uji perbedaan ini yaitu terdapat perbedaan jika nilai signifikan nilai hitung $< 0,05$ dan tidak terdapat perbedaan jika nilai hitung $> 0,05$. Uraianya sebagai berikut.

- 1) Tidak terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel Produk, dengan nilai signifikan $p\text{-value} 0,936 > 0,05$.
- 2) Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam A di tinjau dari variabel harga, dengan nilai signifikan $p\text{-value} 0,000 < 0,05$.

- 3) Tidak terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel lokasi, dengan nilai signifikan $p\text{-value}0,065 > 0,05$.
- 4) Terdapat sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel Promosi, dengan nilai signifikan $p\text{-value}0,000 < 0,05$.
- 5) Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel *people*, dengan nilai signifikan $p\text{-value}0,017 < 0,05$.
- 6) Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel Bukti fisik, dengan nilai signifikan $p\text{-value}0,000 < 0,05$.
- 7) Terdapat Perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel proses, dengan nilai signifikan $p\text{-value}0,016 < 0,05$.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Faktor yang paling mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam di MI Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran.

Adapun hasil temuan penelitian sesuai paparan data pada bab 4 berdasarkan elemen bauran pemasaran, faktor yang paling mempengaruhi orang tua dalam memilih lembaga pendidikan MI Terakreditasi A di Jombang yaitu *faktor pertama*, SDM/People yang ada di lembaga dengan nilai rata 4,34 dari nilai data skala 1-5, artinya orang tua memilih lembaga pendidikan Islam di MI sangat mempertimbangkan siapa orang yang menjadi staf pendidik maupun staf kependidikan yang ada di MI. Dalam hal ini orang berfungsi sebagai penyedia jasa pendidikan, artinya sebagai penyedia jasa, orang tua memilih lembaga pendidikan berdasarkan kualitas sumberdaya manusia yang terdapat dalam lembaga tersebut.

Sumber daya manusia tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang berkualitas serta profesional mendukung adanya program pendidikan untuk menghasilkan produk yang berkualitas.⁶² Artinya produk yang berkualitas tidak lepas dari adanya sumberdaya manusia yang mendukung dalam menjalankan program pendidikan. Sejalan dengan hasil temuan Muhyidin

⁶²Hadi, N. (2015). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-kanak Islam Terpadu (TK IT)* Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3). (halaman unnesa.ac.id) di akses pada 10 Desember 2018

yang dilakukan di perguruan tinggi bahwa variabel *people* berpengaruh signifikan terhadap mahasiswa memilih perguruan tinggi. Artinya, kualitas dan penampilan tenaga pengajar/dosen, latar belakang pendidikan tenaga pengajar/dosen, penampilan tenaga pengajar/dosen dan karyawan, dan adanya staf keamanan yang ditawarkan.⁶³ Sedangkan dalam penelitian Septhevian menghasilkan temuan bahwa kualitas guru dan pengajaran tidak memiliki pengaruh terhadap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan di SD swasta dan negeri di Surakarta.⁶⁴

Indikator dengan nilai tertinggi pada variabel *people* yaitu terdapat pada guru dan staf di MI ramah, sopan serta berpenampilan rapi dengan nilai 4,38, yang artinya bahwa para orang tua memilih lembaga pendidikan berdasarkan kepribadian guru. Dalam hal kompetensi telah terdapat dalam UU nomor 14 tahun 2005 tentang Kompetensi guru sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 meliputi kompetensi pedagogik, kompetensi kepribadian, kompetensi sosial, dan kompetensi profesional yang diperoleh melalui pendidikan profesi.⁶⁵

Sebagaimana yang disebutkan oleh Tilaar yang menggagas profil guru profesional abad 21 yaitu; 1) memiliki kepribadian yang matang dan berkembang (*mature and developing personality*) sebagaimana dirumuskan Master *'professionalism is predominantly an attitude, not a set of competencies only*, yang berarti bahwa seorang guru profesional adalah

⁶³Muhyidin, U. (2015). *Pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta di Jawa Barat*. akses di [www.google scholar](http://www.google.com)

⁶⁴ Septhevian, Rani. (2014). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orangtua dalam Memilih Sekolah Dasar (SD)*. Jurnal Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. p.1-14

⁶⁵Undang-Undang nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen, pada pasal 10 ayat (1)

pribadi-pribadi unggul dan terpilih. 2) menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi yang kuat. 3) menguasai keterampilan untuk membangkitkan minat dan potensi peserta didik. 4) pengembangan profesi yang berkesinambungan.⁶⁶

Dengan adanya tenaga pendidik dan karyawan yang profesional dapat memberikan kepercayaan masyarakat, sejalan dengan pendapat Hadi yang menyatakan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh orangtua cenderung lebih bersifat cerdas, suka memilih, lebih menuntut, mempelajari dengan baik produk atau layanan yang ditawarkan, kesetiiaannya rendah, sangat peduli dengan kualitas, serta mencari nilai yang tertinggi dan harga yang pantas.⁶⁷ Dalam penelitian Bosetti menunjukkan bahwa para orang tua mendasarkan pilihan sekolah pada relasi sosial dan kunjungan secara langsung, dan berdiskusi secara mendalam tentang pendidikan terkait sekolah tersebut dengan guru-guru pengajar sekolah.

Faktor kedua yang paling mempengaruhi di lembaga MI terakreditasi A di Jombang yaitu variabel *physical evidence*/ bukti fisik yang dimaknai sebagai sarana prasarana yang ada di lembaga tersebut, berdasarkan data yang diperoleh memiliki nilai 4,32 dari skala 1-5. Dalam hal ini lembaga pendidikan di MI terakreditasi A dipandang memiliki sarana pra sarana yang memadai, selain sarana, hasil data angket juga menunjukkan nilai rata paling

⁶⁶Mohammad Surya, *percikap perjuangan Guru*. (semarang: CV Aneka,2003),28

⁶⁷Hadi, N. (2015). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-kanak Islam Terpadu (TK IT) Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).(halaman unnesa.ac.id) di akses pada 10 Desember 2018

tinggi pada indikator variable inibahwa MI Terakreditasi A memiliki kondisi yang memadai dan aman untuk belajar.

Dalam penelitian Hadi menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan TK IT Nurul Fikri Sukodono. *Physical Evident* masuk kelompok citra sekolah karena fasilitas yang lengkap dapat menimbulkan kesan dimata konsumen.⁶⁸ Dalam hal ini orang tua memilih lembaga *pendidikan* didasarkan pada bagaimana fasilitas sarana prasarana kondisi gedung atau penampilan fisik megah dan luas, kondisi ruang kuliah, ketersediaan fasilitas penunjang, kelengkapan media belajar mengajar, dan ketersediaan fasilitas belajar menumbuhkan citra tersendiri bagi lembaga pendidikan MI. Temuan Kurliyatin,dkk., mendukung temuan Hadi yang menyatakan peningkatan unsur-unsur citra sekolah yang meliputi kualitas lulusan, fasilitas sekolah, biaya pendidikan, atensi personal, aktivitas sekolah dan program identitas sekolah.⁶⁹

Dalam Muhyidin juga memiliki hasil temuan yang sama bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap mahasiswa memilih perguruan tinggi yang didasarkan pada lingkungan tempat perguruan tinggi dan mahasiswa dapat berinteraksi, berpengaruh langsung terhadap keputusan mahasiswa memilih

⁶⁸Hadi, N. (2015). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-kanak Islam Terpadu (TK IT) Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).(halaman unnesa.ac.id) di akses pada 10 Desember 2018

⁶⁹Kurliyatin, A., Bafadal, I., & Zulkarnain, W. (2018). Hubungan Citra Sekolah, Pelayanan Prima, Harapan Orangtua, dan Rasa Bangga Orangtua dengan Keputusan Orangtua Menentukan Sekolah untuk Anaknya. *Ilmu Pendidikan: Jurnal Kajian Teori dan Praktik Kependidikan*, 2(2).akses di (um.ac.id) pada 10 Desember 2018.

PTS.⁷⁰ Begitu pula dengan sikap orang tua memilih lembaga pendidikan, para orang tua memilih lembaga pendidikan yang memiliki lingkungan yang bersih dan aman untuk tempat anak mereka besekolah khususnya dijenjang pendidikan dasar, dalam hal ini sejalan dengan riset Zainurin yang dilakukan di Malaysia terhadap sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan pra-pra-sekolah Inggris dan pra-sekolah berbasis agama merupakan pra-sekolah yang dipilih orangtua dengan alasan pra-sekolah tersebut memiliki branding yang terkenal, memberikan keselamatan dan keamanan, mempunyai kualitas pengajaran dan kebersihan yang lebih baik daripada prasekolah lainnya.⁷¹

Berkenaan dengan keselamatan dan keamanan sekolah berpengaruh juga dengan lokasi bangunan gedung itu berada. Keberadaan sekolah yang strategis, jarak antara tempat tinggal dan lokasi sekolah, lingkungan belajar yang kondusif, dan kemudahan transportasi umum menjadi pertimbangan orang tua dalam menentukan sikap memilih lembaga pendidikan.⁷² dalam hal ini faktor lokasi terkait dengan adanya keberadaan bukti fisik lembaga pendidikan.

⁷⁰Muhyidin, U. (2015). Pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta di Jawa Barat.

⁷¹Dahari, Z., & Ya, M. S. (2011). Factors that influence parents' choice of pre-schools education in Malaysia: An exploratory study. *International Journal Business and Social Science*, 2(15), 115-128.

⁷²Muhyidin, U. (2015). Pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta di Jawa Barat.

B. Faktor yang paling mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan di SD berbasis Islam di Jombang di tinjau dari elemen bauran pemasaran.

Hasil analisis pengolahan data peneliti dilapangan tentang bagaimana elemen bauran pemasaran mempengaruhi sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan di SD Berbasis Islam terakreditasi A di Jombang akan dibahas sesuai dengan kajian teoritik yang dijadikan sebagai landasan berpikir.

