

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT SISWA BARU DI MADRASAH

Zahrotul Azkiyah¹⁾, Ari Kartiko²⁾, Muhammad Mujtaba Mitra Zuana³⁾

¹ Fakultas Tarbiyah Institut Pesantren Kh. Abdul Chalim, Mojokerto Indonesia
email: zahrotul.azkiyah@gmail.com

² Fakultas Tarbiyah Institut Pesantren Kh. Abdul Chalim, Mojokerto Indonesia
email: ari.kartiko5@gmail.com

³ Fakultas Syariah Institut Pesantren Kh. Abdul Chalim, Mojokerto Indonesia
mujtaba.mitrazuana@gmail.com

Abstract

In the world of education, many private schools have sprung up which will result in competition between schools in obtaining students. It can be seen that fostering new student interest in a school can be carried out by improving the academic services provided by the international standard madrasah, Amanatul Ummah, promotion by international standard madrasah community relations, Amanatul Ummah. Mojokerto, and which one has more influence on the quality of academic services and promotion on the interest of new students at MBI Amanatul ummah pacet Mojokerto. This study uses quantitative data analysis techniques. Types of data collection using a questionnaire, test instruments using validity and reliability tests. classical assumption test and hypothesis testing using simple linear regression test and multiple linear regression. The results of this study indicate that the results of data analysis using the F test and t test obtained significant simultaneous test data (F test) of 0.000 and an F coefficient value greater than the F value ($F_{count} = 47.863 > F_{0.1} = 2.37$). This means that there is a significant positive effect on the quality of academic services and promotion on the interest of new students at MBI Pacet Mojokerto. The greatest relationship to variable Y (new student interest) is shown by variable X₂ (promotion), namely 0.514 or 51.4%.

Keywords: Promotion, Quality of academic services, New student interest.

Abstrak

Dalam dunia pendidikan banyak bermunculan sekolah swasta akan berakibat pada persaingan antar sekolah dalam memperoleh siswa. Dapat diketahui bahwa dalam menumbuhkan minat siswa baru kepada suatu sekolah dapat dilaksanakan dengan meningkatkan pelayanan akademik yang di sediakan madrasah bertaraf internasional amanatul ummah, promosi oleh hubungan masyarakat madrasah bertaraf internasional amanatul ummah. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru di MBI pacet Mojokerto, dan manakah yang lebih berpengaruh kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru di MBI amanatul ummah pacet Mojokerto. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis data kuantitatif. Jenis pengumpulan data menggunakan angket, uji instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil analisis data menggunakan uji F dan uji t diperoleh data signifikan uji simultan (uji F) sebesar 0,000 dan nilai koefisien F yang lebih besar dari nilai F ($F_{hitung} = 47,863 > F_{0,1} = 2,37$). Artinya ada pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru di MBI pacet Mojokerto. Hubungan yang paling besar terhadap variabel Y (minat siswa baru) ditunjukkan oleh variabel X₂ (promosi) yaitu 0,514 atau 51,4%.

Kata Kunci: Promosi, kualitas pelayanan akademik, minat siswa baru.

PENDAHULUAN

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional, menerangkan bahwa sistem pendidikan nasional harus mampu menjamin kesempatan yang sama untuk pendidikan, meningkatkan kualitas dan relevansi serta efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi tantangan dalam mengubah gaya hidup nasional, lokal dan global sehingga reformasi pendidikan perlu direncanakan, diarahkan, dan berkelanjutan. Tujuan pendidikan nasional Indonesia ialah terbentuknya sistem pendidikan nasional sebagai lembaga pendidikan yang berwibawa dan kuat dalam memberdayakan seluruh masyarakat Indonesia agar tumbuh menjadi insan yang bermutu sehingga mereka dapat merespons era globalisasi (M. A. Abdullah, 2017; M. L. Abdullah & Syahri, 2019; Ahmad, 2015).

