

PENGARUH KUALITAS PENDIDIKAN, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENDAFTAR PADA SMK PELAYARAN PANCASILA KARTASURA-SUKOHARJO

Sugiyarni, Muhammad Bukhori
Institute Teknologi & Bisnis ASIA Malang
e-mail: Sugiyarni0901@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura-Sukoharjo Provinsi Jawa Tengah. Penelitian ini berpendekatan kuantitatif dengan populasi seluruh siswa kelas 10 yang berjumlah 66 siswa dan sampel sejumlah 66 responden dengan teknik sampling jenuh. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang memuat 28 pernyataan dan dokumentasi berupa data siswa selama 3 tahun terakhir. Data dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan untuk menguji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pendidikan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Secara simultan variabel kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Saran bagi penelitian selanjutnya adalah menambah variabel independen dalam model penelitian misalnya harga, kualitas layanan, status akreditasi, dan citra sekolah sehingga dapat diperoleh hasil penelitian terkait dengan faktor yang mempengaruhi keputusan siswa mendaftar sekolah.

Kata kunci: *kualitas pendidikan, promosi, lokasi, keputusan mendaftar*

Abstract

This study aimed to investigate the influence of education quality, promotion, and location on the decision to enroll at SMK Pelayaran Pancasila Kartasura-Sukoharjo Central Java province. This study used a quantitative approach with a population of 66 first grade and a sample of 66 respondents using the saturation sampling technique. Data collection was carried out using 28 questionnaires and documentation in three forms of student data for the last 3 years. The data were analyzed using multiple linear regression analysis techniques and to test the hypothesis using the t-test and F-test. The results showed that partially the variables of education quality and location had a positive and significant effect on the decision to register at SMK Pelayaran Pancasila Kartasura while the promotion variable had no significant effect on the decision to register at SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Simultaneously, education quality, promotion, and location variables influence the decision to register at the SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Suggestions for further research are to add independent variables in the research model, for example, price, service quality, accreditation status, and school image so that research results can be obtained regarding the factors that influence students' decision to enroll in school.

Keywords: *education quality, promotion, location, decision to enroll*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman menuntut pengembangan sumber daya manusia yang

berkualitas. Salah satu upaya negara untuk menciptakan SDM tingkat menengah yang berkualitas adalah pengembangan pendidikan kejuruan. Setiap siswa SMP

akan dihadapkan pada pilihan untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi. Kurikulum di SMK lebih banyak praktik dan langsung magang di dunia usaha dan dunia industri sedangkan di SMA lebih banyak teori dan pengetahuan.

Hanya ada dua jenis sekolah yang dipilih yaitu SMK dan SMA. Karakter kedua jenis sekolah ini sangat berbeda, SMK adalah sekolah yang menyiapkan sumber daya manusia tingkat menengah yang siap kerja, sedangkan SMA adalah sekolah yang menyiapkan sumber daya manusia tingkat tinggi dengan cara melanjutkan ke pendidikan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, banyak siswa SMP yang berminat untuk melanjutkan pendidikannya di SMK. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Radjulaini dan Ita (2011) dimana minat siswa untuk melanjutkan ke SMK dikategorikan tinggi dan penelitian lain oleh Rony Windarto. (Radjulaini, n.d.; Windarto, 2013).

Saat ini, banyak sekolah vokasi yang membuka program studi baru, sehingga menimbulkan persaingan untuk memperoleh siswa baru. Banyak sekolah menggunakan metode berbeda untuk menarik siswa baru ke institusi tersebut. Salah satu cara untuk melakukannya adalah melalui promosi. Promosi mencakup informasi baru tentang detail sekolah yang disajikan dengan gambar dan deskripsi sebagai sumber informasi. Informasi ini diproses dengan pengalaman yang dimiliki diri sendiri maupun orang lain, sehingga akan menentukan penilaian terhadap yang dipromosikan.

Salah satu ciri pendidikan kejuruan adalah persiapan memasuki dunia kerja (Kristanto & Pendahuluan, 2004). Selain itu, salah satu prinsip pendidikan kejuruan menurut Marfuah adalah pendidikan kejuruan akan efektif bila lingkungan Pendidikan peserta didik merupakan salinan dari lingkungan tempat mereka nantinya bekerja (Imar Marfuah, 2015). SMK Pelayaran Pancasila Kartasura memiliki visi menghasilkan pelaut yang

profesional, berstandar nasional dan internasional. Sejalan dengan visi dan misi tersebut, diharapkan SMK Pelayaran Pancasila Kartasura dapat mengatasi minimnya jumlah tenaga kerja siap pakai, sehingga sekolah memiliki keahlian dan keterampilan untuk melatih lulusannya.

Alasan sekolah adalah agar anak-anak mendapatkan pendidikan yang terbaik. Banyak lulusan SMP merasa bingung ketika dihadapkan pada banyaknya peluang di bidangnya. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan siswa untuk melanjutkan sekolah antara lain: kualitas pendidikan, lokasi sekolah, promosi, fasilitas sekolah, kualitas guru, sekolah pesaing, jarak rumah ke sekolah, dan lain-lainnya (Supranoto, 2017).

Para siswa baru yang terdaftar di lembaga pendidikan tidak sedikit, ini dikarenakan keputusan untuk mendaftar. Calon siswa yang terdaftar siap menjadi siswa baru untuk menerima ilmu yang diharapkan. Keputusan untuk mendaftar merupakan salah satu bentuk perilaku siswa dalam menggunakan pendidikan. Keputusan siswa untuk mendaftar SMA, setelah lulus dari SMP dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain ketertarikan calon siswa terhadap kualitas pendidikan yang dimiliki sekolah, promosi yang dijalankan oleh pihak sekolah.

Kualitas seluruh sumber daya yang dimiliki oleh sekolah menjadi kemajuan suatu sekolah terletak pada bagaimana. Pembahasan tentang sumber daya manusia sangat erat kaitannya dengan pembangunan pendidikan. Salah satu kunci sukses bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya adalah kualitas pendidikan. Peran lembaga pendidikan dalam meningkatkan mutu pendidikan sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat.

SMK Pelayaran Pancasila Kartasura merupakan satu-satunya SMK kemaritiman di eks-Karisidenan Surakarta yang berlokasi di Jalan Slamet Riyadi Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa tengah. Sejak berdirinya SMK

Pelayaran Pancasila Kartasura di Kabupaten Sukoharjo pada tahun 1974, masyarakat eks-Karesidenan Surakarta mempercayai lembaga pendidikan tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi keyakinan tersebut adalah kualitas pendidikan yang dimiliki oleh SMK Pelayaran Pancasila Kartasura meliputi kurikulum, tingkat kelulusan, kualitas tenaga pendidik, infrastruktur. SMK Pelayaran Pancasila Kartasura juga telah melakukan beberapa kegiatan promosi antara lain berkunjung ke SMP baik negeri maupun swasta, memasang spanduk di tempat-tempat strategis, menyebarkan pamflet di lingkungan Sekolah Menengah Pertama (SMP), beriklan di media sosial, e-majalah, surat kabar, berpartisipasi dalam acara-acara tertentu seperti pameran sekolah.

Kualitas pendidikan meliputi apa saja kurikulum di SMK pelayaran Pancasila Kartasura, bagaimana tingkat kelulusan siswa SMK pelayaran Pancasila Kartasura, bagaimana kualitas tenaga pendidik di SMK pelayaran Pancasila Kartasura, serta bagaimana sarana prasarana yang dimiliki oleh sekolah. Pihak sekolah telah menginformasikan kepada masyarakat tentang kualitas pendidikan, khususnya kepada siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) kelas 9 sebagai calon siswa ketika melaksanakan program kunjungan ke SMP. Memberikan gambaran tentang kualitas pendidikan, diharapkan dapat menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi siswa SMP kelas 9 sebagai calon siswa untuk memutuskan mendaftar di SMK Pelayaran Kartasura.