Adapun hasil temuan sesuai paparan data pada bab empat ditinjau dari elemen bauran pemasaran, faktor yang paling mempengaruhi orang tua dalam memilih lembaga pendidikan di SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang yaitu; *faktor pertama*, terdapat pada variabel produk dengan nilai 4,30. Dengan nilai paling tinggi diantara elemen bauran pemasaran lainnya menunjukkan bahwa sikap orang tua dipengaruhi oleh variabel produk, artinya orang tua memilih lembaga pendidikan di SD berbasis Islam berdasarkan pada produk lembaga, , Berdasarkan survei angket yang telah disebarkan kepada orang tua menunjukkan nilai rata-rata diatas 4 dari skala 1-5 pada setiap indikator variabel produk, artinya hasil data yang diperoleh dari siswa SD berbasis Islam memiliki produk yang bagus. Produk yang bagus merupakan cerminan dari kualitas program pendidikan disekolah tersebut, sebagai lembaga pendidikan Islam yang dinaungi dinas pendidikan, produk SD berbasis Islam tidak kalah dengan madrasah yang bernaungan departemen agama. Hal ini lah yang mendasari para orang tua untuk memilih SD berbasis

Islam sebagai lembaga untuk anaknya mendapatkan pendidikan. Dalam hal ini di dukung dengan hasil penelitian Hadi dan Saino yang di lakukan di lembaga TK bahwa faktor yang paling dominan dalam penelitian tersebut yang mempengaruhi keputusan orang tua memilih (TK) Islam Terpadu Nurul Fikri sukodono Sidoarjo adalah faktor produk yang didasarkan kepada program sekolah.⁷³

Menurut Lupiyoadi menjelaskan bahwa berdasarkan pada tingkatan produk, analisis terhadap pendidikan dapat dilakukan berdasarkan pada tingkatan produk, yaitu *core offer*, *tangible offer*, dan *augmented offer*. Oleh karena itu dalam pemasaran jasa pendidikan sudah seharusnya lembaga pendidikan sebagai pemasar harus mampu memahami produknya yang dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai program pendidikan yang dibutuhkan dan bermanfaat dari sudut pandang orang tua murid sebagai pengguna dan penilai produk. *Core offer* dalam jasa pendidikan adalah program pendidikan dan metode pengajaran yang diberikan kepada siswa/siswi. Kemudian *tangible offer* adalah jasa atau produk yang dapat lihat dan diukur manfaat penggunaannya. Dalam jasa pendidikan *tangible offer* adalah fitur, kualitas, arsitektur gedung, halaman sekolah, dan lingkungan yang mendukung kegiatan belajar mengajar di sekolah. Sedangkan *augmented offer* adalah penawaran jasa/produk tambahan yang diberikan kepada konsumen. Pada jasa pendidikan contoh *augmented offer* adalah kegiatan ekstrakurikuler, pelajaran

⁷³Hadi, N. (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-kanak Islam Terpadu (TK IT) Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).(halaman unnesa.ac.id) di akses pada 10 Desember 2018

tambahan menjelang ujian, layanan antar jemput siswa/siswi, dan karya wisata.⁷⁴ Dari pendapat Lupiyoadi menunjukkan bahwa tingkatan produk diperoleh berdasarkan sinergitas dari elemen bauran pemasaran lainnya seperti elemen biaya, bukti fisik, *people*, lokasi, promosi, dan proses sehingga mampu menghasilkan produk yang baik.

Menurut Riduwan elemen yang sejajar dengan mutu produk adalah biaya pendidikan, apabila mutu produk baik, maka pelanggan pendidikan (calon siswa/siswi) berani membaya lebih tinggi sepanjang diasas dalam batas kecukupan pelanggan pendidikan.⁷⁵ Sehingga jika biaya juga berpengaruh kepada sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan, akan tetapi lembaga pendidikan memiliki produk yang baik, maka tingginya biaya tidak akan berpengaruh. Berbeda dengan pendapat Hadi yang menyatakan bahwa kebanyakan orang tua/konsumen yang beranggapan bahwa harga yang mahal suatu jasa pendidikan pasti program pendidikan dan pelayanan pasti berkualitas bagi anaknya.⁷⁶

Berbeda dengan pendapat Togatorop terkait dengan variabel produk, bahwa Sekolah yang bermutu umumnya dihuni oleh siswa dengan orang tua siswa yang mampu atau kaya. Sedangkan orang tua siswa yang kurang mampu secara ekonomi tidak mampu menyekolahkan anaknya di sekolah

⁷⁴Rambat lupiyoadi & Hamdani, *manajemen pemasaran Jasa,i*(Jakarta: Salemba Empat,2006),

⁷⁵Kurliyatin, A., Bafadal, I., & Zulkarnain, W. (2018). Hubungan Citra Sekolah, Pelayanan Prima, Harapan Orangtua, dan Rasa Bangga Orangtua dengan Keputusan Orangtua Menentukan Sekolah untuk Anaknya. *Ilmu Pendidikan: Jurnal Kajian Teori dan Praktik Kependidikan*, 2(2).akses di (um.ac.id) pada 10 Desember 2018.

⁷⁶Hadi, N. (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-kanak Islam Terpadu (TK IT) Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).(halaman unnesa.ac.id) di akses pada 10 Desember 2018

yang bermutu yang umumnya berbiaya mahal. Pilihan bagi orang tua siswa yang kurang mampu secara ekonomi adalah sekolah dengan layanan mutu yang minimal dengan biaya pendidikan yang murah.⁷⁷

Faktor kedua, setelah produk, faktor yang paling mempengaruhi orang tua memilih lembaga SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang adalah faktor proses. Proses dimaknai sebagai kinerja guru dan staf dalam memberikan pelayanan baik pada peserta didik maupun orang tua. terkait dengan proses maka terdapat proses penerimaan siswa baru, terkait administrasi, serta bagaimana guru dan staf yang ada di lembaga Pendidikan SD berbasis Islam menjalankan program yang telah ditetapkan sehingga menghasilkan produk yang bisa ditawarkan kepada orang tua.

Kotler mengemukakan bahwa salah satu unsur produk merupakan kualitas produk.⁷⁸ Sedangkan kualitas dari pendidikan ditentukan oleh seberapa baik manajemen sekolah itu berjalan.⁷⁹ Berjalannya manajemen sekolahlah yang dimaksud dengan proses itu sendiri.

Hal ini sejalan dengan penelitian Hadi yang mengemukakan adanya pengaruh proses terhadap sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan di TK IT Nurul Fikri Sukodono, dimana proses masuk pada kelompok promosi, secara tidak langsung proses pelayanan yang baik menjadikan suatu

⁷⁷Togatorop, M. (2017). Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Mutu Sekolah SMA Swasta. *Scholara: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 7(3), 234-240. Akses di (uksw.du) pada 10 Desember 2018, 235

⁷⁸Kotler &Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Indonesia.Jilid 1 terjemahan oleh Alexander*. (Jakarta: 2001 Erlangga), 237

⁷⁹UU tentang sistem pendidikan Nasional No.20 tahun 2003

promosi pada konsumen.⁸⁰ Didukung pula dengan hasil penelitian Muhyidin yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel proses terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi dengan menyimpulkan bahwa jika proses semakin baik maka akan berpengaruh terhadap banyaknya sikap orang tua memilih sekolah.⁸¹

Jika proses terkait dengan pelayanan maka hasil penelitian menyatakan bahwa pelayanan terbukti signifikan terhadap sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan di SD Kasatriyan.⁸² Faktor proses merupakan faktor yang paling mempengaruhi setelah produk yang ada di SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang, hal ini merupakan wujud dari pelayanan yang telah diberikan kepada orang tua ketika mencari informasi pendaftaran hingga fasilitas yang ditawarkan bagi peserta didik yang masuk di SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang mampu menjadi pertimbangan utama orang tua peserta didik dalam memilih lembaga SD berbasis Islam Terakreditasi A. Hal ini juga membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh guru dan staf kepada orang tua siswa dinilai baik atau memuaskan sehingga orang tua merasakan keamanan dan mempercayakan anaknya untuk bersekolah di lembaga SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang. Hal ini serupa dengan temuan Nasution berjudul analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap

⁸⁰Hadi, N. (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-kanak Islam Terpadu (TK IT) Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).(halaman unnesa.ac.id) di akses pada 10 Desember 2018

⁸¹Muhyidin, U. (2015). Pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta di Jawa Barat.

⁸²Kristiani, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(1).

keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah pada business college di LP31, dimana penelitian tersebut menunjukkan proses layanan berpengaruh terhadap sikap orang tua memilih sekolah.⁸³

C. Perbedaan faktor yang mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam di MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A ditinjau dari elemen bauran pemasaran di Jombang

Berdasarkan analisis data yang dilakukan peneliti dalam mengukur tingkat perbedaan sikap orang tua dengan lembaga pendidikan di MI dan SD berbasis Islam sebagai berikut. Analisis yang di berikan pada uji perbedaan ini untuk mengetahui tingkat perbedaan secara variabel, bukan perbedaan variabel yang mempengaruhi dua sampel lembaga MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A tersebut.

Adapun pembahasan perbedaan secara variabel dan pengaruh variabel di lembaga pendidikan di MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A tersebut akan dibahas secara keseluruhan sebagai berikut:

Tidak terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis A di tinjau dari variabel Produk, dengan nilai signifikan $p\text{-value} 0,936 > 0,05$. Dari hasil analisis data tersebut menyebutkan bahwa tidak terdapat perbedaan secara produk antara produk lembaga di MI dan SD Berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang. Pada dasarnya peran lembaga pendidikan Islam memiliki 3 aspek yaitu, *pertama*: aspek pedagogis yaitu meningkatkan SDM yang berkualitas dan melahirkan kader pemimpin bangsa yang memiliki

⁸³Nasution, P. L. K. (2007). *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah pada Business College Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia (LP3I) Medan* (Master's thesis).

wawasan keislaman. *Kedua* aspek moral-spiritual adalah membina peserta didik menjadi hamba yang suka beribadah kepada Allah. *Ketiga*, aspek sosio-kultural yaitu membina peserta didik agar mampu merespon persoalan-persoalan masyarakat seperti memelihara persaudaraan, menciptakan kehidupan sehat dan sebagainya.⁸⁴ Akan tetapi nilai pengaruh terhadap membentuk sikap orang tua agar memilih lembaga pendidikan berbeda. Menurut Efendi dalam konteks terkini *image* madrasah telah berubah dalam memandang madrasah sebagai sekolah yang hanya diminati oleh kalangan menengah kebawah,⁸⁵ akan tetapi masih terdapat beberapa yang memiliki persepsi bahwa madrasah menjadi sekolah yang diminati oleh kalangan menengah kebawah. Sedangkan sekolah Islam disebut juga sekolah yang bersifat elite Islam karena beberapa hal yang mendasari salah satunya adalah segi akademis.⁸⁶

Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis A di tinjau dari variabel harga, dengan nilai signifikan $p\text{-value } 0,000 < 0,05$. Berdasarkan biaya pendidikan lembaga pendidikan terdapat perbedaan yang signifikan. Dalam hal ini, peneliti menyatakan bahwa sekolah di MI terakreditasi A rata-rata membebankan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan SD berbasis Islam terakreditasi A. Karena, terkait dengan variabel produk, dalam menghasilkan produk yang bagus tidak lepas dari pembiayaan sebagaimana pernyataan Togatorop bahwa Sekolah yang bermutu umumnya

⁸⁴Efendi, A. (2008). Peran Strategis Lembaga Pendidikan Berbasis Islam di Indonesia. *El Tarbawi*, 1(1), 1-12. Akses di (uui.ac.id) pada 11 Desember 2018, 9

⁸⁵Ibid,07

⁸⁶Ibid,08

dihuni oleh siswa dengan orang tua siswa yang mampu atau kaya. Sedangkan orang tua siswa yang kurang mampu secara ekonomi tidak mampu menyekolahkan anaknya di sekolah yang bermutu yang umumnya berbiaya mahal. Pilihan bagi orang tua siswa yang kurang mampu secara ekonomi adalah sekolah dengan layanan mutu yang minimal dengan biaya pendidikan yang murah.⁸⁷

Tidak terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel lokasi, dengan nilai signifikan *p-value* $0,065 > 0,05$. Dari analisis tersebut menunjukkan tidak terdapat perbedaan secara lokasi karena peneliti mengambil sampel lembaga menggunakan teknik purposive sampel yang artinya bahwa semua lembaga tersebut berada pada karakter lokasi yang sama, akan tetapi variabel lokasi ini memiliki tingkat pengaruh yang berbeda, di MI terakreditasi A, variabel lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam, sedangkan di SD Berbasis Islam tidak berpengaruh secara signifikan.

Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel Promosi, dengan nilai signifikan *p-value* $0,000 < 0,05$. Pada variabel promosi terdapat perbedaan yang signifikan antara MI dan SD berbasis Islam Terakreditasi A. Dalam hal ini yang mendasari perbedaan tersebut yaitu metode promosi yang di gunakan, di MI

⁸⁷Togatorop, M. (2017). Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Mutu Sekolah SMA Swasta. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 7(3), 234-240. Akses di (uksw.du) pada 10 Desember 2018, 235

metode yang efektif melalui *word of Mouth* sedangkan di SD berbasis Islam terakreditasi A melalui Word of Mouth dan kegiatan melibatkan pihak lain atau kegiatan masyarakat.

Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel SDM (*People*), dengan nilai signifikan $p\text{-value } 0,017 < 0,05$. Dalam hal ini variabel *People* memiliki perbedaan antara MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A. Perbedaan variabel *people* pada kedua lembaga yaitu berdasarkan survei angket nilai rata-rata paling tinggi pada variabel *people* di MI yaitu guru dan staf di MI memiliki kedisiplinan dan ketertiban yang tinggi, sedangkan di SD Berbasis Islam guru dan staf di SD Berbasis Islam di Jombang ramah, sopan, serta berpenampilan rapi.

Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel Bukti fisik, dengan nilai signifikan $p\text{-value } 0,000 < 0,05$. Dalam hal ini terdapat perbedaan secara bukti fisik, baik sarana pra sarana maupun lingkungan fisik di lembaga MI dan SD Berbasis Islam Terakreditasi A di Jombang, akan tetapi kedua lembaga tersebut memiliki tingkat pengaruh yang berbeda. Di lembaga MI, variabel bukti fisik (*Physical Evidence*) berpengaruh tinggi terhadap sikap orang tua memilih lembaga pendidikan, sedangkan di SD berbasis Islam tidak memberikan nilai pengaruh yang tinggi terhadap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam.

Terdapat Perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel proses, dengan nilai signifikan $p\text{-value}$

0,016 < 0,05. Dalam hal ini variabel proses memiliki perbedaan yang signifikan antara MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang. Di MI terakreditasi A, variabel proses tidak berpengaruh terhadap sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam di MI, sedangkan di SD Berbasis Islam terakreditasi A berpengaruh terhadap sikap orang tua Memilih lembaga Pendidikan. Berdasarkan survei angket yang dilakukan bahwa nilai rata-rata di SD Berbasis Islam lebih tinggi dibandingkan di MI. Dapat di ketahui bahwa proses pelayanan di SD berbasis Islam lebih baik dari pada MI terakreditasi A di Jombang.

Dari semua pembahasan yang telah di uraikan di atas berdasarkan semua elemen-elemen bauran di atas dalam mempengaruhi sikap orang tua agar memilih lembaga pendidikan maka perlu diperhatikan dalam pengembangannya, yaitu sebagai berikut⁸⁸;

1. Konsistensi

Berhubungan dengan kecocokan secara logis penggunaan antara elemen satu dengan elemen lainnya. Dari setiap pembahasan diatas, baik lembaga pendidikan MI maupun SD Berbasis Islam Terakreditasi A masih terdapat beberapa elemen yang belum bersinergi, misalnya dalam segi produk di MI Terakreditasi A, secara rata-rata menunjukkan produk tidak memiliki pengaruh, akan tetapi dari segi bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan, padahal dengan adanya sarana prasarana dan lingkungan yang baik maka mendukung adanya produk yang baik pula.

⁸⁸Ratnasari & Aksa, Manajemen Pemasaran Jasa,(Bogor:Ghalia Indonesia,2011),43

Sedangkan di SD Berbasis Islam dinilai memiliki produk yang mampu mempengaruhi sikap orang tua, tetapi dari segi bukti fisik dinilai tidak cukup baik sehingga tidak berpengaruh pada sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam di SD berbasis Islam.

2. Integrasi

Memiliki hubungan yang harmonis antara elemen satu dengan elemen lain. Dalam hal ini keharmonisan antar elemen baurn pemasaran baik di MI maupun SD berbasis Islam diharapkan memiliki kesatuan misalnya adanya tidak berpengaruhnya proses pelayanan di lembaga MI yang diketahui bahwa dipengaruhi oleh biaya yang ringan, hal ini menunjukkan bahwa keduanya tidak memiliki keharmonisan elemen. Dalam Kurliyatin menyebutkan bahwa orang tua akan memilih sekolah yang memiliki mutu sekolah dan fasilitas yang lengkap meskipun harus mengeluarkan biaya yang lebih mahal.⁸⁹

3. leverage

Yaitu yang berhubungan dengan Pengoptimalan kinerja setiap elemen dengan profesional. Dalam hal ini pengoptimalan kinerja pada setiap elemen sangat penting karena mereka saling bersinergi. Misalkan memiliki buktifisik yang baik tapi menghasilkan produk yg kurang baik, atau sebaliknya. Artinya benefit dari bukti fisik kurang di fungsikan, atau bukti fisik yang baik, tapi tidak bisa menawarkan proses layanan yg baik

⁸⁹Kurliyatin, A., Bafadal, I., & Zulkarnain, W. (2018). Hubungan Citra Sekolah, Pelayanan Prima, Harapan Orangtua, dan Rasa Bangga Orangtua dengan Keputusan Orangtua Menentukan Sekolah untuk Anaknya. *Ilmu Pendidikan: Jurnal Kajian Teori dan Praktik Kependidikan*, 2(2).akses di (um.ac.id) pada 10 Desember 2018. 128

juga menunjukkan kinerja yg kurang optimal. hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Hadi yang menyatakan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh orangtua cenderung lebih bersifat cerdas, suka memilih, lebih menuntut, mempelajari dengan baik produk atau layanan yang ditawarkan, kesetiiaannya rendah, sangat peduli dengan kualitas, serta mencari nilai yang tertinggi dan harga yang pantas.⁹⁰



⁹⁰*Ibid*, 129

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan data hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka kesimpulan penelitian sebagai berikut;

1. Faktor yang paling mempengaruhi sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Islam MI terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran terdapat pada faktor *people*/SDM dengan nilai rata-rata sebesar 4,34 dari skala 1-5, artinya orang tua memilih lembaga pendidikan Islam di MI sangat mempertimbangkan siapa orang yang menjadi staf pendidik maupun staf kependidikan yang ada di MI, faktor yang paling mempengaruhi kedua setelah *people* yaitu *physical evidence*/ bukti fisik yang dimaknai sebagai sarana prasarana yang ada di lembaga tersebut, berdasarkan data yang diperoleh variable bukti fisik memiliki nilai rata-rata 4,32 dari skala 1-5, Dalam hal ini lembaga pendidikan di MI terakreditasi A dipandang memiliki sarana pra sarana yang memadai, selain itu, hasil survei angket juga bahwa MI Terakreditasi A memiliki kondisi yang memadai dan aman untuk belajar.
2. Faktor yang paling mempengaruhi sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Islam di SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang ditinjau dari elemen bauran pemasaran yaitu terdapat pada faktor variabel produk dengan nilai rata-rata 4,30. Dari nilai indicator tertinggi pada variable produk, orang tua memilih lembaga pendidikan di

SD berbasis Islam sangat mempertimbangkan produk padakualitas pembelajaran disekolah dan mutu lulusan. Faktor kedua yang paling mempengaruhi sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan di SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang adalah variabel proses yaitu dengan nilai rata-rata 4,19. Artinya, lembaga pendidikan SD berbasis Islam terakreditasi A mampu membuktikan bagaimana proses pelayanan terkait penerimaan peserta didik baru, pelayanan administrasi sekolah serta jalannya program sekolah, untuk menghasilkan produk yang bisa ditawarkan.

3. Terdapat perbedaan Sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan di MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A ditinjau dari elemen bauran. Adapun kesimpulan dari masing-masing variabel tersebut, yaitu;
 - a. Tidak terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis A di tinjau dari variabel Produk, Hasil ini menunjukkan bahwa produk di MI dan SD berbasis Islam memiliki produk yang sama, yaitu baik program madrasah maupun program SD berbasis Islam terakreditasi A menghasilkan output yang sama.
 - b. Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis A di tinjau dari variabel harga menunjukkan bahwa orang tua menilai biaya di MI lebih ringan dibandingkan SD berbasis Islam terakreditasi A di Jombang.
 - c. Tidak terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel lokasi yang menunjukkan

- tidak terdapat perbedaan secara lokasi, karena lokasi MI dan SD berbasis Islam terakreditasi A sama-sama berada di pusat kota jombang dan mudah dijangkau.
- d. Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel Promosi, artinya kegiatan promosi yang dilakukan oleh masing-masing lembaga berbeda. Diketahui bahwa kegiatan promosi SD berbasis Islam lebih efektif dibanding MI terakreditasi A di Jombang.
 - e. Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel SDM (*People*). Hal ini menunjukkan bahwa faktor SDM lebih berpengaruh pada lembaga MI dibandingkan SD berbasis Islam di Jombang.
 - f. Terdapat perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel bukti fisik. Dalam hal ini berdasarkan nilai rata-rata, sarana prasarana dan lingkungan fisik di MI lebih berpengaruh daripada di SD berbasis Islam.
 - g. Terdapat Perbedaan sikap orang tua antara MI dan SD Berbasis Islam terakreditasi A di tinjau dari variabel proses, Hasil ini menunjukkan bahwa proses pelayanan dan proses jalannya program di MI dan SD berbasis Islam sangat berbeda, sehingga variable proses yang dilakukan SD Berbasis Islam lebih berpengaruh daripada proses yang dilakukan di MI.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis : sikap orang tua memilih lembaga pendidikan berdasarkan elemen bauran pemasaran memberikan pengaruh yang berbeda pada setiap lembaga pendidikan. Dari setiap elemen yang ada saling memiliki keterkaitan dengan elemen lainya untuk membentuk sikap orang tua dalam memilih sekolah, sehingga apabila salah satu elemen tidak terpenuhi dengan baik maka berpengaruh terhadap elemen yang lain.
2. Implikasi praktis
 - a. Lembaga pendidikan Islam hendaknya mengoptimalkan sarana prasarana, proses pelayanan serta mengoptimalkan pembiayaan secara efisien mungkin agar menghasilkan produk yang mampu dijadikan penawaran dalam kegiatan promosi sehingga orang tua dapat memutuskan memilih lembaga pendidikan Islam .
 - b. Lembaga pendidikan Islam hendaknya meningkatkan produk lembaga lebih baik lagi serta melengkapi fasilitas dan lingkungan sekolah. Mengefesiensikan biaya sekolah sesuai dengan apa yang diberikan kepada siswa dan rang tua, sehingga memberikan kepuasan dan memberikan keuntungan bagi kegiatan promosi lembaga pendidikan.
 - c. Lembaga pendidikan Islam hendaknya menyeimbangkan elemen bauran pemasaran, untuk menarik minat para orang tua agar memilih lembaga pendidikan Islam, agar mampu bersaing dengan lembaga lainnya.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa hal yang peneliti sarankan antara lain:

1. Lembaga pendidikan Islam di MI hendaknya mengoptimalkan sarana prasarana lebih baik lagi agar menghasilkan *output* siswa yang dapat ditawarkan kepada para orang tua yang memilih lembaga pendidikan.
2. Lembaga pendidikan Islam di MI meningkatkan kinerja proses pelayanan sehingga memudahkan orang tua dalam mencari informasi dan berkomunikasi terkait dengan anak mereka bersekolah.
3. Lembaga pendidikan Islam di MI lebih mengoptimalkan pembiayaan secara efektif dan efisien. agar menghasilkan produk yang mampu dijadikan penawaran dalam kegiatan promosi, sehingga orang tua dapat memutuskan memilih lembaga pendidikan Islam di MI.
4. Lembaga pendidikan Islam di SD berbasis Islam hendaknya meningkatkan produk berupa *output* siswa yang lebih baik lagi yang didukung dengan perlengkapan fasilitas dan lingkungan sekolah sekolah yang kondusif.
5. Lembaga pendidikan Islam di SD berbasis Islam mengefesiesikan biaya sekolah sesuai dengan apa yang dibayarkan orang tua, sehingga memberikan kepuasan bagi orang tua, serta memberikan keuntungan bagi kegiatan promosi lembaga pendidikan di SD Berbasis Islam.
6. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar dapat melakukan pengembangan penelitiannya yaitu melakukan penelitian dengan variabel lain yang bukan hanya ditinjau dari elemen bauran pemasaran saja, akan

tetapi variabel-variabel lainnya yang juga dapat mempengaruhi sikap orang tua memilih lembaga pendidikan Islam.