Dalam masa kini, dunia pendidikan juga berubah, banyak bermunculan sekolah swasta. Munculnya banyak lembaga swasta akan berakibat pada persaingan antar sekolah dalam memperoleh siswa (Bashori, 2017). Berbagai pendekatan telah diambil untuk mendapatkan perhatian masyarakat melalui peningkatan fasilitas serta infrastruktur, fasilitas teknologi canggih dan pengembangan tenaga pendidik (Rahman, 2015). Pertumbuhan dunia pendidikan menimbulkan persaingan antar lembaga sekolah terutama sektor swasta. Adanya

persaingan tersebut secara tak langsung menghasilkan persaingan dalam perekrutan siswa, dari tingkat menengah, dasar, atas sampai ke tingkat perguruan tinggi, dimana masing-masing sekolah bersaing dalam mempromosikan sekolah mereka untuk merekrut siswa dengan memakai berbagai macam metode promosi yang terbaik (Suprihatin, 2015), diketahui bahwa dalam menumbuhkan minat siswa baru kepada suatu sekolah dapat dilaksanakan dengan meningkatkan layanan akademik yang disediakan MBI Amanatul ummah, Promosi oleh hubungan masyarakat MBI Amanatul ummah. MBI Amanatul ummah merupakan sekolah berjenjang Madrasah Aliyah (MA) yang terletak di daerah Pacet Mojokerto.

Sekolah berbasis internasional ini tentu memiliki cara khusus dalam menarik minat siswa baru untuk mendaftar di MBI Amanatul ummah. Cara khusus itu bisa melalui pelayanan akademik yang berkualitas maupun promosi yang baik. Penelitian ini akan membahas bagaimana pengaruh kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru di MBI Amanatul ummah.

Pada faktanya banyak sekali dari berbagai sekolah atau yayasan dalam alurnya memperoleh siswa hanya mempertimbangkan sisi akademik calon siswanya, yang mana hal tersebut bermaksud untuk meningkatkan mutu lulusan dari sekolah tersebut. Hal ini mengakibatkan

faktor minat siswa jadi terabaikan(Armia, 2020; Sayuwaktini et al., 2015; Suharyat, 2009).

MBI Amanatul ummah merupakan sekolah berjenjang Madrasah Aliyah (MA) yang terletak di daerah Pacet Mojokerto. Sekolah berbasis internasional ini tentu memiliki cara khusus dalam menarik minat siswa baru untuk mendaftar di MBI Amanatul ummah. Cara khusus itu bisa melalui pelayanan akademik yang berkualitas maupun promosi yang baik. Penelitian ini akan membahas bagaimana pengaruh kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru di MBI Amanatul ummah.

Pada faktanya banyak sekali dari berbagai sekolah atau yayasan dalam alurnya memperoleh siswa hanya mempertimbangkan sisi akademik calon siswanya, yang mana hal tersebut bermaksud untuk meningkatkan mutu lulusan dari sekolah tersebut. Hal ini mengakibatkan faktor minat siswa jadi terabaikan(Maarif & Rofiq, 2018; Rahmat, 2016).

Pada umumnya untuk melakukan kegiatan promosi dalam meningkatkan minat seseorang untuk masuk ke suatu lembaga pendidikan, dilakukan dengan cara promo ke Sekolah-sekolah, membuat iklan di media sosial, website, lulusan yang berkualitas, fasilitas yang lengkap, juga dengan mengirimkan siswa untuk mengikuti perlombaan yang ada diluar agar calon siswa

dapat tertarik dengan prestasi yang diperoleh peserta didik MBI Amanatul ummah, MBI Sering mengadakan acara tahunan dengan berbagai macam perlombaan itu juga termasuk bagian dari pengenalan Lembaga MBI Amanatul ummah (Ma`arif & Rusydi, 2020).

MBI Amanatul ummah memberikan fasilitas-fasilitas lengkap yang dapat dinikmati oleh siswa, sistem sosial bimbingan sepenuh waktu. Para pembimbing tersebut meliputi wali kelas diniyah, wali kelas formal dan wali kamar sehingga siswa akan terdidik oleh pendidik yang berkompeten pada bidang masing-masing (Hasanah, 2020). MBI Amanatul ummah juga terdapat program intensif bagi siswa agar lulus tes masuk di perguruan tinggi ternama diluar maupun didalam negeri dengan cara try out, pembahasan tuntas dan percepatan pendidikan secara berkala saat pembelajaran dimulai dari kelas sepuluh sampai kelas dua belas.

Berdasarkan latar belakang masalah maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut : 1) Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan promosi Terhadap Minat Siswa Baru di MBI Amanatul ummah Pacet Mojokerto? 2) Manakah yang lebih berpengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru di MBI Amanatul ummah Pacet Mojokerto?