Saat ini, banyak sekolah vokasi yang membuka program studi baru, sehingga menimbulkan persaingan untuk memperoleh siswa baru. Banyak sekolah menggunakan metode berbeda untuk menarik siswa baru ke institusi tersebut. Salah satu cara untuk melakukannya adalah melalui promosi.

Promosi mencakup informasi baru tentang detail sekolah yang disajikan dengan gambar dan deskripsi sebagai

sumber informasi. Informasi ini diproses dengan pengalaman yang dimiliki diri sendiri maupun orang lain, sehingga akan menentukan penilaian terhadap yang dipromosikan. Jika calon siswa baru didukung oleh promosi yang diberikan oleh hal ini akan mempengaruhi keputusan siswa untuk memilih sekolah tersebut.

Penyelenggara pendidikan harus lebih kreatif menemukan keunikan dan keunggulan sekolahnya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan pengguna layanan pendidikan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap sekolah. SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka faktor-faktor yang dapat mempengaruhi siswa untuk memutuskan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura yang diteliti pada penelitian ini adalah kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi.

Kualitas pendidikan dapat mempengaruhi keputusan siswa untuk mendaftar pada sebuah lembaga pendidikan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ari Dwi Astuti (2021), Ahmad Sofan Ansor (2018); Darwin dan Nursiti (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas pendidikan berpengaruh terhadap keputusan siswa untuk memilih jasa pendidikan.

Faktor promosi dan lokasi juga mempengaruhi keputusan siswa untuk mendaftar pada sebuah lembaga pendidikan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riri Oktarini dan Rahmayanti (2020) menunjukkan bahwa promosi dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Ani Rakhmanita (2015) menunjukkan hasil bahwa promosi dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua memilih lembaga pendidikan.

Dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh SMK Pelayaran Pancasila

Kartasura sebenarnya tidak jauh berbeda dengan sekolah lainnya, namun animo masyarakat untuk mendaftar di SMK ini cukup rendah berdasarkan informasi yang disajikan peneliti pada tabel di bawah ini.

Tabel 1 Target dan Realisasi Jumlah Siswa SMK Pelayaran Pancasila Kartasura Tahun Ajaran 2020/2021 - 2022/2023

NO	KELAS	2020/2021		2021/2022		2022/2023	
		Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi
1	X	150	66	100	61	100	66
2	XI	150	66	150	64	100	56
3	XII	150	135	150	65	150	64

Sumber: SMK Pelayaran Pancasila Kartasura

Tabel di atas menunjukkan adanya ketidaktercapaian antara target dengan realisasi jumlah siswa dalam 3 tahun terakhir. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa realisasi jumlah siswa yang bersekolah di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura masih tergolong rendah. Hal ini terlihat pada kolom target yang ditetapkan oleh SMK Pelayaran Pancasila Kartasura terhadap realisasi yang mendaftar. Rata-rata jumlah siswa yang diterima tidak mencapai target yang ditentukan oleh sekolah. Jumlah siswa yang terdaftar biasanya di bawah target. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih detail bagian mana saja yang perlu diperbaiki.

Keputusan siswa untuk mendaftar di suatu sekolah juga dipengaruhi oleh letak atau lokasi sekolah yang diminati. Ada beberapa alasan mengapa seseorang memilih melanjutkan pendidikan ke luar daerah, antara lain keinginan untuk sekolah yang sesuai dengan minat, bakat dan kemampuannya, atau karena tidak ada sekolah di daerah asalnya. Oleh karena itu, meninggalkan daerah atau kota kelahiran dan menetap di daerah atau kota dimana sekolah yang diinginkan harus menjadi pilihan.

SMK Pelayaran Pancasila Kartasura merupakan satu-satunya SMK kemaritiman di eks-Karisidenan Surakarta

yang berlokasi di Jalan Slamet Riyadi Kartasura. Lokasi ini cukup strategis karena dengan pasar tradisional Kartasura sehingga mudah dijangkau. SMK ini juga bersebelahan dengan sekolah Muhammadiyah, terdapat banyak warung makan di sepanjang jalan sekolah, tidak jauh dari rumah sakit, dan dekat dengan Keraton Kartasura, serta universitas-universitas besar berada di sekitar sekolah tersebut. lain UIN Solo, Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), dan Universitas Sebelas Maret (UNS). Sekitar lingkungan sekolah tersebut juga terdapat beragam jenis bangunan yang disewakan kepada siswa, seperti rumah kontrakan, asrama, dan kos-kosan.

Penelitian ini memilih objek SMK Pelayaran Pancasila Kartasura karena sekolah tersebut sedang mengalami ketidakstabilan dalam penerimaan siswa baru selama kurun waktu 3 tahun terakhir dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022. Hal ini terlihat pada table 1 di atas dimana jumlah target yang telah ditetapkan tidak dapat terpenuhi oleh sekolah tersebut.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka faktor-faktor yang dapat mempengaruhi siswa untuk memutuskan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura yang diteliti pada penelitian ini adalah kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi. Kualitas pendidikan dapat mempengaruhi keputusan siswa untuk mendaftar pada sebuah lembaga pendidikan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ari Dwi Astuti (2021), Ahmad Sofan Ansor (2018); Darwin (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas pendidikan berpengaruh terhadap keputusan siswa untuk memilih jasa Pendidikan (Ansor, 2018; Darwin, 2013; Dwi Astuti, 2021). Faktor promosi dan lokasi juga mempengaruhi keputusan siswa untuk mendaftar pada sebuah lembaga pendidikan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riri Oktarini dan Rahmayanti (2020) menunjukkan bahwa promosi dan lokasi

berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih lembaga pendidikan (Oktarini and Rahmayanti, 2020). Namun penelitian yang dilakukan oleh Ani Rakhmanita (2015) menunjukkan hasil bahwa promosi dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua memilih lembaga Pendidikan (Rakhmanita, 2015).

Wijaya mendefinisikan kualitas sebagai hasil dari pemasaran, desain, produksi, dan pemeliharaan sebagai kombinasi menyeluruh dari atribut produk dan jasa yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan dan konsumen (Wijaya, 2018).

Menurut Ki Hajar Dewantara (Bapak Pendidikan Nasional Indonesia), konsep pendidikan merupakan prasyarat bagi tumbuh kembang anak, artinya pendidikan harus menyalurkan segala kekuatan kodrat anak-anak tersebut sehingga mereka dapat mencapai keamanan dan kebahagiaan yang setinggi-tingginya.

Definisi pendidikan menurut Undang-Undang Pendidikan No. 20 Tahun 2003: pengertian pendidikan berdasarkan UU No.20 Tahun 2003 adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana dan proses belajar agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya yang memiliki kekuatan spritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, dan akhlak mulia, serta keluhuran budi pekerti yang dibutuhkan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

Dalam menjalankan bisnis, produk maupun layanan yang ditawarkan harus berkualitas tinggi dan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Agar suatu perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis, khususnya dalam persaingan kualitas, maka perusahaan harus meningkatkan kualitas produk atau jasanya.

Konsep mutu terkait erat dengan manajemen mutu yang mengkaji semua periode pengendalian operasional melalui perencanaan rangkaian produksi dan fasilitas hingga penjadwalan dan

pemantauan hasil. Kualitas adalah bagian dari semua fungsi bisnis lainnya (pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, dan lain-lain) (Tjiptono, 2005). Peranan kualitas ini menjadi semakin penting dengan berkembangnya peradaban manusia sehingga tercipta kelompok produsen dan konsumen.

Konsumen dapat menggunakan formulir ulasan mereka untuk menginformasikan dan memandu keputusan pembelian, terutama saat membeli produk berkualitas. Dari perspektif konsumen, kualitas didefinisikan sebagai tingkat kemampuan produk untuk melakukan apa yang diharapkan konsumen dari produk yang dimilikinya (Assauri, 2008).