D. Keterbatasan Peneliti

Batasan penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya:

1. Penelitian ini hanya mempertimbangkan variabel bauran pemasaran terhadap sikap orang tua dalam memilih lembaga pendidikan. Padahal terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan orang tua siswa, seperti faktor internal dan eksternal siswa.
2. Peneliti hanya menggunakan sampel sebanyak 6 sekolah yang terdiri dari 3 lembaga MI terakreditasi A dan 3 lembaga SD Berbasis Islam terakreditasi A dengan masing-masing sampel responden terdiri dari 50 psiswa bukan seluruh populasi. Sehingga dimungkinkan data yang bias tidak dapat terganti.



DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian Agama RI. 2016. Qur'an dan Terjemah, (Bandung: PT sygma examadia Arkaanlema.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar Hidayat, *Partial Least Square (PLS)*, di <https://www.statistikian.com/2018/08/pengertian-partial-least-square-pls.html>, di akses pada 05 Desember 2018 pukul 20.00 WIB
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Kualitatif Pendekatan Suatu Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan pusat Statistik, *Potret pendidikan Indonesia tahun 2017*, online (<https://www.bps.go.id>), di akses tanggal 20 Juli 2018
- Dahari, Z., & Ya, M. S. (2011). *Factors that influence parents' choice of pre-schools education in Malaysia: An exploratory study*. *International Journal Business and Social Science*, 2(15), 115-128
- Daljono. 2011. *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponogoro.
- Data referensi kementrian pendidikan dan kebudayaan, akses di (<http://referensi.data.kemdikbud.go.id/index11.php?kode=050403&level=3>), pada 03/04/2018 pukul 09.00 WIB
- David Wijaya. 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: bumi Aksara.
- Efendi, A. (2008). Peran Strategis Lembaga Pendidikan Berbasis Islam di Indonesia. *El Tarbawi*, 1(1), 1-12. Akses di (uui.ac.id) pada 11 Desember 2018
- Efferi, A. (2014). *Dinamika persaingan antar lembaga pendidikan*. *Quality*, 2(1), 96-116
- Efferi, A. (2014). *Dinamika Persaingan Antar Lembaga Pendidikan*. *Quality*, 2(1), 96-116. Akses di stainkudus.ac.id pada 10 Desember 2018
- Eni Murwati. (2017). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam*. Tesis program
- Gunawan, I. (2010). *Hubungan Keterediaan Alokasi Penggunaan, dan ketaatan peraturan penggunaan dana dengan mutu Pendidikan Negeri se-Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Banjarmasin: program Pascasarjana Universitas Lambung Mangkurat.

- Hadi, Amirul.2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan*.Bandung: Pustaka Setia.
- Hadi, N. (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Taman Kanak-kanak Islam Terpadu (TK IT) Nurul Fikri Sukodono Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).(halaman unnesa.ac.id) di akses pada 10 Desember 2018
- Hermiono, Agustnus.2014. *kepemimpinan dan pendidikan di era globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Imam Machali & Ara Hidayat. 2016. *Tha Hand Book Education Manajement teori dan praktek pengelolaan sekola/madrasah di Indonesia*. Jakarta: PT. Fajar Pratama Inter Mandiri.
- Kasiran, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif-kuantitatif*. Malang: UIN Malang press.
- Kemendikbud. 2015. *Pedoman Gerakan sekolah sehat, Aman, Ramah Anak dan menyenangkan SMP*. Jakarta: Direktorat pembinaan SMP.
- Kotler &Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Indonesia.Jilid 1 terj*.Alexander. Jakarta: Erlangga.
- Kristiani, N. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih SD Kasatriyan Surakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(1). Online di (<http://majour.maranatha.edu/index.php/jurnal-manajemen/article/view/1594>), di akses pada 20 Juli 2018
- Kurliyatin, A., Bafadal, I., & Zulkarnain, W. (2018). Hubungan Citra Sekolah, Pelayanan Prima, Harapan Orangtua, dan Rasa Bangga Orangtua dengan Keputusan Orangtua Menentukan Sekolah untuk Anaknya. *Ilmu Pendidikan: Jurnal Kajian Teori dan Praktik Kependidikan*, 2(2).akses di (um.ac.id) pada 10 Desember 2018
- Lathipah. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Jasa Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Memondokkan Anaknya*. Tesis tidak di Terbitkan. Malang: Pascasarjana UIN Malang.
- Lupioyadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat..
- Muhyidin, U. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Barat*. *Proceeding SENDI_U*. (online di <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/3314>, di akses pada pukul 12.00 25 Juni 2018

- Mundiri, A. (2016). Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image. *Pedagogik: Jurnal Pendidikan*, 3(2). Akses di unuja.ac.id pada 10 Desember 2018
- Nitisusastro, Mulyadi,. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Ratnasari & Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Santosa,Paulus Insap. 2018. *metode penelitian kuantitatif pengembangan Hipotesis dengan pengujian menggunakan SmartPLs*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Schiffman and Kanuk.2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7.terj.*Zulkifli Kasip.(Cet. Ke IV:Palembang: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Septhevian, R. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orangtua Dalam Memilih Sekolah Dasar (SD)* (Doctoral dissertation, UAJY). Online di (<http://e-journal.uajy.ac.id/6185/>), diakses pada 20 Juli 2018
- Setiyaningsih, C. D. (2017). Status akreditasi dan kualitas sekolah di sekolah dasar negeri. *JMSP (Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan)*, 1(2).
- Siregar, N. S. S. (2017). Persepsi Orang Tua terhadap Pentingnya Pendidikan bagi Anak. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Uma (Journal Of Governance And Political Social Uma)*, 1(1)
- Sudaryono. 2016. *Manajemen pemasaran (teori dan implementasi)*.Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Syafizal Hemi Situmorang, et. all, *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, (Medan : USU Press, 2010
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran edisi ke dua*. Yogyakarta; Penerbit Andi
- Togatorop, M. (2017). Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Mutu Sekolah SMA Swasta. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 7(3), 234-240. Akses di (uksw.du) pada 10 Desember 2018
- Willy Abdillah dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) alternatif structural equation modeling (SEM) dalam Penelitian bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset



LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN JOMBANG
MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1 JOMBANG
Jl. Abd. Rahman Saleh III/8A, Telp. (0321) 867379
Jombang 61415

SURAT KETERANGAN

B-138/Mi.13.12.01/HM.001/12/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kabupaten Jombang menerangkan bahwa :

Nama : Luluk Sayyidatul Afyiah
NIM : 16711018
Nama Sekolah : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Progam Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Perbandingan Sikap Orang Tua Dalam Memilih Lembaga Pendidikan Islam Di Madrasah Dan Sekolah Berbasis Islam Ditinjau Dari Elemen Bauran Pemasaran Di Jombang

Mahasiswa tersebut benar-benar telah melakukan Penelitian di MIN 1 Jombang pada tanggal 16 November s/d 31 Desember 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 6 Desember 2018

Kepala Madrasah



M. Nasfiatin, M.Pd.I
Nip. 19661012 199403 2 002

Scanned with
CamScanner





**YAYASAN MUJAHIDIN
MADRSAH IBTIDAIYAH MUJAHIDIN**

PARIMONO PLANDI JOMBANG

AKTA NOTARIS : Nomor 29

Nomor AHUH : 06736 – 50 – 10 – 2014

Jl. Sumatera Gg. III No. 06 Jombang Telp. (0321) 872378

SURAT KETERANGAN

Nomor : Mi.097/13.17/PP.03/526/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Madrasah Ibtidaiyah Mujahidin Plandi Jombang, menerangkan bahwa :

Nama : LULUK SAYYIDATUL AFIYAH

NIM : 16711018

Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Telah melaksanakan penelitian di MI Mujahidin Plandi Jombang tanggal 26 November 2018 sampai selesai guna melengkapi Tesis yang disusun dengan Judul “Perbandingan Sikap Orang Tua dalam Memilih Lembaga Pendidikan Islam di Madrasah dan Sekolah Berbasis Islam Ditinjau dari Elemen Bauran di Jombang”

Demikian surat keterangan ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 28 November 2018

Kepala Madrasah



Fatih Asrori, S.Pd

Scanned with
CamScanner





**MAJELIS PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
PIMPINAN CABANG MUHAMMADIYAH JOMBANG
MI MUHAMMADIYAH I**

Jl. Ir. H. Juanda 70 Telp. (0321) 878590-6154470 Jombang 61411
E-mail: mimjuanda@gmail.com Website: www.mimuhammadiyah1jombang.sch.id



SURAT KETERANGAN
Nomor : 105/TV.4.AU/D/2018

Kepala MI Muhammadiyah 1 Jombang, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Luluk Sayyidatul Afiyah
Tempat, Tanggal Lahir : Jombang, 12 September 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
NIM : 16711018
Fakultas : MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
Alamat : Jl. Mbecek Ds. Ngudirejo Diwek Jombang

Adalah benar mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian **SIKAP ORANG TUA MEMILIH SEKOLAH** di MI Muhammadiyah 1 Jombang, mulai tanggal 28 Oktober s.d 12 Desember 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya agar digunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Jombang
Pada Tanggal : 13 Desember 2018
Kepala Madrasah,



Swanto, M.Pd
NBM. 1140 408



Scanned with
CamScanner



SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU (SDIT)

Al-Ummah

Full Day School

Jl. Kapten Tendean Gg. VI/4 Jombang, Telp. (0321) 878629

SURAT KETERANGAN

Nomor: : 050/D/SDI.UM/XII/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : RENI OKTAVIANTI, S.T., M.PD.
Jabatan : Kepala SD Islam Terpadu Al Ummah Jombang

Menerangkan bahwa :

Nama : Luluk Sayyidatul Afiyah
NIM : 16711018
Jurusan/Program : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Universitas : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Bahwa yang bersangkutan benar-benar mengadakan penelitian di SDIT AL UMMAH Jombang dalam rangka penyusunan Skripsi mulai tanggal 16 November s/d 31 Desember 2018 dengan judul : **"Perbandingan Sikap Orang Tua Dalam Memilih Lembaga Pendidikan Islam di Madrasah dan Sekolah Berbasis Islam Ditinjau dari Elemen Bauran Pemasaran di Jombang"**.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Jombang, 10 Desember 2018

Reni Oktavianti, S.T., M.Pd.



Terakreditasi A

SEKOLAH DASAR *Plus* DARUL 'ULUM - JOMBANG
(*Full Day School*)

Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) 20540258

Alamat: Jl. Sultan Agung 03 Jombang, Kode Pos 61412

Telp/Fac: 0321 875122 E-mail: sdplusdu@yahoo.co.id Website: www.sdplusdu.sch.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 329/C/SDPDU/XII/2018

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Ike Sinta Dewi, S.S, M.Pd**
Jabatan : Kepala Sekolah
Unit Pendidikan : SD Plus Darul Ulum Jombang
Alamat : Jl. Sultan Agung N. 03 Jombang

Menerangkan dengan sebenarnya, bahwa Mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Luluk Sayyidatul Afyah
Tempat Lahir : Jombang, 12 September 1995
NIM : 16711018
Jurusan : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Alamat : Jl. Becek Ds. Ngudirejo Kec. Diwek Kab. Jombang

Telah melaksanakan penelitian di SD Plus Darul Ulum Jombang dengan judul
**"PERBANDINGAN SIKAP ORANG TUA DALAM MEMILIH LEMBAGA
PENDIDIKAN ISLAM DI MADRASAH DAN SEKOLAH BERBASIS ISLAM
DITINJAU DARI ELEMEN BAURAN PEMASARAN DI JOMBANG"**.