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Kualitas Pelayanan Akademik

Kualitas layanan ialah semua bentuk kegiatan yang dilaksanakan oleh lembaga dalam memenuhi harapan konsumen (Susanto, 2012). Dalam hal ini, pelayanan didefinisikan sebagai layanan yang diberikan oleh lembaga dalam bentuk kenyamanan, ketepatan, keramah tamahan, kecepatan, kecakapan dan kemampuan yang ditujukan pada properti dan sikap dalam memberi layanan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang sebenarnya konsumen dapatkan (Amin, 2018).

Untuk menentukan apakah layanan tersebut berkualitas atau tidak dapat dilihat dari lima dimensi, yaitu:

Bukti fisik (*tangibles*)

Kemampuan suatu institusi dalam memperlihatkan eksistensinya pada pihak dari luar. Penampilan, ketersediaan, kondisi lingkungan pendidikan dan fasilitas infrastruktur lembaga ialah bukti nyata layanan yang diberikan oleh lembaga maupun organisasi.

Kehandalan (*reliability*)

Kemampuan lembaga dalam menyediakan pelayanan seperti yang dijanjikan secara handal dan akurat harus sesuai dengan harapan siswa dan orang tua siswa, artinya kinerja tepat waktu, sikap

simpatik, layanan tanpa kekeliruan, serta tepat sasaran.

Ketanggapan (*responsiveness*)

Kemampuan menyediakan layanan yang cepat (*responsif*) dan tepat untuk siswa dan orang tua siswa.

Jaminan (*assurance*) dan kepastian

Kemampuan, kesopanan dan pengetahuan guru dan staf lembaga pendidikan untuk menumbuhkan kepercayaan siswa pada lembaga. Hasil penelitian Mastuti menyatakan ada 3 macam dimensi terkait kualitas pelayanan dalam bentuk layanan pendidikan, yaitu:

Respect for students (peduli terhadap siswa). Berupa respons yang cepat dalam pelayanan yang disuguhkan oleh para tenaga kependidikan dan guru terhadap siswa. Pelayanan yang diberikan adalah ilustrasi kinerja masing-masing karyawan.

Teacher's knowledge (pengetahuan guru), ilmu atau pengetahuan yang dipahami guru yang akan disampaikan kepada siswa,

School physical environment (lingkungan fisik sekolah atau lembaga pendidikan), fasilitas perlengkapan peralatan yang tersedia didalam kelas maupun di lingkungan sekolah.

(Gultom et al., 2014) secara singkat mengatakan bahwa manfaat kualitas unggul meliputi:

Loyalitas pelanggan lebih tinggi

Pangsa pasar lebih luas

Harga saham lebih besar

Harga jual lebih tinggi

Produktivitas lebih tinggi

Promosi

Menurut Swastha promosi adalah satu diantara variabel pada bauran pemasaran yang sangat penting bagi lembaga untuk menawarkan produk mereka (Haryanto, 2013). Promosi bisa dikatakan sebagai aliran informasi atau persuasi satu arah yang dibikin untuk mempengaruhi orang maupun kelompok ke tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut (Nugroho & SUGIONO, 2010), promosi ialah salah satu bentuk komunikasi pemasaran, yang disebut komunikasi pemasaran ialah kegiatan pemasaran yang berupaya membujuk, mempengaruhi, mengingatkan dan menyebarkan informasi target pasar bagi produk dan perusahaan supaya mau membeli dan menerima produk atau jasa yang ditawarkan oleh lembaga maupun organisasi.

Promosi sebagai bentuk komunikasi pemasaran ialah fungsi untuk memberi informasi, mempengaruhi dan membujuk keputusan penggunaan jasa. Tujuan promosi adalah a. memberikan informasi pada pelanggan juga publik, b. meningkatkan penggunaan, c. membedakan jasa d. menekankan nilai yang diterima pelanggan untuk jasa e. menyeimbangkan penjualan.

Menurut (Supranoto, 2017), promosi akan menyebabkan, a. Sekolah kita dikenal masyarakat luas. b. Publik mempercayai dan

memilih sekolah kita sebagai pilihan utama. c. Sekolah kita akan memiliki area target pasar yang lebih luas. d. Sekolah akan mendapatkan segmen pasar yang berkualitas dalam hal kecerdasan. e. sekolah akan dirasakan sebagai milik bersama, sehingga koreksi untuk meningkatkan kualitas sekolah akan semakin terasa. f. Sekolah akan dapat mengembangkan rencana kerja yang lebih stabil dan terukur.