Kualitas adalah perpaduan antara karakteristik produk dan jasa yang meliputi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dengan tujuan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dan pendidikan dapat diartikan sebagai usaha sadar dan sistematis untuk mencapai taraf hidup atau meningkatkan kemajuan. Sederhananya, konsep pendidikan adalah pembelajaran dimana siswa dapat mengerti, memahami, dan membuat orang lebih kritis dalam pemikirannya.

Berdasarkan pengertian tersebut maka perlu dilakukan peningkatan kualitas Pendidikan, baik sumber daya manusia, sumber daya materi, kurikulum, kualitas lulusan, dan lain-lain. Di antara beberapa pengertian yang ada, konsep mutu pendidikan untuk mencapai proses, hasil, dan dampak pembelajaran yang optimal. Pemerintah menjamin mutu pendidikan diwujudkan dengan Standar Nasional Pendidikan (NSP).

Menurut Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, bahwa kualitas adalah hal baik atau buruk. Pemerintah menjamin mutu pendidikan diwujudkan dengan Standar Nasional Pendidikan (NSP). Undang-undang Standar Nasional Pendidikan Nomor 20 Tahun 2003 memiliki delapan NSP yaitu:

1) Standar Isi

Pasal 5 PP RI 2005 menyatakan bahwa standar isi mencakup materi tingkat kualifikasi untuk mencapai kompetensi lulusan pada jenjang dan jenis pendidikan tertentu. Standar isi yang dirujuk meliputi kerangka inti dan struktur kurikulum, beban belajar, kurikulum tingkat satuan pendidikan, dan kalender pendidikan/akademik.

2) Standar Proses

Standar proses adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan penyelenggaraan pembelajaran pada suatu satuan pendidikan untuk mencapai standar kompetensi lulusan. BNSP telah mengembangkan standar proses terkait dengan perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pemantauan pembelajaran.

3) Standar Kompetensi Lulusan

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (SNP) menyebutkan bahwa “standar kompetensi lulusan adalah kualifikasi kemampuan lulusan yang meliputi pengetahuan dan keterampilan”.

4) Standar Kompetensi Pendidik dan Tenaga Kependidikan Standar pendidikan dan tenaga kependidikan adalah kriteria untuk pendidikan prajabatan dan kelayakan fisik maupun mental, serta pendidikan dalam jabatan. Standar pendidik, pendidik memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi sebagai pelaku fisik dan intelektual serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional;

5) Standar Sarana dan Prasarana

Dalam penyelenggaraan pendidikan tidak akan dapat dilakukan tanpa dukungan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam dunia pendidikan.

6) Standar Pengelolaan

Standar pengelolaan adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan, kabupaten/kota, provinsi, atau nasional untuk mencapai efektivitas dan efisiensi pendidikan.

7) Standar Pembiayaan

Standar pembiayaan adalah standar yang mengatur komponen dan besarnya biaya operasional satuan pendidikan dan berlaku selama satu tahun. Biaya operasional satuan pendidikan merupakan bagian dari dana pendidikan yang diperlukan untuk membiayai kegiatan operasional satuan pendidikan agar dapat berlangsung untuk melaksanakan kegiatan pendidikan yang teratur dan berkesinambungan sesuai dengan standar.

8) Standar Penilaian

Standar penilaian pendidikan adalah standar nasional pendidikan yang mengacu pada mekanisme, prosedur, dan instrumen penilaian hasil belajar.

Swastha mengatakan bahwa promosi dipandang sebagai aliran informasi atau persuasi satu arah yang dimaksudkan untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi untuk mengambil tindakan, yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Dengan demikian, promosi merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan kesadaran, menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkannya (Basu Swastha, 1990).

Menurut Gitosudarmo, promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mengenal produk yang ditawarkan perusahaan dan agar konsumen senang membeli produk yang ditawarkan (Gitosudarmo, 2008). Promosi adalah teknik komunikasi yang digunakan atau disediakan oleh media seperti: pers, televisi, radio, papan nama, poster dan lain-lain, yang tujuannya untuk merangsang minat konsumen terhadap produk perusahaan. Pengelola harus benar-benar memahami promosi sebagai alat untuk menghubungkan kepentingan produsen dan konsumen.

Pernyataan yang dimaksudkan untuk meyakinkan calon konsumen terhadap barang atau produk biasanya berada pada posisi jika baik katakan baik, jika kurang baik katakan kurang baik.

Menurut Buchari Alma, promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran (Alma, 2018). Kegiatan pemasaran bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk pasar sasaran, dan/atau mengingatkan mereka tentang perusahaan dan produknya, sehingga mereka siap untuk menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Promosi yang dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen tentang apa dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. Baik produsen maupun konsumen mendapatkan keuntungan dari promosi tersebut. Keuntungan bagi produsen adalah dapat menghindari persaingan harga karena promosi itu sendiri akan menghasilkan nilai baik bagi merek tersebut. Sedangkan, keuntungan bagi konsumen adalah mereka dapat lebih mengontrol konsumsinya.

Menurut beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah kegiatan perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi konsumen untuk meningkatkan pertukaran dalam pemasaran barang.

Tujuan dari kampanye promosi adalah untuk menyajikan produk sedemikian rupa sehingga konsumen membeli hasil produksinya, memberikan informasi, menarik perhatian, dan kemudian mempengaruhi pertumbuhan penjualan (Alma & Hurriyati, 2008). Tujuan promosi lainnya, menurut Alma adalah untuk menarik perhatian, mendidik, mengingatkan dan membujuk calon pelanggan (Alma & Hurriyati, 2008).

Bauran pemasaran adalah segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya, yang dikenal dengan “empat P”, yaitu *product*, *price*, lokasi, dan promosi” (Kotler & Keller, 2005).

Keempat variabel strategi tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap pemasaran, sehingga semuanya penting sebagai acuan strategi acuan atau kombinasi untuk mencapai tujuan. Dalam

bidang pemasaran diperlukan pedoman yang dapat dipercaya oleh manajemen perusahaan. Oleh karena itu strategi pemasaran dengan keempat unsur variable (*Marketing Mix*) sangat dibutuhkan dalam kegiatan pemasaran (Assauri, 2004).

Bauran promosi merupakan gabungan dari strategi baik dari variabel promosi, penjualan attap muka, dan alat promosi lainnya yang ditujukan untuk mencapai tujuan suatu program penjualan (Basu Swastha, 1990).

Dengan begitu, volume penjualan dapat meningkat. Suatu perusahaan dapat hal tersebut jika promosi yang dilakukan dengan baik sehingga pelaksanaan promosi dapat berhasil seefektif mungkin.

Menurut Hapsari, bentuk-bentuk promosi adalah sebagai berikut:

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah bentuk impersonal dari promosi penjualan yang menggunakan berbagai media untuk mendorong pembelian. Ada banyak jenis periklanan melalui periklanan dari sederhana sampai yang istimewa, dari yang elektronik seperti TV dan radio hingga yang cetak seperti koran, majalah, brosur dan lain sebagainya.

2) Penjualan perseorangan (*Personal Selling*)

Personal selling adalah bentuk promosi penjualan secara langsung yang melibatkan presentasi lisan dalam sebuah wawancara dalam prospek untuk mendorong pembelian. Contoh pemilik usaha kecil yang melakukan private sales adalah penjual baju, penjual klontogan dan lain sebagainya.

1) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Periklanan adalah kampanye penjualan jangka pendek, tidak berulang atau rutin, untuk mendorong konsumen mencoba atau membeli barang/ jasa yang ditawarkan.

2) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat adalah program yang mempromosikan dan melindungi citra perusahaan dan produknya.

3) Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Informasi dari mulut ke mulut adalah bentuk promosi penjualan dimana informasi tentang produk/jasa diteruskan dari satu orang ke orang lain melalui obrolan. Dalam hal ini, peran masyarakat dalam mempromosikan barang/jasa sangatlah penting. Pelanggan sangat dekat untuk memberikan layanan. Dengan kata lain, pelanggan tersebut menceritakan kepada pelanggan lain tentang pengalamannya dalam menggunakan layanan, dalam hal ini dari mulut ke mulut berdampak sangat besar terhadap pemasaran layanan dibandingkan dengan aktifitas komunikasi lainnya.

5) Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Pemasaran langsung adalah suatu bentuk promosi penjualan dimana barang/jasa dipasarkan secara langsung untuk mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen.

Lokasi adalah tempat dimana suatu perusahaan harus mempunyai kantor pusat dan menjalankan operasinya (Lupiyoadi, 2013). Lokasi yang strategis dan jarak tempuh yang dekat, konsumen tertarik untuk mengambil keputusan dalam menggunakan produk berupa barang atau jasa. Dalam hal ini merujuk pada bagaimana pelayanan ditawarkan kepada konsumen dan dimana letak strategisnya.

Lokasi berarti di mana perusahaan harus berkantor dan dimana beroperasi. Salah satu interaksi yang mempengaruhi lokasi adalah konsumen datang ke lokasi yang menawarkan jasa. Ada berbagai faktor yang harus diperhatikan dalam memilih dan menentukan lokasi bank. Kedekatan dengan pemerintah dan di ibu kota negara atau provinsi biasanya diperhitungkan saat menentukan lokasi.

Lokasi merujuk pada lokasi kantor dan tempat perusahaan melakukan operasi atau bisnis (Lupiyoadi & Hamdani, 2006). Dalam hal ini, ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, antara lain: 1) Konsumen datang ke penyedia jasa (perusahaan); 2) Perusahaan mendatangi

konsumen; 3) Penyedia jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung.

Faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi Menurut Buchari dan ratih, sebagai berikut: (Alma & Hurriyati, 2008) Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Perluasan, Lingkungan, Pesaing, Peraturan pemerintah.

Keputusan merupakan suatu pilihan antara dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, pengambil keputusan harus dapat memilih diantara beberapa pilihan. Jika seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, kemudian dia memilih membeli, maka dia dapat mengambil keputusan.

Kotler mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah aktifitas individu yang berhubungan langsung dengan penerimaan dan penggunaan barang yang ditawarkan (Kotler & Keller, 2011).

Setiadi menyatakan bahwa proses pembelian terdiri dari rangkaian peristiwa: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Setiadi, 2019).

Beberapa tahapan yang memuat indikator yang harus dilalui oleh konsumen dalam proses keputusan pembelian. Menurut Setiadi, tahapan tersebut terdiri dari rangkaian kejadian sebagai berikut: (Setiadi, 2019). 1) Pengenalan masalah kebutuhan; 2) Pencarian informasi; 3) evaluasi alternative; 4) Keputusan pembelian; 5) Perilaku Pasca Pembelian.

Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Mendaftar

Menurut Tjiptono (2007), lokasi menentukan keberhasilan suatu produk karena lokasi berkaitan erat dengan potensi pasar suatu perusahaan (Tjiptono, 2007). Sejalan dengan pandangan Alamsyah (2007) yang menyatakan bahwa lokasi sekolah adalah tempat dimana sekolah melakukan kegiatan usaha.

Keterjangkauan lokasi sekolah memungkinkan siswa memutuskan

mendaftar pada lembaga pendidikan karena dirasa efisien tanpa banyak menghabiskan waktu di perjalanan untuk menjangkau rumah dan sekolah. Lokasi sekolah yang strategis adalah sekolah yang mudah dijangkau, lokasi yang luas, jika lokasinya strategis maka siswa akan memutuskan untuk mendaftar. Sebaliknya jika sekolah kurang strategis, maka siswa enggan memutuskan untuk mendaftar.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rifky Putra Utomo (2018), dimana penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua siswa dalam memilih layanan pendidikan dan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti lain diantaranya Ari Dwi Astuti (2021), Ulfa Indah Wati (2015), Rosmaniar (2019), Riri Oktarini dan Rahmayanti (2020).

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, lokasi merujuk pada lokasi kantor dan tempat perusahaan melakukan operasi atau bisnis (Lupiyoadi & Hamdani, 2006). Dalam hal ini, ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, antara lain:

- 1) Konsumen datang ke penyedia jasa (perusahaan). Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi penting. Perusahaan sebaiknya memilih lokasi yang dekat dengan konsumen dan mudah dijangkau sehingga menguntungkan secara strategis.
- 2) Perusahaan mendatangi konsumen. Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, namun perlu diperhatikan bahwa pemberian layanan harus tetap berkualitas.
- 3) Penyedia jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung. Penyedia layanan dan konsumen berinteraksi melalui beberapa cara seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting selama komunikasi antara kedua belah pihak dilakukan dengan baik.

Indikator Keputusan

Beberapa tahapan yang memuat indikator yang harus dilalui oleh konsumen dalam proses keputusan pembelian. Menurut Setiadi, tahapan tersebut terdiri dari

rangkaian kejadian sebagai berikut: (Setiadi, 2019).

1. Pengenalan Masalah Kebutuhan
Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah kebutuhan. Pembeli memahami bahwa terdapat perbedaan antara kondisi yang sebenarnya dengan kondisi yang diinginkan. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal dan eksternal.
2. Pencarian Informasi
Pencarian informasi internal adalah proses pencarian informasi yang tersimpan dalam memori yang sebagian besar berasal dari pengalaman masa lalu atas suatu produk atau jasa. Sebaliknya, pencarian informasi eksternal adalah pencarian informasi dari lingkungan luar.
3. Evaluasi Alternatif
Beberapa proses evaluasi konsumen yang bersifat kognitif, yaitu masalah konsumen yang membentuk penilaian terhadap produk utama berdasarkan pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen dapat merasa yakin bahwa setiap merek memiliki karakter yang berbeda.
4. Keputusan Pembelian
Keadaan yang tidak terduga mempengaruhi niat pembelian. Konsumen membentuk niat membeli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. ketika konsumen ingin bertindak, dapat muncul keadaan yang tidak terduga yang dapat mengubah niat pembeli.
5. Perilaku Pasca Pembelian
Setelah membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa, konsumen mengharapkan dampak tertentu dari pembelian tersebut, mungkin konsumen puas atau tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari seberapa dekat harapan konsumen atau produk dengan manfaat atau keuntungan dari mengkonsumsi produk tersebut.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan empat indikator saja dengan asumsi tidak menggunakan indikator

kelima karena tidak mendeteksi evaluasi setelah siswa memutuskan mendaftar.

Kerangka pemikiran yang digunakan sebagai pendekatan ilmiah untuk menunjukkan hubungan antara variable-variabel yang berkaitan. Kerangka pemikiran adalah pemikiran peneliti yang disintesis dari fakta, pengamatan, dan tinjauan literatur. Kerangka pemikiran menggambarkan pengaruh dari kedua variabel kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi sebagai variabel independen, dan untuk keputusan mendaftar sebagai variabel dependen.

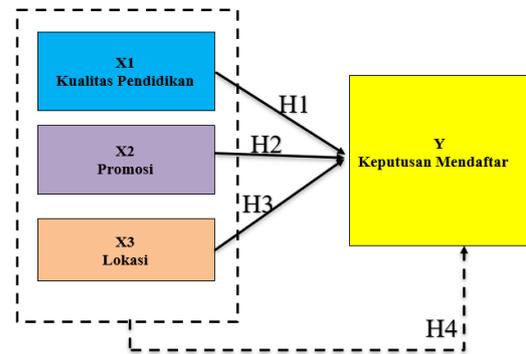
Kerangka pemikiran menggambarkan pengaruh dari kedua variabel kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi sebagai variabel independen, dan untuk keputusan mendaftar sebagai variabel dependen. Kerangka ini disusun berdasarkan pada tinjauan hasil penelitian terdahulu terkait dengan variabel yang diidentifikasi oleh peneliti.

Kriteria utama agar kerangka berpikir meyakinkan didasarkan pada proses yang logis dalam menghasilkan ide yang mengarah pada kesimpulan dan hipotesis.