Untuk kepentingan institusi, yang bersangkutan setelah lulus mempertahankan
ujian Tesis, maka harap memberikan 1 (satu) copy Skripsi untuk SD Plus Darul Ulum
Jombang.

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan
sebagaimana mestinya.

Jombang, 15 Desember 2018
Kepala Sekolah,



Ike Sinta Dewi, S.S, M.Pd



SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU
AR RUHUL JADID

Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo 84 Jombang

(0321) 851216

NPSN 20540248
NSS 10.2.05.13.01.058
TERAKREDITASI A

sditarj.jombang84@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 176/Yts.Skt.P.020/XII/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : KHOIRIATI NIKMATU ROHMAH, S.TP
Jabatan : Kepala Sekolah
Unit Kerja : SDIT AR RUHUL JADID JOMBANG

Menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini

Nama : Luluk Sayyidatul Afiyah
NIM : 16711018
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Sugeng Listyo Prabowo, M.Pd.
2. Dr. Muh. Hambali, M.Ag.
Judul Tesis : Perbandingan Sikap Orang Tua Memilih Lembaga Pendidikan Islam di Madrasah dan Sekolah Berbasis Islam Ditinjau Dari Elemen Bauran Pemasaran di Kabupaten Jombang.

Telah melakukan penelitian di SDIT Ar Ruhul Jadid Jombang pada tahun 2018.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 6 Desember 2018

Kepala Sekolah



Khairiati Nikmatu Rohmah, S.TP
Khairiati Nikmatu Rohmah, S.TP



Scanned with
CamScanner

Uji Validitas

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	TOTAL
P1 Pearson Correlation	1	.291	-.167	.085	-.268	.226	.270	.039	.266	.196	.179	.230	.456*	.288	.054	-.051	-.044	.037	.051	.063	.313
Sig. (2-tailed)		.112	.369	.651	.144	.221	.141	.837	.148	.291	.334	.214	.010	.116	.773	.787	.813	.844	.784	.738	.019
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P2 Pearson Correlation	.291	1	-.086	.237	-.092	.185	.288	.357*	-.137	.115	-.139	.055	.061	.190	-.028	-.017	.044	-.076	.006	.278	.361*
Sig. (2-tailed)	.112		.647	.199	.622	.320	.116	.049	.462	.537	.457	.769	.744	.305	.882	.929	.814	.683	.975	.129	.152
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P3 Pearson Correlation	-.167	-.086	1	.467**	.620**	.312	-.216	.429*	.208	.257	.057	-.005	.115	-.183	.187	.078	.042	.116	.225	.098	.480**
Sig. (2-tailed)	.369	.647		.008	.000	.088	.243	.016	.263	.162	.760	.978	.537	.325	.314	.677	.822	.536	.223	.598	.006
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P4 Pearson Correlation	.085	.237	.467**	1	.404*	.133	-.174	.273	.260	.552**	.234	.299	.273	-.064	.015	.137	.167	.114	.100	.262	.590**

	Sig. (2-tailed)	.651	.199	.008		.024	.477	.350	.137	.157	.001	.205	.102	.137	.732	.937	.461	.370	.540	.591	.155	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P5	Pearson Correlation	-.268	-.092	.620**	.404*	1	.270	-.160	.539**	-.052	.340	-.019	.142	.066	-.168	.201	.280	.124	.068	.059	-.047	.487**
	Sig. (2-tailed)	.144	.622	.000	.024		.142	.391	.002	.781	.061	.920	.445	.726	.366	.278	.127	.505	.718	.751	.803	.005
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P6	Pearson Correlation	.226	.185	.312	.133	.270	1	-.013	.435*	-.006	.225	-.024	-.188	.027	-.118	.035	-.376*	-.257	-.151	-.008	-.125	.288
	Sig. (2-tailed)	.221	.320	.088	.477	.142		.944	.015	.975	.224	.899	.310	.885	.526	.850	.037	.163	.418	.966	.504	.117
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P7	Pearson Correlation	.270	.288	-.216	-.174	-.160	-.013	1	.100	.104	.194	-.014	.169	.215	.432*	.324	.363*	.324	.331	.365*	.431*	.424*
	Sig. (2-tailed)	.141	.116	.243	.350	.391	.944		.593	.579	.295	.940	.363	.245	.015	.075	.044	.075	.069	.043	.015	.018
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P8	Pearson Correlation	.039	.357*	.429*	.273	.539**	.435*	.100	1	-.159	.187	-.118	.090	-.134	.133	.174	.082	.174	.243	.105	-.026	.580**

Sig. (2-tailed)	.837	.049	.016	.137	.002	.015	.593		.392	.314	.529	.632	.472	.477	.349	.660	.349	.188	.575	.891	.001
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P9 Pearson Correlation	.266	-.137	.208	.260	-.052	-.006	.104	-.159	1	.385*	.352	-.175	.673**	.193	.299	-.099	.299	.260	.394*	.296	.323
Sig. (2-tailed)	.148	.462	.263	.157	.781	.975	.579	.392		.032	.052	.346	.000	.299	.102	.595	.102	.157	.029	.105	.006
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P10 Pearson Correlation	.196	.115	.257	.552**	.340	.225	.194	.187	.385*	1	.096	.123	.481**	.298	.298	.074	.078	.072	.345	.369*	.610**
Sig. (2-tailed)	.291	.537	.162	.001	.061	.224	.295	.314	.032		.608	.511	.006	.103	.104	.694	.677	.699	.058	.041	.000
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P11 Pearson Correlation	.179	-.139	.057	.234	-.019	-.024	-.014	-.118	.352	.096	1	.138	.485**	.280	-.094	.231	.038	.302	.170	.121	.420*
Sig. (2-tailed)	.334	.457	.760	.205	.920	.899	.940	.529	.052	.608		.458	.006	.127	.616	.212	.838	.099	.361	.515	.019
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P12 Pearson Correlation	.230	.055	-.005	.299	.142	-.188	.169	.090	-.175	.123	.138	1	.232	.113	.049	.582**	.134	.217	.098	.490	.274

Sig. (2-tailed)	.214	.769	.978	.102	.445	.310	.363	.632	.346	.511	.458		.209	.544	.793	.001	.473	.240	.601	.005	.136
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P13 Pearson Correlation	.456*	.061	.115	.273	.066	.027	.215	-.134	.673**	.481**	.485**	.232	1	.493**	.406*	.202	.226	.186	.317	.557**	.560**
Sig. (2-tailed)	.010	.744	.537	.137	.726	.885	.245	.472	.000	.006	.006	.209		.005	.023	.276	.221	.317	.082	.001	.001
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P14 Pearson Correlation	.288	.190	-.183	-.064	-.168	-.118	.432*	.133	.193	.298	.280	.113	.493**	1	.342	.243	.039	.156	.267	.469**	.384*
Sig. (2-tailed)	.116	.305	.325	.732	.366	.526	.015	.477	.299	.103	.127	.544	.005		.060	.188	.835	.401	.147	.008	.033
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P15 Pearson Correlation	.054	-.028	.187	.015	.201	.035	.324	.174	.299	.298	-.094	.049	.406*	.342	1	.339	.374*	.319	.280	.376*	.466**
Sig. (2-tailed)	.773	.882	.314	.937	.278	.850	.075	.349	.102	.104	.616	.793	.023	.060		.062	.038	.080	.127	.037	.008
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P16 Pearson Correlation	-.051	-.017	.078	.137	.280	-.376*	.363*	.082	-.099	.074	.231	.582**	.202	.243	.339	1	.188	.284	.056	.278	.434*

Sig. (2-tailed)	.787	.929	.677	.461	.127	.037	.044	.660	.595	.694	.212	.001	.276	.188	.062	.311	.121	.764	.130	.015	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P17 Pearson Correlation	-.044	.044	.042	.167	.124	-.257	.324	.174	.299	.078	.038	.134	.226	.039	.374*	.188	1	.775**	.547**	.517**	.421*
Sig. (2-tailed)	.813	.814	.822	.370	.505	.163	.075	.349	.102	.677	.838	.473	.221	.835	.038	.311	.000	.001	.003	.018	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P18 Pearson Correlation	.037	-.076	.116	.114	.068	-.151	.331	.243	.260	.072	.041	.217	.186	.156	.319	.284	.775**	1	.619**	.466**	.464**
Sig. (2-tailed)	.844	.683	.536	.540	.718	.418	.069	.188	.157	.699	.825	.240	.317	.401	.080	.121	.000	.000	.008	.009	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P19 Pearson Correlation	-.051	-.006	.225	.100	.059	-.008	.365*	.105	.394*	.345	.149	-.098	.317	.267	.280	.056	.547**	.619**	1	.649**	.465**
Sig. (2-tailed)	.784	.975	.223	.591	.751	.966	.043	.575	.029	.058	.423	.601	.082	.147	.127	.764	.001	.000	.000	.008	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P20 Pearson Correlation	.063	.278	.098	.262	-.047	-.125	.431*	-.026	.296	.369*	.268	.191	.557**	.469**	.376*	.278	.517**	.466**	.649**	1	.580**

Sig. (2-tailed)	.738	.129	.598	.155	.803	.504	.015	.891	.105	.041	.145	.303	.001	.008	.037	.130	.003	.008	.000	.001	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
TOT Pearson Correlation	.313	.361*	.480**	.590**	.487**	.288	.424*	.580**	.323	.610**	.266	.402*	.560**	.384*	.466**	.434*	.421*	.464**	.465**	.580**	1
Sig. (2-tailed)	.086	.046	.006	.000	.005	.117	.018	.001	.006	.000	.019	.136	.001	.033	.008	.015	.018	.009	.008	.001	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

P21 Pearson Correlation	1	.655**	.525**	.410*	.523**	.521**	.404*	.537**	.050	.525**	.382*	.231	.121	.368*	-.100	.231	.143	.212	.618**	.528**	.668**	.354	.287	.651**
Sig. (2-tailed)		.000	.002	.022	.003	.003	.024	.002	.788	.002	.034	.211	.515	.041	.591	.211	.444	.253	.000	.002	.000	.051	.117	.000
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P22 Pearson Correlation	.655**	1	.547**	.601**	.545**	.397*	.475**	.530**	.262	.321	.062	-.067	.000	.341	-.002	.059	.022	.255	.382*	.327	.472**	.236	.319	.547**
Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.002	.027	.007	.002	.155	.078	.739	.721	1.000	.060	.991	.754	.908	.167	.034	.073	.007	.201	.080	.001
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P23 Pearson Correlation	.525**	.547**	1	.601**	.275	.643**	.300	.530**	.200	.661**	.338	-.004	-.106	.095	-.129	.184	.155	.255	.382*	.327	.351	.236	.003	.515**