Tujuan promosi meliputi: a. Menyebarkan informasi jasa pendidikan pada target sasaran. b. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan peningkatan laba c. Untuk memperoleh konsumen baru dan mempertahankan loyalitas konsumen. d. Untuk menjaga stabilitas penjualan saat pasar melambat e. Membedakan serta mengunggulkan jasa pendidikan dibanding jasa pesaing, f. Membentuk citra jasa pendidikan di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan. g. Mengubah perilaku dan opini konsumen.

Alat promosi jasa pendidikan juga memiliki efektivitas biaya yang berbeda pada berbagai tahap PLC, yang meliputi tahapan berikut: 1) Tahap pengenalan, Periklanan jasa pendidikan dan publisitas jasa pendidikan memiliki tingkat efektivitas biaya tertinggi, diikuti oleh penjualan pribadi dan promosi penjualan jasa pendidikan. 2) Tahap pertumbuhan, Semua alat promosi jasa pendidikan telah berkurang karena permintaan untuk jasa Pendidikan yang

dipicu oleh komunikasi/cerita pelanggan jasa pendidikan dari mulut ke mulut.

3) Tahap kedewasaan, Promosi penjualan layanan pendidikan, iklan layanan pendidikan, dan penjualan pribadi layanan pendidikan semakin penting.

4) Tahap penurunan, Promosi penjualan jasa pendidikan tetap kuat, periklanan jasa pendidikan dan publisitas jasa pendidikan berkurang perannya, serta penjual jasa pendidikan kurang memperhatikan jasa pendidikan.

Periklanan jasa pendidikan membawa banyak manfaat bagi pemimpin pasar jasa pendidikan dibandingkan dengan promosi penjualan jasa pendidikan. Sekolah pesaing yang lebih kecil akan mendapat manfaat besar dari penggunaan promosi penjualan jasa pendidikan.

Minat Siswa Baru

Menurut (Winkel, 1984, 2009) mengatakan bahwa minat ialah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang terlibat dalam bidang itu. Menurut (Schunk, 2012), minat ialah dorongan yang ada antara individu dan objek, situasi orang atau kegiatan. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang penuh gairah. Sementara di kamus psikologi, minat merupakan keinginan, hasrat, kemauan dan kehendak yang terlibat dalam tindakan yang disadari, total impuls sadar maupun tidak

sadar. Minat juga dapat berarti suatu keinginan untuk memposisikan diri dalam pencapaian pemuasan kebutuhan pribadi tertentu. Minat juga merupakan kekuatan pendorong untuk orang dalam melaksanakan apa yang mereka inginkan. Menurut (Haerini et al., 2019), minat ialah dorongan yang ada antara individu dan objek, situasi orang atau kegiatan

Minat biasanya ditunjukkan melalui pernyataan yang menunjukkan preferensi untuk sesuatu dan juga dapat dinyatakan dalam bentuk partisipasi dalam kegiatan yang menarik baginya (John W, 2015). Jadi, dapat dikatakan bahwa indikator minat meliputi:

Adanya keinginan

Adanya ketertarikan

Adanya harapan

Adanya kemauan

Adanya perasaan senang

Adanya perhatian

Adanya suatu kebutuhan

Adanya dorongan.

Faktor yang mempengaruhi minat siswa baru meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, cita-cita dan bakat. Faktor eksternal meliputi guru, keluarga, teman, lingkungan dan fasilitas alat (Desmita, 2013; Ngalm, 2014).

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Siswa Baru.

Adapun (Tjiptono, 2008) mengatakan bahwa pada dasarnya promosi ialah salah

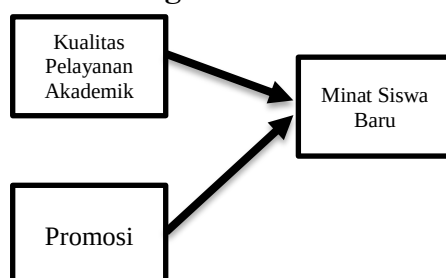
satu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang berupaya menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan target pasar bagi lembaga dan jasanya agar mau menerima, memakai dan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh lembaga yang bersangkutan. Sedangkan minat ialah bentuk kecenderungan dan ketertarikan seseorang terhadap suatu hal.