Penelitian ini memiliki tiga (3) variabel independen, yaitu kualitas Pendidikan (X1), promosi (X2), lokasi (X3), dan satu (1) variabel dependen yaitu keputusan mendaftar (Y). Ketiga variabel ini diduga akan mempengaruhi siswa dalam menentukan keputusan untuk mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.

Kerangka pemikiran menggambarkan pengaruh dari kedua variabel kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi sebagai variabel independen, dan untuk keputusan mendaftar sebagai variabel dependen. Kerangka ini disusun berdasarkan pada tinjauan hasil penelitian terdahulu terkait dengan variabel yang diidentifikasi oleh peneliti. Kriteria utama agar kerangka berpikir meyakinkan didasarkan pada proses yang logis dalam menghasilkan ide yang mengarah pada kesimpulan dan hipotesis.

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang arah penelitian, kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

_____ : Pengaruh parsial

- - - - - : Pengaruh simultan

Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi yang paling mungkin untuk diuji berdasarkan rumusan masalah penelitian dan dimaksudkan untuk mengarahkan topik dan tujuan penelitian. Dengan demikian, hipotesis penelitian dapat diturunkan dari uraian masalah yang ada. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini, yaitu:

H1 : Diduga kualitas pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura-Sukoharjo.

H2 : Diduga promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura-Sukoharjo.

H3 : Diduga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura-Sukoharjo.

H4 : Diduga kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura-Sukoharjo.

Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Kualitas Pendidikan Terhadap Keputusan Mendaftar

Kualitas pendidikan dapat mempengaruhi keputusan siswa untuk mendaftar pada sebuah lembaga pendidikan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ari Dwi Astuti (2021), Ahmad Sofan Ansor (2018); Darwin dan Nursiti (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas pendidikan mempengaruhi terhadap keputusan siswa dalam memilih layanan pendidikan. Semakin baik kualitas Pendidikan, maka semakin besar keputusan untuk mendaftar. Siswa akan menentukan keputusannya untuk mendaftar jika kualitas pendidikan yaitu kurikulum sesuai dengan tuntutan dunia kerja, lulusan yang mudah diterima di dunia kerja, tenaga pendidik yang memiliki latar belakang pendidikan sesuai dengan kompetensinya, dan sarana-prasarana lengkap, memadai, bersih sesuai dengan harapan mereka.

Pendapat Lupiyadi (2009) yang menyatakan bahwa kualitas pendidikan perlu mendapat perhatian yang serius bagi pihak sekolah dalam menjalankan strategi operasinya.

2. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Mendaftar

Salah satu hal penting dalam menjalankan usaha di bidang pendidikan adalah merencanakan promosi untuk menjangkau target pasar. Dalam hal ini pasar sasarannya adalah siswa.

Menurut Kotler dan Keller (2018), periklanan adalah proses sosial dan administrative dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan menciptakan dan menukarkan barang dan nilai dengan pihak lain (Kotler & Keller, 2018). Oleh karena itu, sekolah harus mampu memahami produk yang diberikan kepada siswa.

Periklanan mempengaruhi keputusan siswa untuk mendaftar di lembaga pendidikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Asyidatur Rosmaniar (2019) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh

terhadap keputusan siswa memilih sekolah dan penelitian yang dilakukan oleh beberapa

3. Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Mendaftar

Menurut Tjiptono (2007), lokasi menentukan keberhasilan suatu produk karena lokasi berkaitan erat dengan potensi pasar suatu perusahaan (Tjiptono, 2007).

Sejalan dengan pandangan Alamsyah (2007) yang menyatakan bahwa lokasi sekolah adalah tempat dimana sekolah melakukan kegiatan usaha. Keterjangkauan lokasi sekolah memungkinkan siswa memutuskan mendaftar pada lembaga pendidikan karena dirasa efisien tanpa banyak menghabiskan waktu di perjalanan untuk menjangkau rumah dan sekolah. Lokasi sekolah yang strategis adalah sekolah yang mudah dijangkau, lokasi yang luas, jika lokasinya strategis maka siswa akan memutuskan untuk mendaftar.

Muhammad Rifky Putra Utomo (2018), menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua siswa dalam memilih layanan pendidikan dan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti lain diantaranya Ari Dwi Astuti (2021), Ulfa Indah Wati (2015), Rosmaniar (2019), Riri Oktarini dan Rahmayanti (2020).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini didasarkan pada data dari hasil kuesioner yang dibagikan kemudian dianalisis dengan menggunakan program SPSS untuk menunjukkan adanya hubungan antar variabel yang diteliti.

Metode kuantitatif disebut metode tradisional karena metode tersebut sudah lama digunakan, sehingga menjadi tradisi sebagai metode pasifis karena sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah, yaitu kongkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis serta karena data penelitian berupa angka dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2017).

Menurut Bawono, populasi adalah seluruh objek dan subjek penelitian yang ditetapkan untuk dianalisis dan diambil kesimpulannya (Bawono, 2006). Seperangkat objek dan subjek penelitian yang digunakan oleh peneliti, tentunya yang mempunyai hubungan dengan masalah yang akan dipecahkan atau yang memenuhi persyaratan.

Menurut Bawono, sampel adalah objek atau subjek penelitian yang dipilih untuk mewakili seluruh populasi (Bawono, 2006). Sampel penelitian ini adalah siswa keseluruhan kelas X yang berjumlah 66 siswa.

Peneliti menjadikan siswa SMK Pelayaran Pancasila Kartasura kelas X pada tahun ajaran 2022/2023 sebagai populasi dalam penelitian ini. dengan jumlah siswa sebanyak 66 siswa. Dipilihnya kelas X karena dianggap mampu mewakili karakteristik anggota populasi dengan pertimbangan bahwa kelas X baru saja melalui tahap seleksi penerimaan siswa baru dan ingatan mereka masih sangat jelas ketika mendaftar untuk menjadi siswa di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* jenis *sampling* jenuh mengingat jumlah sampel diambil dari populasi karena jumlah populasi SMK Pelayaran Pancasila Kartasura kurang dari 100 orang.

Sampel penelitian ini adalah siswa keseluruhan kelas X yang berjumlah 66 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* jenis *sampling* jenuh mengingat jumlah sampel diambil dari populasi karena jumlah populasi SMK Pelayaran Pancasila Kartasura kurang dari 100 orang.

Menurut Sugiyono, *sampling* jenuh adalah teknik menentukan sampel tanpa memperdulikan apakah penelitian memilih semua anggota populasi atau bisa disebut *sensus kecil* (Sugiyono, 2017)

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara, angket, dan pengamatan (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang disajikan relevan dan terkait dengan tujuan penelitian, yaitu persepsi siswa terhadap kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Kuesioner terdiri atas 28 item pertanyaan. Data yang dikumpulkan dari kuisisioner kemudian diukur dengan menggunakan skala *Likert* dengan lima kategori yang masing-masing memiliki nilai yang berbeda, yaitu:

- a. SS Sangat setuju dengan nilai 5
- Setuju dengan nilai 4
- b. S Netral dengan nilai 3
- c. N Tidak setuju dengan nilai 2
- d. TS Sangat tidak setuju dengan nilai 1
- e. STS

Teknik penyebaran kuesioner kepada siswa kelas X dilakukan dengan teknik luring dimana peneliti memberikan kuesioner dalam bentuk cetak kepada responden secara langsung di tempat penelitian. Alasan peneliti menggunakan teknik luring agar peneliti dapat bertemu secara langsung dengan responden dan data semakin cepat terkumpul.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Peneliti menggunakan empat variabel yang terdiri dari tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Penjelasan mengenai operasionalisasi mengenai variabel yang dipakai dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variable Independen (X)

- a. Kualitas Pendidikan dalam penelitian ini merupakan kualitas yang dimiliki oleh SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Indikator kualitas pendidikan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan

oleh Darwin antara lain: (Darwin, 2013).