Sig. (2-tailed)	.002	.001		.000	.135	.000	.101	.002	.281	.000	.063	.983	.569	.610	.490	.322	.405	.167	.034	.073	.053	.201	.986	.003
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P24 Pearson Correlation	.410*	.601**	.601**	1	.598**	.552**	.565**	.705**	.395*	.494**	.325	.038	.201	.185	.199	.216	.175	.171	.348	.298	.004	-.085	.167	.618**
Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000		.000	.001	.001	.000	.028	.005	.075	.838	.278	.319	.283	.243	.345	.358	.055	.104	.984	.650	.369	.000
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P25 Pearson Correlation	.523**	.545**	.275	.598**	1	.493**	.473**	.651**	.396*	.410*	.447*	.271	.508**	.584**	.288	.121	.075	.111	.496**	.719**	.349	.336	.402*	.757**
Sig. (2-tailed)	.003	.002	.135	.000		.005	.007	.000	.027	.022	.012	.141	.004	.001	.116	.517	.690	.553	.005	.000	.054	.065	.025	.000
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P26 Pearson Correlation	.521**	.397*	.643**	.552**	.493**	1	.440*	.609**	.033	.643**	.295	.020	.231	.425*	.044	.156	.330	.081	.486**	.550**	.254	.080	.041	.600**
Sig. (2-tailed)	.003	.027	.000	.001	.005		.013	.000	.862	.000	.107	.916	.211	.017	.812	.402	.070	.667	.006	.001	.167	.670	.828	.000
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P27 Pearson Correlation	.404*	.475**	.300	.565**	.473**	.440*	1	.446*	.366*	.388*	.238	-.196	.412*	.291	.367*	.290	.526**	.600**	.372*	.318	.230	.092	.124	.670**

Sig. (2-tailed)	.024	.007	.101	.001	.007	.013		.012	.043	.031	.197	.291	.021	.112	.042	.113	.002	.000	.039	.081	.214	.624	.507	.000
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P28 Pearson Correlation	.537**	.530**	.530**	.705**	.651**	.609**	.446*	1	.476**	.685**	.421*	.169	.146	.290	.129	.341	.289	.076	.658**	.562**	.240	.162	.219	.743**
Sig. (2-tailed)	.002	.002	.002	.000	.000	.000	.012		.007	.000	.018	.363	.434	.114	.490	.061	.114	.684	.000	.001	.193	.384	.237	.000
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P29 Pearson Correlation	.050	.262	.200	.395*	.396*	.033	.366*	.476**	1	.200	.224	.010	.175	.214	.335	.422*	.203	.277	.324	.345	.062	.178	.136	.544**
Sig. (2-tailed)	.788	.155	.281	.028	.027	.862	.043	.007		.281	.225	.958	.347	.247	.066	.018	.274	.132	.075	.058	.741	.337	.466	.002
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P30 Pearson Correlation	.525**	.321	.661**	.494**	.410*	.643**	.388*	.685**	.200	1	.615**	.184	.106	.259	-.129	.121	.289	.255	.527**	.450*	.351	.362*	.109	.628**
Sig. (2-tailed)	.002	.078	.000	.005	.022	.000	.031	.000	.281		.000	.322	.569	.159	.490	.515	.115	.167	.002	.011	.053	.045	.560	.000
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P31 Pearson Correlation	.382*	.062	.338	.325	.447*	.295	.238	.421*	.224	.615**	1	.351	.389*	.355	.254	.274	.252	.006	.387*	.481**	.424*	.487**	.220	.632**

Sig. (2-tailed)	.034	.739	.063	.075	.012	.107	.197	.018	.225	.000	.053	.030	.050	.167	.136	.171	.976	.032	.006	.018	.005	.235	.000	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P32 Pearson Correlation	.231	-.067	-.004	.038	.271	.020	-.196	.169	.010	.184	.351	1	.413*	.048	-.057	.096	.042	-.103	.341	.291	.145	.038	.269	.374
Sig. (2-tailed)	.211	.721	.983	.838	.141	.916	.291	.363	.958	.322	.053		.021	.796	.762	.606	.823	.582	.060	.112	.437	.838	.143	.038
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P33 Pearson Correlation	.121	.000	-.106	.201	.508**	.231	.412*	.146	.175	.106	.389*	.413*	1	.308	.476**	.177	.251	.135	.272	.348	.227	.119	.198	.513**
Sig. (2-tailed)	.515	1.000	.569	.278	.004	.211	.021	.434	.347	.569	.030	.021		.092	.007	.341	.173	.469	.139	.055	.219	.525	.285	.003
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P34 Pearson Correlation	.368*	.341	.095	.185	.584**	.425*	.291	.290	.214	.259	.355	.048	.308	1	.277	.003	.081	-.081	.142	.390*	.359*	.378*	.150	.499**
Sig. (2-tailed)	.041	.060	.610	.319	.001	.017	.112	.114	.247	.159	.050	.796	.092		.132	.988	.664	.667	.447	.030	.047	.036	.420	.004
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
P35 Pearson Correlation	-.100	-.002	-.129	.199	.288	.044	.367*	.129	.335	-.129	.254	-.057	.476**	.277	1	.505**	.339	-.052	.010	.216	.107	.055	-.070	.414*

Sig. (2-tailed)	.591	.991	.490	.283	.116	.812	.042	.490	.066	.490	.167	.762	.007	.132	.004	.062	.782	.956	.242	.567	.770	.707	.021	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P36 Pearson Correlation	.231	.059	.184	.216	.121	.156	.290	.341	.422*	.121	.274	.096	.177	.003	.505**	1	.708**	-.023	.341	.291	.212	.178	-.081	.548**
Sig. (2-tailed)	.211	.754	.322	.243	.517	.402	.113	.061	.018	.515	.136	.606	.341	.988	.004	.000	.902	.060	.112	.253	.337	.665	.001	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P37 Pearson Correlation	.143	.022	.155	.175	.075	.330	.526**	.289	.203	.289	.252	.042	.251	.081	.339	.708**	1	.208	.402*	.270	.085	.094	-.191	.520**
Sig. (2-tailed)	.444	.908	.405	.345	.690	.070	.002	.114	.274	.115	.171	.823	.173	.664	.062	.000	.262	.025	.141	.649	.616	.304	.003	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P38 Pearson Correlation	.212	.255	.255	.171	.111	.081	.600**	.076	.277	.255	.006	-.103	.135	-.081	-.052	.023	.208	1	.166	.142	.163	.067	.086	.288
Sig. (2-tailed)	.253	.167	.167	.358	.553	.667	.000	.684	.132	.167	.976	.582	.469	.667	.782	.902	.262	.373	.447	.380	.719	.644	.117	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P39 Pearson Correlation	.618**	.382*	.382*	.348	.496**	.486**	.372*	.658**	.324	.527**	.387*	.341	.272	.142	.010	.341	.402*	.166	1	.697**	.523**	.244	.252	.701**

Sig. (2-tailed)	.000	.034	.034	.055	.005	.006	.039	.000	.075	.002	.032	.060	.139	.447	.956	.060	.025	.373	.000	.003	.185	.172	.000	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P40 Pearson Correlation	.528**	.327	.327	.298	.719**	.550**	.318	.562**	.345	.450	.481**	.291	.348	.390*	.216	.291	.270	.142	.697**	1	.447*	.347	.330	.731**
Sig. (2-tailed)	.002	.073	.073	.104	.000	.001	.081	.001	.058	.011	.006	.112	.055	.030	.242	.112	.141	.447	.000	.012	.056	.070	.000	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P41 Pearson Correlation	.668**	.472**	.351	-.004	.349	.254	.230	.240	.062	.351	.424*	.145	.227	.359*	.107	.212	.085	.163	.523**	.447*	1	.718**	.385*	.558**
Sig. (2-tailed)	.000	.007	.053	.984	.054	.167	.214	.193	.741	.053	.018	.437	.219	.047	.567	.253	.649	.380	.003	.012	.000	.033	.001	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P42 Pearson Correlation	.354	.236	.236	-.085	.336	.080	.092	.162	.178	.362	.487**	.038	.119	.378*	.055	.178	.094	.067	.244	.347	.718**	1	.262	.431*
Sig. (2-tailed)	.051	.201	.201	.650	.065	.670	.624	.384	.337	.045	.005	.838	.525	.036	.770	.337	.616	.719	.185	.056	.000	.155	.015	
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	
P43 Pearson Correlation	.287	.319	.003	.167	.402*	.041	.124	.219	.136	.109	.220	.269	.198	.150	-.070	-.081	-.191	.086	.252	.330	.385*	.262	1	.321

Sig. (2-tailed)	.117	.080	.986	.369	.025	.828	.507	.237	.466	.560	.235	.143	.285	.420	.707	.665	.304	.644	.172	.070	.033	.155	.078
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
TOT Pearson	.651**	.547**	.515**	.618**	.757**	.600**	.670**	.743**	.544**	.628**	.632**	.294	.513**	.499**	.414	.548**	.520**	.288	.701**	.731**	.558**	.431*	.321
AL Correlation																							1
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.108	.003	.004	.021	.001	.003	.117	.000	.000	.001	.015	.078
N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
ases	Valid	39	99.2
	Excluded ^a	3	.8
		Total	43

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability

Statistics

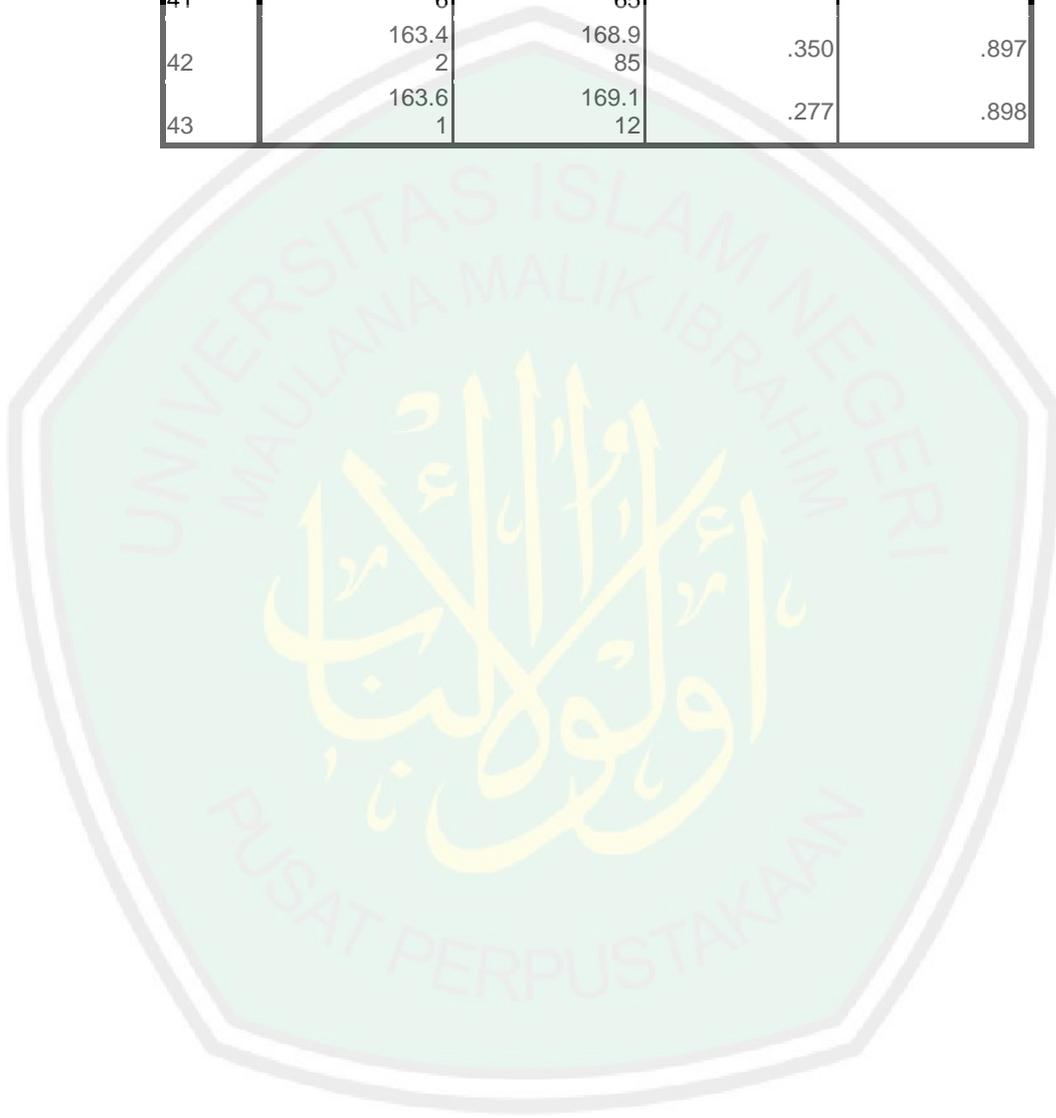
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	43