Penelitian yang dilakukan oleh (Darda & Abdulah, 2018), dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Bersekolah di SMAM Wanaraja”, menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat bersekolah masyarakat di daerah wanaraja. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi mempunyai pengaruh terhadap minat orang untuk memilih sekolah.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini menjelaskan mengenai filosofi dari gagasan riset yang diajukan, sehingga memerlukan suatu modal penelitian, yang ditampilkan dalam suatu diagram untuk memperlihatkan aliran-aliran atau kaitan **antara satu variabel dengan variabel lainnya**.

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Zahrotul Azkiya et al

Berdasarkan gambar diatas akan dijelaskan bagaimana mekanisme kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru. Kualitas Pelayanan Akademik merupakan perbandingan antara pelayanan akademik yang dirasakan oleh pelanggan atau pemangku kepentingan. Jika kualitas pelayanan akademik yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan, maka pelayanan tersebut dapat dikatakan berkualitas. Berdasarkan teori diatas, dapat dilihat bahwa faktor kualitas pelayanan akademik adalah salah satu faktor yang paling mempengaruhi minat siswa baru.

Promosi menurut Indriyo Gitodarmo dalam sunyoto, adalah kegiatan yang bertujuan memengaruhi konsumen sehingga mereka dapat terbiasa dengan produk yang ditawarkan perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi bahagia dan kemudian membeli produk tersebut. Berdasarkan teori diatas, dapat dilihat bahwa faktor promosi merupakan salah satu faktor yang paling mempengaruhi minat siswa baru

Pengaruh individu terhadap kualitas pelayanan akademik dan promosi yang secara teori menunjukkan bahwa masing-masing memiliki hubungan dengan minat siswa baru, oleh karena itu diasumsikan bahwa kedua variable ini memiliki pengaruh pada variabel minat siswa baru.

Berdasarkan kerangka penelitian maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru.
- 2) Promosi berpengaruh dominan terhadap minat mahasiswa baru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif dengan teknik *survey* yang bertujuan untuk menguji hipotesis antar variabel yang dihipotesiskan atau menjelaskan pengaruh hubungan klausa antar variabel melalui pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis berdasarkan singarimbun ialah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel penelitian dan pengujian hipotesis yang dirumuskan.

Pelaksanaan penelitian ini berlokasi di MBI Amanatul ummah Mojokerto. dalam penentuan lokasi penelitian didasarkan pada banyaknya peminat yang mendaftar sebagai siswa di MBI Amanatul ummah dengan daya tampung yang terbatas, maka peneliti akan meneliti yang mempengaruhi minat siswa baru mendaftar adalah kualitas pelayanan akademik atau promosi dari MBI Amanatul ummah

Variabel adalah objek yang dikumpulkan sebagai data penelitian. Konstruksi-konstruksi atau sifat-sifat yang sedang dipelajari.

Independent variable atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel yang menyebabkan munculnya atau perubahan dari variabel dependen (variabel terikat). Karena kemunculannya

atau keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain. berikut adalah variabel independen dari penelitian ini:

- 1) Kualitas Pelayanan akademik (X1)
- 2) Promosi (X2)

Dependent variable atau Variabel terikat dalam penelitian ini adalah variabel yang menjadi akibat, disebut demikian karena kemunculannya disebabkan oleh variabel lain. Dipenelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Minat Siswa baru (Y1).

Jenis data penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui kunjungan langsung, melalui (survey) yang dilakukan di lokasi penelitian, yang diperiksa dengan bantuan kuesioner, yang menggunakan instrument atau skala ukur menggunakan skala linier 1-5.