- 1) Kurikulum yang digunakan
 - 2) Output yang dihasilkan
 - 3) Tenaga pendidik
 - 4) Sarana dan prasarana pendukung
- b. Promosi merupakan periklanan yang dilakukan oleh SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Indikator promosi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:
- 1) Periklanan
 - 2) Promosi penjualan
 - 3) Informasi dari mulut ke mulut
- c. Lokasi adalah tempat SMK Pelayaran Pancasila kartasura berada. Indikator lokasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:
- 1) Akses
 - 2) Visibilitas
 - 3) Lalu lintas
 - 4) Lingkungan

2. Variable Dependen (Y)

Merupakan keputusan siswa untuk mendaftar di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Indikator keputusan mendaftar yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Pengenalan Masalah Kebutuhan
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi Alternatif
- 4) Keputusan Pembelian

Tempat dan Waktu Penelitian

Salah satu bagian penting dari penelitian adalah lokasi/tempat penelitian (dalam hal ini adalah lembaga pendidikan). Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah SMK Pelayaran Pancasila Kartasura-Sukoharjo yang beralamatkan di Jalan Slamet Riyadi No. 82 Kartasura, Kecamatan Kartasura, Kabupaten sukoharjo 57167.

SMK Pelayaran Pancasila Kartasura dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan satu-satunya SMK yang memiliki background Pendidikan di bidang kemaritiman di eks karisidenan Surakarta. Terbatasnya penelitian terdahulu yang membahas mengenai kualitas Pendidikan, promosi, dan lokasi

pada SMK Pelayaran juga menjadi alasan peneliti untuk menganalisis pengaruh kualitas Pendidikan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan mendaftar sebagai variabel independen.

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat berguna untuk meningkatkan jumlah pendaftar di sekolah khususnya SMK swasta yang notabene harus bersaing dengan sekolah negeri dalam penerimaan siswa baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas mengukur valid atau tidaknya suatu kuestioner. Menurut Bawono, suatu survei dikatakan valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur (Bawono, 2006). Uji validitas dari penelitian ini untuk mengetahui valid atau tidaknya pertanyaan survei dengan menentukan korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total.

Menurut Sugiyono, uji validitas adalah ketepatan antara data yang ada pada obyek penelitian dengan data yang disajikan (Sugiyono, 2017). Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara informasi yang disajikan dengan yang sebenarnya.

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner melalui perhitungan SPSS 16.00 yang berdasarkan tingkat kepercayaan $66-2 = 64$ dan tingkat signifikansi = 5% atau 0.05. Maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.244

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pendidikan

Variabel Kualitas Pendidikan	r- hitung	r-tabel	Ket.
X _{1,1}	0.588	0.244	valid
X _{1,2}	0.622	0.244	valid
X _{1,3}	0.571	0.244	valid
X _{1,4}	0.565	0.244	valid
X _{1,5}	0.694	0.244	valid
X _{1,6}	0.777	0.244	valid
X _{1,7}	0.635	0.244	valid
X _{1,8}	0.285	0.244	valid
X _{1,9}	0.669	0.244	valid
X _{1,10}	0.582	0.244	valid

X _{1.11}	0.663	0.244	valid
X _{1.12}	0.629	0.244	valid
X _{1.13}	0.672	0.244	valid
X _{1.14}	0.452	0.244	valid
X _{1.15}	0.537	0.244	valid
X _{1.16}	0.632	0.244	valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas hasil uji validitas variabel kualitas Pendidikan (X₁) menunjukkan 16 pertanyaan signifikan dengan diketahui nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga setiap pertanyaan yang diajukan valid untuk mengukur variable kualitas pendidikan.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Variabel Promosi	r-hitung	r-tabel	Ket.
X _{2.1}	0.799	0.244	valid
X _{2.2}	0.805	0.244	valid
X _{2.3}	0.670	0.244	valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel 14 diatas dapat dilihat dari hasil uji validitas variable promosi bahwa setiap pertanyaan variable promosi (X₂) memberikan hasil yang signifikan ketika nilai r_{hitung} diketahui lebih besar dari r_{tabel}, sehingga setiap pertanyaan dikatakan valid untuk mengukur variable promosi.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Variabel Lokasi	r-hitung	r-tabel	Ket.
X _{3.1}	0.778	0.244	valid
X _{3.2}	0.707	0.244	valid
X _{3.3}	0.839	0.244	valid
X _{3.4}	0.745	0.244	valid
X _{3.5}	0.539	0.244	valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel 15 di atas dapat dilihat dari hasil uji validitas variabel lokasi (X₃) memberikan hasil yang signifikan ketika nilai r_{hitung} diketahui lebih besar dari r_{tabel},

sehingga setiap pertanyaan yang diajukan valid untuk mengukur variable lokasi.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Mendaftar

Variabel Keputusan Mendaftar	r-hitung	r-tabel	Ket.
Y ₁	0.773	0.244	valid
Y ₂	0.823	0.244	valid
Y ₃	0.639	0.244	valid
Y ₄	0.824	0.244	valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel 16 di atas dapat dilihat dari hasil uji validitas variable keputusan mendaftar bahwa setiap pertanyaan variable keputusan mendaftar (Y) memberikan hasil yang signifikan ketika nilai r_{hitung} diketahui lebih besar dari r_{tabel}, sehingga setiap pertanyaan yang diajukan valid untuk mengukur variable keputusan mendaftar.

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu survei dikatakan reliabel jika respon terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Penelitian ini menggunakan satu pengukuran atau pengukuran hanya sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain dengan menggunakan program SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0.60 (Bawono, 2006).

Reliabel artinya konsisten atau stabil. Setelah semua pertanyaan dinyatakan valid maka uji selanjutnya adalah menguji reliabilitas kuesioner. Berikut uji reliabilitas dari semua variabel.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cornbach Alpha</i>	min	Ket.
Kualitas Pendidikan (X ₁)	0.878	0.60	reliabel
Promosi (X ₂)	0.634	0.60	reliabel
Lokasi (X ₃)	0.754	0.60	reliabel
Keputusan	0.768	0.60	reliabel

Mendaftar (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabelitas, ke-empat variabel pada tabel 17, terlihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.60, dapat disimpulkan bahwa kuesioner empat item pertanyaan adalah reliabel.

Reliabilitas pada nilai masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel kualiatas pendidikan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.878 atau lebih besar dari 0.60 yang berarti bahwa pertanyaan reliabel dalam mengukur variabel kualiatas pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pertanyaan diajukan secara berulang maka hasilnya akan konsisten. Nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.878 > nilai r_{tabel} 0.244, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa kuesioner variabel kualitas pendidikan dinyatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.
2. Variabel promosi nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.634 atau lebih besar dari 0.60 yang berarti bahwa pertanyaan reliabel dalam mengukur variabel promosi. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pertanyaan diajukan secara berulang maka hasilnya akan konsisten. Nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.634 > nilai r_{tabel} 0.244, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa kuesioner variabel promosi dinyatakan reliabel sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.
3. Variabel lokasi nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.754 atau lebih besar dari 0.60 yang berarti bahwa pertanyaan reliabel dalam mengukur variabel lokasi. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pertanyaan diajukan secara berulang maka hasilnya akan konsisten. Nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.754 < nilai r_{tabel} 0.244, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa kuesioner variabel lokasi dinyatakan reliabel sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

4. Variabel keputusan mendaftar nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.768 atau lebih besar dari 0.60 yang berarti bahwa pertanyaan reliabel dalam mengukur variabel keputusan mendaftar. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pertanyaan diajukan secara berulang maka hasilnya akan konsisten. Nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.768 < nilai r_{tabel} 0.244, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa kuesioner variabel keputusan mendaftar dinyatakan reliabel sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

Uji Normalitas Data

Menurut Sugiyono, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2017).

Ghozali mengatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk mrngrtahui signifikansi hubungan antar variable. Data dikatakan memenuhi asumsi normalitas jika angka signifikansi pada tabel lebih besar dari alpha 5%, sebaliknya data dikatakan tidak memenuhi asusmsi normalitas jika pada tabel lebih kecil dari alpha 5% (Ghozali, 2012).