Item-Total Statistics

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	163.61	166.045	.373	.897
2	164.06	167.662	.191	.901
3	164.84	164.740	.309	.899
4	164.13	162.983	.402	.897
5	165.06	165.596	.297	.899
6	165.16	166.673	.235	.900
7	163.97	165.099	.367	.897
8	164.97	162.899	.325	.899
9	163.61	169.045	.459	.897
10	163.74	163.531	.576	.894

11	163.81	167.895	.385	.897
12	163.84	168.206	.213	.900
13	163.58	166.052	.718	.895
14	163.58	167.718	.461	.896
15	163.48	168.591	.404	.897
16	164.16	166.273	.262	.900
17	163.48	168.991	.370	.897
18	163.45	168.589	.392	.897
19	163.45	166.456	.494	.896
20	163.52	165.191	.620	.895
21	163.45	167.523	.480	.896
22	163.58	167.985	.381	.897
23	163.58	168.385	.353	.897
24	163.71	165.480	.531	.895
25	163.61	165.712	.661	.895
26	163.65	167.570	.451	.896
27	163.68	162.226	.613	.894
28	163.68	166.892	.644	.895
29	164.65	161.103	.459	.896
30	163.58	166.452	.493	.896
31	163.52	165.925	.657	.895
32	164.10	164.957	.307	.899
33	163.77	165.581	.520	.895
34	163.97	164.966	.422	.896
35	164.94	161.729	.445	.896
36	164.10	160.690	.483	.896
37	164.16	160.406	.532	.895

38	163.9 0	171.1 57	.206	.899
39	163.5 5	166.7 23	.614	.895
40	163.5 5	165.0 56	.653	.895
41	163.2 6	167.8 65	.420	.897
42	163.4 2	168.9 85	.350	.897
43	163.6 1	169.1 12	.277	.898



DAFTAR KUESIONER

Sikap Orang Tua dalam Memilih Lembaga Pendidikan Islam Ditinjau dari Elemen Bauran Pemasaran di Jombang

Data Responden di MI Mujahidin Jombang

Nama Lengkap : Samudri

Jenis Kelamin : Laki-laki

Orang tua dari Kelas : 5 As Galan

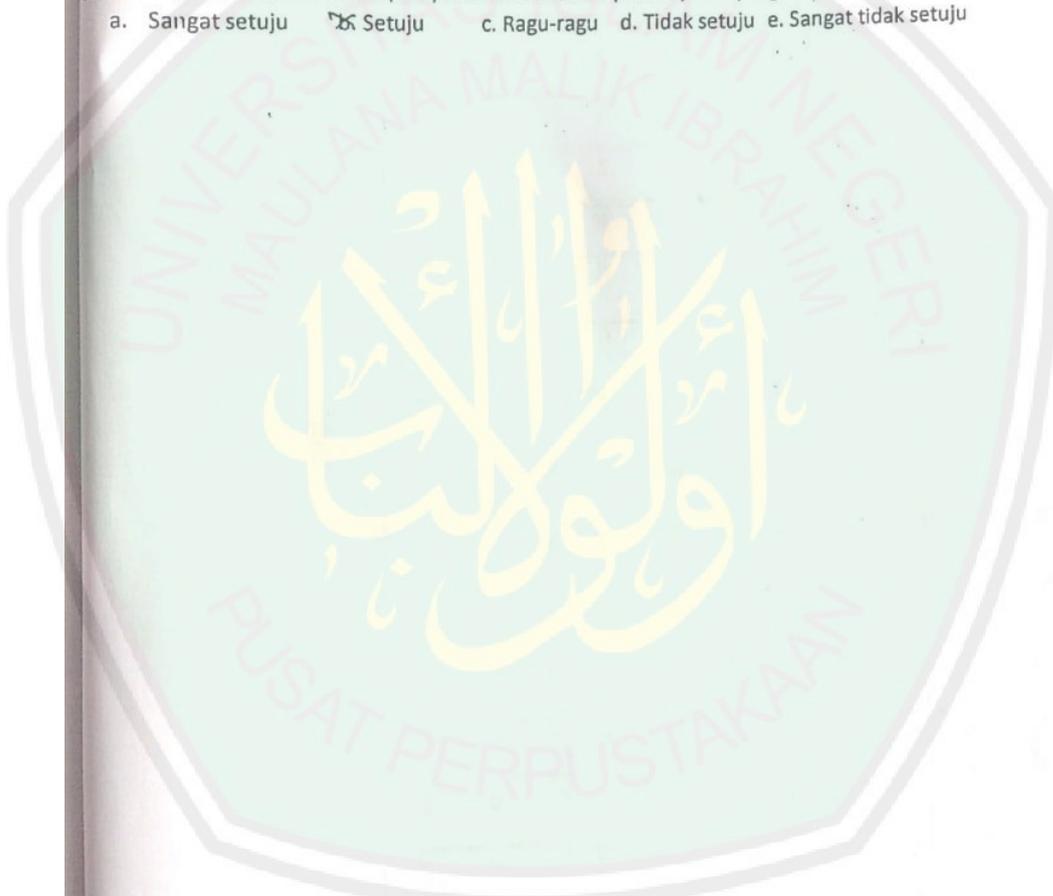
Arif Nurrahman

Jawablah semua pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya dengan mengisi jawaban sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu jawaban : a, b, c, d, dan e. Jawaban pada daftar kuisisioner ini merupakan indikator yang sangat penting bagi penelitian kami. Atas kesediaan mengisi daftar isian ini saya ucapkan terimakasih.

- Saya memilih lembaga pendidikan berasal dari pengalaman sendiri, bukan dari pihak orang lain atau pengaruh orang lain.
 Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Saya memilih lembaga pendidikan berasal dari informasi teman.
a. Sangat setuju Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Saya memilih lembaga pendidikan berasal dari informasi keluarga.
 Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-Ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Saya memilih lembaga pendidikan berasal dari tetangga.
a. Sangat setuju Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Saya memilih lembaga pendidikan berasal dari brosur dan banner yang dipasang oleh lembaga pendidikan.
a. Sangat setuju Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Saya memilih lembaga pendidikan berasal dari media sosial facebook atau twitter, atau website, dan media sosial lainnya.
a. Sangat setuju Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Siswa di lembaga pendidikan MI Mujahidin Jombang memiliki prestasi belajar dengan nilai diatas standar atau KKM.
 Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sanga tidak setuju
- Siswa di lembaga pendidikan MI Mujahidin Jombang memiliki prestasi dalam kompetisi tertentu seperti olimpiade, Porseni, atau kejuaraan lomba lainnya.
 Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Lembaga pendidikan sudah menggunakan kurikulum 2013.
a. Sangat setuju Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Program kegiatan belajar mengajar di MI Mujahidin Jombang berlangsung secara inovatif dan kreatif.
 Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Lembaga pendidikan memiliki banyak kegiatan ekstrakurikuler.
 Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
- Kegiatan Ekstrakurikuler merupakan kegiatan pengembangan pada siswa.
 Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju

13. Sekolah sering mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar lembaga pendidikan.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
14. Biaya masuk lembaga pendidikan di MI Mujahidin relatif murah.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
15. Biaya SPP di di MI Mujahidin tergolong ringan.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
16. Biaya kegiatan ekstrakurikuler di di MI Mujahidin relatif murah.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
17. Biaya peralatan sekolah seperti buku, LKS, serta alat pembelajaran lainnya tergolong ringan.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
18. Guru di di MI Mujahidin menggunakan metode belajar yang kreatif dan inovatif.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
19. Guru dan staf di MI Mujahidin ramah, sopan, serta berpenampilan rapi.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
20. Guru dan staf di MI Mujahidin memiliki kedisiplinan dan ketertiban yang tinggi.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
21. Guru dan staf di di MI Mujahidin rata-rata berijazah sarjana yang sesuai.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. tidak setuju e. Sangat tidak setuju
22. Lembaga pendidikan memiliki sarana dan prasarana yang cukup memadai.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
23. Lembaga pendidikan di MI Mujahidin memiliki fasilitas lengkap untuk mendukung kegiatan belajar di sekolah.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
24. di MI Mujahidin memiliki lingkungan yang bersih.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
25. di MI Mujahidin memiliki kondisi yang aman untuk anak belajar.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
26. Lokasi MI Mujahidin berada di pusat kota jombang.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
27. Lokasi MI Mujahidin mudah di jangkau alat transportasi baik pribadi atau umum.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. tidak setuju e. Sangat tidak setuju
28. Lokasi di MI Mujahidin dekat dengan rumah saya.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
29. Saya memilih di MI Mujahidin karena sering mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar MI Mujahidin.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
30. Saya memilih di MI Mujahidin karena kegiatan promosi langsung atau sosialisasi kepada siswa di TK/RA.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
31. Saya tertarik memilih MI Mujahidin melalui brosur dan banner pendaftaran yang tersebar.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
32. Saya tertarik memilih MI Mujahidin karena iklan di siaran radio atau sosial media online seperti website atau facebook.
- a. Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju

33. Saya tertarik memilih Saya memilih di MI Mujahidin karena komentar baik alumni/lulusan dari MI Mujahidin.
- Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
34. Saya tertarik memilih MI Mujahidin karena komentar kepuasan orang lain terhadap lembaga MI Mujahidin.
- Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
35. Kegiatan belajar di sekolah menjadikan siswa merasa nyaman belajar,
- Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
36. Kegiatan belajar disekolah menjadikan siswa merasa bersemangat belajar.
- Sangat setuju b. Setuju c. Ragu-ragu c. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
37. MI Mujahidin memiliki pelayanan administrasi pendaftaran yang mudah.
- a. Sangat setuju Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
38. MI Mujahidin memberikan pelayanan administrasi pembayaran yang mudah.
- a. Sangat setuju Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju



UJI NORMALITAS

Case Processing Summary

		Cases					
		Valid		Missing		Total	
		N	Percent	N	Percent	N	Percent
X1	MI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
	SDBI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
x2	MI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
	SDBI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
x3	MI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
	SDBI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
x4	MI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
	SDBI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
x5	MI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
	SDBI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
x6	MI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
	SDBI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
x7	MI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%
	SDBI	150	100.0%	0	.0%	150	100.0%

Descriptives

Sekolah			Statistic	Std. Error	
X1	MI	Mean	29.86	.279	
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	29.31	
			Upper Bound	30.41	
		5% Trimmed Mean	29.96		
		Median	30.00		
		Variance	11.705		
		Std. Deviation	3.421		
		Minimum	23		
		Maximum	35		
		Range	12		
		Interquartile Range	5		
		Skewness	-.192	.198	
		Kurtosis	-.644	.394	
		SDBI	Mean	29.85	.304
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound		29.25		
	Upper Bound		30.45		
5% Trimmed Mean	30.06				