Tabel 1

Instrumen Penelitian

pilihan	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Populasi dalam penelitian ini adalah semua siswa baru di MBI Amanatul ummah, yaitu kelas X. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasinya besar, dan para peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi Menurut Arikunto

(Suharsimi, 2016), jika subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua. Namun, jika jumlah subjeknya besar atau subjek penelitian lebih dari 100 maka jumlah sampel dapat diambil menggunakan rumus Slovin. Selanjutnya Prasetya dan Lina menyatakan bahwa ukuran sampel yang diambil dapat representatif kemudian dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin di bawah ini.

$$n = N / (1 + N \cdot [e^2])^2$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai Kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasinya besar, dan para peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2014)

Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda (multiple Linear Regression), dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Minat Siswa Baru

a = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan Akademik

X_2 = Promosi

e = Error (tingkat kesalahan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji regresi Linier Sederhana dan Uji Linier Berganda

1) Uji parsial (Uji-t)

Uji T bertujuan untuk melihat besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru secara sendiri-sendiri/parsial, digunakan Uji-t, untuk melihat besar pengaruh variabelnya tertentu dalam tabel. Dasar pengambilan keputusan

a) Jika nilai sig < 0,1, atau T hitung > T tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

b) Jika nilai sig > 0,1, atau T hitung < t tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 2 Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.321	3.847		1.123
	Kualitas Pelayanan Akademik	.273	.054	.402	5.015
	Promosi	.372	.058	.514	6.414

a. Dependent Variable: Minat Siswa Baru

Sumber : Data Primer Yang diolah 2020

Berdasarkan tabel 2 dari hasil perhitungan SPSS diperoleh angkat t penelitian sebesar 5,015. Untuk taraf signifikansi menggunakan 0,1 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan DK = $n - k - 1$ atau $80 - 2 - 1 = 77$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t table 1,66488. Didasarkan hasil perhitungan diperoleh angkat t penelitian sebesar $5,015 > t$ table sebesar 1,66488 artinya ada pengaruh yang

signifikan dari kualitas pelayanan akademik terhadap minat siswa baru sebesar 0,402 atau 40,2%.

Berdasarkan tabel 2 hasil perhitungan SPSS diperoleh angka t penelitian sebesar 6,414. Untuk taraf signifikasi menggunakan 0,1 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan $DK = n - k - 1$ atau $80 - 2 - 1 = 77$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,66488. Didasarkan hasil perhitungan diperoleh angkat t penelitian sebesar $6,414 > t \text{ table}$ sebesar 1,66488 artinya ada pengaruh yang signifikan dari promosi terhadap minat siswa baru sebesar 0,514 atau 51,4%, 402 atau 40,2%.

2) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk melihat pengaruh Kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru secara gabungan, akan penelitian lihat hasil penghitungan dalam model summary dengan menggunakan SPSS, khususnya angka R Square (R²) dibawah ini:

Tabel 3 Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744 ^a	.554	.543	2.92570
a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan Akademik				

Sumber : Data Primer Yang diolah 2020

Angka tersebut mempunyai maksud bahwa pengaruh kualitas pelayanan akademik dan promosi secara gabungan terhadap minat siswa baru adalah 55,4%, sedangkan sisanya sebesar 44,6% (100%-

55,4%) dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan kata lain pengaruh 44,6 % disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar variabel ini.

3) Uji Hipotesis (Uji-F)

Untuk mengetahui apakah model summary diatas sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis (Uji-F). Uji hipotesis menggunakan angka F sebagaimana tertera dalam tabel hasil dari SPSS dibawah ini.

Dasar pengambilan keputusan:

a) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ table}$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima

b) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ table}$, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak

Membandingkan besarnya angka signifikansi penelitian dengan taraf signifikannya sebesar 0,1, dengan kriteria sebagai berikut:

a) Jika signifikansi $< 0,1$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima

b) Jika signifikansi $> 0,1$, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak

Tabel 4 Anova

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	819.388	2	409.694	47.863	.000 ^b
Residual	659.099	77	8.560		
Total	1478.488	79			
a. Dependent Variable: Minat Siswa Baru					
b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan Akademik					

Sumber : Data Primer Yang diolah 2020

Dari hasil perhitungan didapatkan F penelitian sebesar $47,863 > F \text{ tabel}$ sebesar 2,37 sehingga dapat disimpulkan bahwasannya ada pengaruh yang secara bersamaan signifikan kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa

baru. Maka H1 diterima. Dengan demikian, uji koefisien determinasi diatas sudah layak dan benar. Besarnya pengaruh ialah 55,4%. Besarnya pengaruh variabel lain diluar model tersebut dihitung dengan rumus: $1 - R^2$ atau $1 - 0,554 = 0,446$ atau sebesar 44,6%.