Berdasarkan hasil SPSS 16.00 menunjukkan bahwa uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.35064040
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.057
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.496
Asymp. Sig. (2-tailed)		.967

a. Test distribution is Normal.

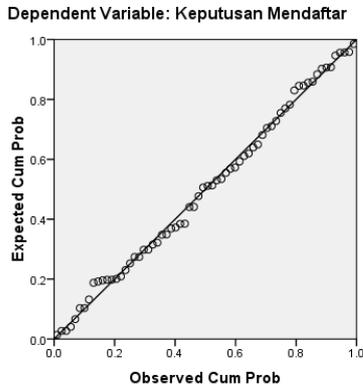
Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Dari tabel 5.14. di atas dapat dilihat bahwa hasil uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* adalah 0.967 yang berarti signifikansi lebih besar dari 0.05, maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada uji normalitas dan terdistribusi normal.

Normalitas Regresi

Penelitian ini menggunakan P-P Plot dari regresi residual untuk menguji normalitas. Berikut ini adalah gambar P-Plot $Y-X_1X_2X_3$

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas

Gambar di atas menunjukkan bahwa data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga residual data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variansi dari satu pengamatan residual ke pengamatan lainnya. Jika variansinya berbeda maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

Ghozali mengungkapkan bahwa model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas juga dapat menggunakan pendekatan grafik plot antara variable terikat (ZPRED) dengan nilai prediksi residulnya (SRESID), dengan kriteria terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka menunjukkan terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas dan tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan program SPSS 16.0 disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

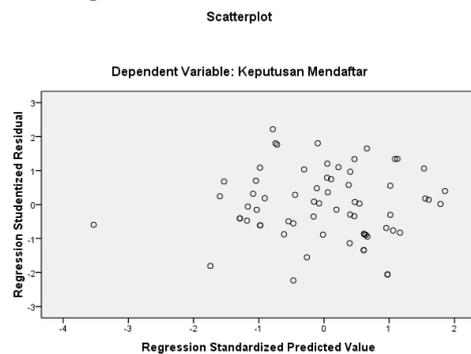
Variabel	signifikansi	min	Keterangan
----------	--------------	-----	------------

X1	0.634	0.05	tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0.200	0.05	tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0.375	0.05	tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai signifikansi variabel kualitas pendidikan sebesar 0.634, variabel promosi sebesar 0.200, dan variabel lokasi sebesar 0.375 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada residualnya dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Uji heteroskedastisitas juga dapat menggunakan pendekatan grafik plot antara variable terikat (ZPRED) dengan nilai prediksi residulnya (SRESID), dengan kriteria terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka menunjukkan terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas dan tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengolahan data dengan program SPSS 16.0 memberikan hasil sebagai berikut:



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas diketahui bahwa titik-titik data tersebar antara 0-Y dan tidak membentuk pola yang terdefinisi, sehingga dapat dikenali tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang dihasilkan.

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada variabel bebas yang memiliki kesamaan dengan

variabel bebas lainnya yang dapat menyebabkan variable bebas berkorelasi tinggi.

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terdapat hubungan linier atau korelasi yang tinggi antara masing-masing variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas biasanya terjadi ketika sebagian besar variabel yang digunakan saling terkait dalam suatu model regresi

Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat statistik kolinieritas dan nilai koefisien variabel bebas. Hasil uji dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 9 Hasil Uji Multilinieritas

Variabel	Tolerance	min	VIF	max
X1	0.680	0.10	1.471	10.00
X2	0.633	0.10	1.580	10.00
X3	0.660	0.10	1.515	10.00

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai *tolerance* variabel kualitas pendidikan sebesar 0.680, variabel promosi sebesar 0.633, dan variabel lokasi sebesar 0.660 yang berarti nilainya lebih besar dari 0.10, sehingga tidak menunjukkan gejala multikolinieritas. Nilai VHF untuk variabel kualitas pendidikan sebesar 1.471, variabel promosi sebesar 1.580, dan variabel lokasi sebesar 1.515 yang berarti nilainya kurang dari 10.00 yang berarti tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Analisis Regresi

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh variabel kualitas pendidikan (X₁), promosi (X₂), dan lokasi (X₃) terhadap keputusan mendaftar (Y). Model regresi linier yang diperoleh dari hasil pengolahan data SPSS Analisis statistik dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk menghitung pengaruh kuantitatif suatu

perubahan variabel X terhadap variabel Y yaitu untuk menguji ada tidaknya pengaruh kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.

Hasil dari perhitungan yang dilakukan dengan SPSS 16.00 adalah sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant	2.260	2.297
X1	0.124	0.042
X2	0.059	0.167
X3	0.236	0.112

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Persamaan yang digunakan untuk menjelaskan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Keputusan mendaftar

A = Konstanta regresi = 2.260

X₁ = Kualitas Pendidikan

X₂ = Promosi

X₃ = Lokasi

b₁ = Koefisien kualitas Pendidikan = 0.124

b₂ = Koefisien promosi = 0.059

b₃ = Koefisien lokasi = 0.236

e = error = 2.297

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,260 + 0,124X_1 + 0,059X_2 + 0,236X_3 + 2,297$$

Dari persamaan regresi tersebut terlihat bahwa pengaruh kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan mendaftar adalah searah (positif).

Uji t

Uji ini menunjukkan tingkat signifikansi variabel independen yang secara individual atau terpisah mempengaruhi variabel dependen. Uji ini dilakukan secara parsial dengan menggunakan uji t statistik untuk setiap variabel bebas pada tingkat kepercayaan tertentu (Bawono, 2006).

Penelitian ini menggunakan uji-t untuk mengetahui pengaruh parsial kualitas pendidikan (X₁), promosi (X₂),

dan lokasi (X3) terhadap keputusan mendaftar (Y) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi uji-t $\leq 0,05$ maka keputusan mendaftar (Y) secara parsial dipengaruhi oleh kualitas pendidikan (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3) berpengaruh.
- b) Jika nilai signifikansi uji-t $> 0,05$ maka kualitas pendidikan (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar (Y).

Uji-t juga dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung dengan ttabel dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika nilai thitung \geq ttabel, maka kualitas pendidikan (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mendaftar (Y).
- b) Jika nilai thitung $<$ ttabel, maka kualitas Pendidikan (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar (Y).

Uji t digunakan dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh secara parsial kualitas Pendidikan (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3) terhadap keputusan mendaftar (Y) pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 11 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Sig.	t-hitung	t-tabel
X1	0,004	2,968	1,999
X2	0,726	0,352	1,999
X3	0,04	2,103	1,999

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Penjelasan:

- 1) Kualitas Pendidikan (X1) berpengaruh terhadap keputusan mendaftar (Y) karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,004 dan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mendaftar (Y) karena nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu $2,968 > 1,999$.

- 2) Promosi (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar (Y) karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,726 dan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar (Y) karena nilai thitung lebih kecil dari ttabel yaitu $0,352 < 1,999$.
- 3) Lokasi (X3) berpengaruh terhadap keputusan mendaftar (Y) karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,040 dan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan mendaftar (Y) karena nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu $2,103 > 1,999$.

Hasil statistik di atas menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pendidikan dan lokasi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar sedangkan variable promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar.

Uji F

Uji-F untuk menguji pengaruh variable bebas terhadap variable terikat secara simultan. Menurut Ghazali, kriteria keputusan dengan uji-F adalah jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat secara simultan.

Penelitian ini menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh kualitas pendidikan (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3) secara simultan terhadap keputusan mendaftar (Y) Uji F digunakan untuk menguji pengaruh antara variable bebas terhadap variable terikat secara simultan. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2 Uji Simultan (Uji F)

Model	signifikansi	F-hitung	F-tabel
Regression	0,000	10,535	2,750

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pendidikan (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar

(Y). Table 23 menunjukkan bahwa kualitas pendidikan (X_1), promosi (X_2), dan lokasi (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mendaftar (Y) karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $10,535 > 2,75$.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dan independen, atau sejauh mana kontribusi variabel mempengaruhi variabel dependen (Bawono, 2006).