		Median	29.00	
		Variance	13.898	
		Std. Deviation	3.728	
		Minimum	21	
		Maximum	35	
		Range	14	
		Interquartile Range	5	
		Skewness	-.394	.198
		Kurtosis	-.114	.394
x2	MI	Mean	16.12	.202
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound Upper Bound	15.72 16.52
		5% Trimmed Mean	16.24	
		Median	16.00	
		Variance	6.093	
		Std. Deviation	2.468	
		Minimum	8	
		Maximum	20	
		Range	12	
		Interquartile Range	2	
		Skewness	-.360	.198
		Kurtosis	.783	.394
	SDBI	Mean	17.21	.175
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound Upper Bound	16.87 17.56
		5% Trimmed Mean	17.36	
		Median	17.00	
		Variance	4.612	
		Std. Deviation	2.148	
		Minimum	11	
		Maximum	20	
		Range	9	
		Interquartile Range	3	
		Skewness	-.689	.198
		Kurtosis	.323	.394
x3	MI	Mean	12.21	.176
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	11.86

		Mean	Upper Bound	12.56	
		5% Trimmed Mean		12.31	
		Median		12.00	
		Variance		4.662	
		Std. Deviation		2.159	
		Minimum		7	
		Maximum		15	
		Range		8	
		Interquartile Range		3	
		Skewness		-.559	.198
		Kurtosis		-.370	.394
	SDBI	Mean		12.77	.142
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	12.49	
			Upper Bound	13.05	
		5% Trimmed Mean		12.86	
		Median		13.00	
		Variance		3.009	
		Std. Deviation		1.735	
		Minimum		8	
		Maximum		15	
		Range		7	
		Interquartile Range		2	
		Skewness		-.364	.198
		Kurtosis		-.585	.394
x4	MI	Mean		20.33	.288
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	19.76	
			Upper Bound	20.90	
		5% Trimmed Mean		20.35	
		Median		21.00	
		Variance		12.436	
		Std. Deviation		3.526	
		Minimum		12	
		Maximum		28	
		Range		16	
		Interquartile Range		5	
		Skewness		-.191	.198
		Kurtosis		-.621	.394

SDBI	Mean		24.91	.329
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	24.26	
		Upper Bound	25.56	
	5% Trimmed Mean		25.10	
	Median		25.00	
	Variance		16.233	
	Std. Deviation		4.029	
	Minimum		10	
	Maximum		30	
	Range		20	
	Interquartile Range		7	
	Skewness		-.594	.198
	Kurtosis		.078	.394
	x5	MI	Mean	16.73
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	16.36	
		Upper Bound	17.10	
	5% Trimmed Mean		16.79	
	Median		16.50	
	Variance		5.257	
	Std. Deviation		2.293	
	Minimum		12	
	Maximum		20	
	Range		8	
	Interquartile Range		2	
	Skewness		-.131	.198
	Kurtosis		-.809	.394
SDBI	Mean		17.34	.187
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	16.97	
		Upper Bound	17.71	
	5% Trimmed Mean		17.52	
	Median		17.00	
	Variance		5.246	
	Std. Deviation		2.290	
	Minimum		10	
	Maximum		20	
	Range		10	
	Interquartile Range		4	

		Skewness		- .769	.198
		Kurtosis		.498	.394
x6	MI	Mean		16.26	.204
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	15.86	
			Upper Bound	16.66	
		5% Trimmed Mean		16.33	
		Median		16.00	
		Variance		6.247	
		Std. Deviation		2.499	
		Minimum		7	
		Maximum		20	
		Range		13	
		Interquartile Range		2	
		Skewness		-.340	.198
		Kurtosis		.250	.394
	SDBI	Mean		17.28	.168
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	16.95	
			Upper Bound	17.61	
		5% Trimmed Mean		17.40	
		Median		17.00	
		Variance		4.230	
		Std. Deviation		2.057	
		Minimum		12	
		Maximum		20	
		Range		8	
		Interquartile Range		3	
		Skewness		-.384	.198
		Kurtosis		-.135	.394
x7	MI	Mean		16.71	.163
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	16.39	
			Upper Bound	17.04	
		5% Trimmed Mean		16.79	
		Median		16.00	
		Variance		3.991	
		Std. Deviation		1.998	
		Minimum		11	
		Maximum		20	

	Range		9	
	Interquartile Range		2	
	Skewness		-.068	.198
	Kurtosis		.341	.394
SDBI	Mean		17.11	.146
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	16.82	
		Upper Bound	17.40	
	5% Trimmed Mean		17.18	
	Median		17.00	
	Variance		3.215	
	Std. Deviation		1.793	
	Minimum		13	
	Maximum		20	
	Range		7	
	Interquartile Range		3	
	Skewness		-.378	.198
	Kurtosis		-.206	.394

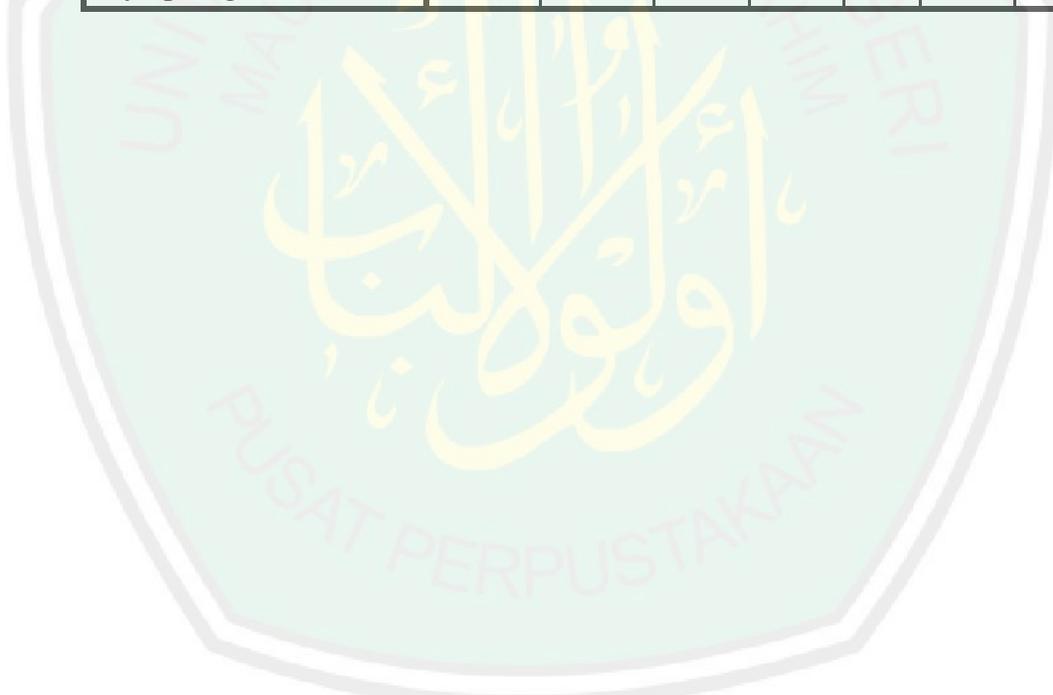
Tests of Normality

	Sekolah	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	MI	.101	150	.001	.947	150	.000
	SDBI	.116	150	.000	.921	150	.000
x2	MI	.179	150	.000	.918	150	.000
	SDBI	.166	150	.000	.905	150	.000
x3	MI	.202	150	.000	.913	150	.000
	SDBI	.159	150	.000	.915	150	.000
x4	MI	.109	150	.000	.975	150	.008
	SDBI	.105	150	.000	.933	150	.000
x5	MI	.141	150	.000	.927	150	.000
	SDBI	.139	150	.000	.897	150	.000
x6	MI	.185	150	.000	.923	150	.000
	SDBI	.147	150	.000	.910	150	.000
x7	MI	.273	150	.000	.873	150	.000
	SDBI	.154	150	.000	.920	150	.000

a. Lilliefors Significance Correction

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	x2	x3	x4	x5	x6	x7
N		300	300	300	300	300	300	300
Normal Parameters ^a	Mean	29.86	16.67	12.49	22.62	17.04	16.77	16.91
	Std. Deviation	3.572	2.374	1.976	4.421	2.308	2.341	1.906
Most Extreme Differences	Absolute	.105	.156	.175	.076	.140	.174	.197
	Positive	.097	.137	.111	.055	.117	.124	.197
	Negative	-.105	-.156	-.175	-.076	-.140	-.174	-.189
Kolmogorov-Smirnov Z		1.818	2.703	3.038	1.319	2.425	3.022	3.420
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.062	.000	.000	.000



UJI HOMOGENITAS

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X1	.849	1	298	.357
x2	.170	1	298	.680
x3	2.623	1	298	.106
x4	1.609	1	298	.206
x5	.000	1	298	.987
x6	1.723	1	298	.190
x7	1.072	1	298	.301

Uji Mann Whitney U- Test

Ranks

sikap orang tua		N	Mean Rank	Sum of Ranks
produk	MI	150	150.90	22634.50
	SD Islam	150	150.10	22515.50
	Total	300		
harga	MI	150	128.41	19261.50
	SD Islam	150	172.59	25888.50
	Total	300		
lokasi	MI	150	141.44	21216.50
	SD Islam	150	159.56	23933.50
	Total	300		
promosi	MI	150	104.92	15738.50
	SD Islam	150	196.08	29411.50
	Total	300		
SDM	MI	150	138.70	20805.50
	SD Islam	150	162.30	24344.50
	Total	300		
bukti fisik	MI	150	132.32	19848.00
	SD Islam	150	168.68	25302.00
	Total	300		
prose	MI	150	138.82	20822.50
	SD Islam	150	162.18	24327.50
	Total	300		

Test Statistics^a

	produk	harga	lokasi	promosi	SDM	bukti fisik	prose
Mann-Whitney U	1.119E4	7.936E3	9.892E3	4.414E3	9.480E3	8523.000	9.498E3
Wilcoxon W	2.252E4	1.926E4	2.122E4	1.574E4	2.081E4	1.985E4	2.082E4
Z	-.080	-4.489	-1.845	-9.128	-2.396	-3.702	-2.413
Asymp. Sig. (2-tailed)	.936	.000	.065	.000	.017	.000	.016

a. Grouping Variable: sikap orang tua



Riwayat Hidup

Luluk Sayyidatul Afiyah, lahir di Jombang, 12 September 1995, pendidikan formal, MI Hidayatul Mubtadi'in lulus 2007, mtsn Denanyar Jombang lulus 2009, MAN Denanyar Jombang lulus 2012, S-1 dari fakultas Tarbiyah Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang dengan peredikat pujian tahun 2016. S-2 manajemen pendidikan Islam di tempuh di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pengalaman kerja dimulai dari tahun 2013-2014 menjadi guru ngaji privat di daerah kota Jombang. Tahun 2014 Kepala Staf tata usaha di SMP Islam Abdul Hadi Diwek Jombang 2014-2016. Bendahara Sekolah SMP Islam Abdul Hadi 2014- sekarang. Menjadi Tentor di lembaga bimbingan belajar privat di ALBERT PRIVAT tahun 2015-2018. Mengajar di Madrasah diniyah Abdul Hadi tahun 2014-2017. Pengalaman organisasi di HMJ PGMI Universitas Hasyim Asy'ari 2012-2014. Aktif di sekolah perempuan WCC Jombang tahun 2016- 2017.