Taraf signifikansi penelitian dengan taraf signifikansi sebesar 0,1. Menurut hasil perhitungan dalam tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwasannya ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru.

Pembahasan

Berikut ini peneliti dapat memaparkan deskripsi pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan pada masing-masing variabel serta untuk menjawab hipotesis penelitan yang dapat dideskripsikan di bawah ini:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Minat Siswa Baru

Berdasarkan pada hasil dari analisis (Uji – T) dapat diketahui bahwasanya terdapat pengaruh yang positif dan juga signifikan yakni antara kualitas pelayanan akademik terhadap minat siswa baru di Madrasah Bertaraf Internasional Amanatul Ummah Pacet Mojokerto, sehingga menemukan hasil perhitungan yaitu sebesar 40,2%, dengan angkat t penelitian sebesar $5,015 > t$ table sebesar 1,664. Sehingga berdasarkan pada hasil perhitungan angka yang signifikan ini

diperoleh dari pengujian kuesioner pada variabel X1 (Kualitas Pelayanan Akademik) terhadap Y (Minat Siswa Baru) dengan menggunakan SPSS versi 24.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Siswa Baru

Berdasarkan pada hasil dari analisis (Uji – T) dapat diketahui bahwasanya terdapat pengaruh yang positif dan juga signifikan yakni antara promosi terhadap minat siswa baru di Madrasah Bertaraf Internasional Amanatul Ummah Pacet Mojokerto, sehingga menemukan hasil perhitungan yaitu sebesar 51,4%, dengan angkat t penelitian sebesar $6,414 > t$ table sebesar 1,664. Sehingga berdasarkan pada hasil perhitungan angka yang signifikan ini diperoleh dari pengujian kuesioner pada variabel X1 (Kualitas Pelayanan Akademik) terhadap Y (Minat Siswa Baru) dengan menggunakan SPSS versi 24.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru

Berdasarkan hasil yang terdapat pada pengaruh yang secara bersamaan signifikan kualitas pelayanan dan promosi yang signifikan terhadap minat siswa baru di Madrasah Bertaraf Internasional Amanatul Ummah Pacet Mojokerto, yaitu sebesar 55,4 % Dan F penelitian sebesar $47,863 > F$ tabel sebesar 2,37 hasil ini didasarkan pada perhitungan yang didapatkan menggunakan SPSS versi 24.

Pada penelitian ini, variabel kualitas pelayanan dan promosi menyumbang 55,4 % terhadap minat siswa baru di Madrasah Bertaraf Internasional Amanatul Ummah Pacet Mojokerto. Sedangkan 44,6% Berasal dari variabel lain yang mempunyai hubungan terhadap minat siswa baru.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data pengaruh kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru, maka dalam bab ini dapat disimpulkan:

1. Hasil analisa pengaruh kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru yang telah dilakukan peneliti, dari hasil jawaban kuesioner yang telah disebarkan kepada 80 responden dengan menggunakan SPSS versi 24. berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) didapatkan F penelitian sebesar $47,863 > F_{tabel}$ sebesar 2,37 sehingga dapat disimpulkan bahwasanya ada pengaruh kualitas pelayanan akademik (X_1) dan promosi (X_2) terhadap minat siswa baru (Y). besarnya pengaruh ialah 55,4%. Besarnya pengaruh variabel lain diluar model tersebut sebesar 44,6%.

2. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif, salah satu variabel bebas yang paling dominan terhadap minat siswa baru, yaitu promosi. Hasil ini diperoleh dari pengujian parsial (Uji-T). besarnya pengaruh promosi terhadap minat siswa baru sebesar 51,4% sedangkan besarnya pengaruh