Berikut hasil koefisien determinasi dari R square:

Tabel 3 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Model	R Square	Adjusted R Square
1	0,338	0,306

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas terlihat nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,338 atau 33,8%, maka dapat disimpulkan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 0,338 (33,8%), sedangkan sisanya sebesar 66,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat cukup kecil.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah peneliti kemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mendaftar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pendidikan sekolah maka akan meningkatkan keputusan siswa untuk mendaftar di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.
2. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar. Hal ini menunjukkan bahwa baik tidaknya promosi yang dilakukan oleh sekolah tidak mempengaruhi peningkatan

keputusan siswa untuk mendaftar di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.

3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mendaftar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi sekolah maka akan meningkatkan keputusan siswa untuk mendaftar di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.
4. Kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mendaftar. Berbagai pertimbangan mengenai kurikulum sekolah, kualitas lulusan, kualitas tenaga pengajar, kualitas sarana prasarana, didukung oleh promosi yang menarik, serta lokasi yang strategis maka akan meningkatkan keputusan siswa untuk mendaftar di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.

Implikasi penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Implikasi terhadap kualitas Pendidikan dan keputusan mendaftar. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pendidikan berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Indikator keunggulan kompetensi yang terdapat di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Beberapa temuan indikator yang harus diperhatikan adalah:
 - a. Indikator keunggulan kompetensi yang terdapat di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura perlu diinformasikan, disosialisasikan kepada siswa agar mereka lebih memahami keunggulan dari sekolah. Hal ini dapat dilaksanakan saat kunjungan ke SMP.
 - b. Indikator kerapian tenaga pendidik, jadwal pemakaian seragam perlu diinformasikan kembali secara tertulis agar mereka tidak lupa untuk mengenakan seragam sesuai dengan jadwal. Adanya teguran dari Kepala Sekolah kepada guru yang mengenakan seragam yang berbeda.
 - c. Indikator kebersihan lingkungan sekolah, perlu digiatkan kembali piket kelas setiap hari. Penambahan tempat

sampah di setiap kelas. Tenaga kebersihan perlu ditambah mengingat begitu banyak yang harus dibersihkan. Untuk menjaga kebersihan laboratorium, bisa dipanggil tenaga outsourcing yang professional.

- d. Indikator kenyamanan perpustakaan, perlu adanya penambahan buku bacaan yang menarik agar siswa merasa betah untuk membaca buku di perpustakaan, kursi di perpustakaan diganti dengan kursi yang ada sandarannya sehingga siswa yang duduk di perpustakaan akan merasa lebih nyaman.
- e. Indikator media pembelajaran, perlunya pengecekan media pembelajaran secara rutin, penambahan media pembelajaran, diadakan workshop kepada guru tentang penggunaan media pembelajaran.
2. Implikasi terhadap promosi dan keputusan mendaftar.
Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas Pendidikan, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.
3. Implikasi terhadap lokasi dan keputusan mendaftar.
Penelitian ini membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Meskipun lokasi sekolah strategis alangkah baiknya apabila dipasang petunjuk arah di beberapa titik sekitar sekolah agar masyarakat awam mengetahui keberadaan sekolah dan memudahkan masyarakat menuju sekolah.
4. Implikasi kualitas Pendidikan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan mendaftar.

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas Pendidikan, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.

Dari hasil uji penelitian yang dilakukan bahwa variable kualitas Pendidikan, promosi, dan lokasi

berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. SMK Pelayaran Pancasila Kartasura harus tetap menjaga unsur-unsur yang terdapat pada masing-masing variabel sehingga tujuan dari SMK Pelayaran Pancasila Kartasura akan tercapai. Dengan menggunakan item penunjang variabel tersebut berpengaruh secara Bersama-sama terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.

Penelitian ini membuktikan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Meskipun sekolah telah melakukan promosi sebelum penerimaan siswa, alangkah baiknya promosi dilakukan secara terus menerus karena promosi sebagai faktor yang penting bagi sekolah untuk menginformasikan berbagai keunggulan

Dari hasil uji penelitian yang dilakukan bahwa variable kualitas Pendidikan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. SMK Pelayaran Pancasila Kartasura harus tetap menjaga unsur-unsur yang terdapat pada masing-masing variabel sehingga tujuan dari SMK Pelayaran Pancasila Kartasura akan tercapai. Dengan menggunakan item penunjang variabel tersebut berpengaruh secara Bersama-sama terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.

Saran

1. Kualitas Pendidikan merupakan alasan bagi siswa SMP kelas IX untuk mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura, maka pihak sekolah sebaiknya melakukan berbagai langkah strategis agar kualitas Pendidikan ini dapat terbaca secara

- langsung oleh calon siswa sehingga mereka dapat mempertimbangkan keputusannya untuk melanjutkan di SMK Pelayaran Pancasila Kartasura.
2. Variabel promosi merupakan faktor penting dalam pemenuhan target penerimaan siswa baru, maka sudah seharusnya sekolah melakukan promosi secara terus menerus karena persaingan semakin ketat diantara sekolah untuk menarik calon siswa. Promosi semakin digencarkan lagi dan lebih menarik dengan berbagai media iklan di televisi nasional sehingga masyarakat luas akan mengetahui nama SMK pelayaran Pancasila Kartasura.
 3. Mengacu pada koefisien determinasi (*R Square*) menunjukkan sumbangan efektif variabel kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi dalam menciptakan keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura sebesar 0,338 atau 33,8% selebihnya 66,2% berasal dari variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini. Sehubungan dengan hal tersebut disarankan kepada peneliti selanjutnya agar mengkaji faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi keputusan mendaftar pada lembaga pendidikan seperti harga, kualitas layanan, status akreditasi, citra sekolah, dan variabel lainnya.
 4. Disarankan kepada siswa mempertimbangkan benar-benar sebelum melakukan keputusan untuk mendaftar sekolah. Siswa sebaiknya memilih sekolah yang memiliki pendidikan yang berkualitas, mampu menghasilkan lulusan yang siap kerja dan berdaya saing tinggi, memiliki infrastruktur yang lengkap, memiliki tenaga pengajar yang profesional di bidangnya, dan memiliki gedung yang luas, nyaman, bersih, serta memiliki lahan parkir, sesuai dengan bakat dan minat.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Ansor, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pendidikan Dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa Pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(02), 317. <https://doi.org/10.30868/im.v1i2.282>
- Darwin. (2013). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pendidikan Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Jasa Pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Dwi Astuti, A. (2021). Fasilitas, Harga, Kualitas Pendidikan, Dan Lokasi Sebagai Determinan Keputusan Siswa Memilih Jasa Pendidikan Di SMK Muhammadiyah Imogiri (Studi Kasus Pada Jurusan Tata Busana). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2). <https://doi.org/10.52643/jam.v10i2.1128>
- Oktarini, R., and Rahmayanti, R. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH LEMBAGA PENDIDIKAN (STUDI EMPIRIS PADA SMA IMTEK PAGEDANGAN TANGERANG). *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 7(2). <https://doi.org/10.32493/skr.v7i2.7035>
- Radjulaini. (n.d.). *Minat siswa smp negeri di kabupaten sumedang jawa barat untuk melanjutkan ke smk bidang keahlian teknik bangunan*.
- Rakhmanita, A. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Sarana terhadap Proses Keputusan Memilih Sekolah pada Sekolah Alam Tangerang. In *Widya Cipta* (Vol. 7).
- Supranoto, H. (2017). *-issn 2337-4721* (Vol. 5).
- Windarto, R. (2013). Minat siswa SMP Negeri melanjutkan ke SMK ditinjau dari sosial ekonomi keluarga di Kabupaten Bantul. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 3(1), 103–116. <https://doi.org/10.21831/jpv.v3i1.1585>