kualitas pelayanan akademik terhadap minat siswa baru sebesar 40,2%

REFERENSI

- Abdullah, M. A. (2017). Islamic Studies in Higher Education in Indonesia: Challenges, Impact and Prospects for the World Community. *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*, 55(2), 391–426. <https://doi.org/10.14421/ajis.2017.552.391-426>
- Abdullah, M. L., & Syahri, A. (2019). Model of Religious Culture Education and Humanity. *Nadwa*, 12(2), 331–344. <https://doi.org/10.21580/nw.2018.12.2.2756>
- Ahmad, K. B. (2015). Educational practice: Lessons to be learned from madrasah and religious schools in contemporary Southeast Asia. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 5(1), 29–48.
- Amin, S. (2018). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Akademik Pada Sekolah Tinggi. *Wabana Akademika: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 4(2), 193–202. <https://doi.org/10.21580/wa.v4i2.2075>
- Armia, M. S. (2020). Public Caning: Should it Be Maintained or Eliminated? (A Reflection of Implementation Sharia Law in Indonesia). *QIJIS (Qudus International Journal of Islamic Studies)*, 7(2), 301. <https://doi.org/10.21043/qijis.v7i2.4974>
- Bashori, B. (2017). Modernisasi Lembaga Pendidikan Pesantren Perspektif Azyumardi Azra. *Nadwa*, 11(2), 269. <https://doi.org/10.21580/nw.2017.11.2.1881>

- Darda, A., & Abdulah, B. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Bersekolah di SMAM Wanaraja. *Jurnal EKOBIS: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 8(1), 01–16.
- Desmita. (2013). *Psikologi perkembangan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(01), Article 01. <https://doi.org/10.30596/jimb.v14i01.113>
- Haerini, R., Fauzan, G. A., & Bernard, M. (2019). Penerapan Model Pembelajaran Reciprocal Teaching Untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa Smp Di Era Teknologi. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 2(5), 229–236.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran McDonald's manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Hasanah, M. (2020). Rekrutmen Dan Seleksi Tenaga Pendidikan (Guru) Untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan di SMA Unggulan Berbasis Pesantren Amanatul Ummah Pacet. *Al-Tarbawi Al-Haditsab: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.24235/tarbawi.v5i1.6310>
- John W, S. (2015). *Psikologi Pendidikan* (Tri Wibowo BS, Trans.; 6th ed.). Prenada Media Grup.
- Ma'arif, M. A., & Rusydi, I. (2020). IMPLEMENTASI PENDIDIKAN HOLISTIK DI PONDOK PESANTREN AMANATUL UMMAH MOJOKERTO. *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Dan Keagamaan*, 18(1), Article 1. <https://doi.org/10.32729/edukasi.v18i1.598>
- Maarif, M. A., & Rofiq, M. H. (2018). *Pola Pengembangan Kurikulum Pendidikan Pesantren Berkarakter: Studi Implementasi Pendidikan Berkarakter di Pondok Pesantren Nurul Ummah Mojokerto*. 13, 16.
- Ngalim, P. (2014). *Psikologi Pendidikan* (27th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, C. S., & SUGIONO, S. (2010). *Analisis Pengaruh Pencitraan, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah Di Diploma Iii Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro* [PhD Thesis]. UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Rahman, K. A. (2015). Rekrutmen Tenaga Pendidik dalam Peningkatan Mutu Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Jambi. *Nadwa*, 9(1), 23–38.
- Rahmat, R. (2016). Liberalisme Dalam Pendidikan Islam (Implikasinya Terhadap Sistem Pembelajaran Agama Islam Di Sekolah). *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 70–88. <https://doi.org/10.31538/ndh.v1i2.10>
- Sayuwaktini, N. W., Yanzi, H., & Pitoewas, B. (2015). Pengaruh Kompetensi Kepribadian Guru Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran

- Ppkn. *Jurnal Kultur Demokrasi*, 3(3).
<http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JKD/article/view/8020>
- Schunk, D. H. (2012). *Learning theories: An educational perspective* (6th ed). Pearson.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Ed. 14). Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan* (5th ed.). Kencana.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.
- Supranoto, H. (2017). PENGARUH KUALITAS SEKOLAH, BAURAN PROMOSI DAN LOKASI SEKOLAH TERHADAP JUMLAH SISWA SMA SWASTA DI KABUPATEN PRINGSEWU TAHUN PELAJARAN 2016/2017. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 5(1).
- Suprihatin, S. (2015). Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Promosi: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 3(1).
<https://doi.org/10.24127/ja.v3i1.144>
- Susanto, P. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Merek Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *TINGKAP*, 8(1), 65–78–78.
<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/tingkap/article/view/1771>
- Tjiptono, F. (2008). *Service management mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Andi.
- Winkel, W. S. (1984). *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*. Gramedia.
- Winkel, W. S. (2009). *Psikologi Pengajaran* (10th ed.). Media Abadi.