

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENENTUKAN
PILIHAN PENDIDIKAN DI SMK KOSGORO KOTA BOGOR**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI SALAH
SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN

Oleh :

**TEUKU AGAM PERDANA
NPM S1.0217163**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2021**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENENTUKAN
PILIHAN PENDIDIKAN DI SMK KOSGORO KOTA BOGOR

OLEH : TEUKU AGAM PERDANA

NPM : S10217163

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Sumardjono, SE., MM)

(Hirayanti, Dra., MM., M.Si)

PENGUJI I

PENGUJI II

(Drs. Priyo Wismantoro, MM.)

(Sumardjono, SE., MM.)

Bogor,

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. Ismulyana Djan, SE., MM)

ABSTRAK

Teuku Agam Perdana S10217163, Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Menentukan Pilihan Pendidikan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan Promosi terhadap Jasa Pendidikan (di SMK Kosgoro Kota Bogor). Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Siswa Kelas X, Kelas XI, Kelas XII di SMK Kosgoro Kota Bogor.

Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah metode *accidental sampling* dan menetapkan sampel berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti. Dari 399 kuesioner yang disebarkan sebanyak 80 kuesioner yang dapat diolah. Data tersebut kemudian diuji kualitas datanya dengan menggunakan uji validitas, uji realibilitas. Setelah dilakukan pengujian kualitas data kemudian diuji menggunakan uji uji asumsi klasik regresi berganda. Adapun pengujian asumsi klasik yang digunakan terdiri dari uji normalitas, uji korelasi, uji linearitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Kemudian data dianalisis menggunakan uji koefisien determinasi, uji parsial (t) dan uji simultan (f).

Hasil penelitian ini adalah Pengaruh pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Menentukan Pilihan Pendidikan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian, Kualitas Layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pembelian, Lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pembelian, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan Promosi, Keputusan Menentukan Pilihan Pendidikan.

ABSTRACT

Teuku Agam Perdana S10217163, The Influence of Price, Service Quality, Location and Promotion on Educational Choice Decisions. The purpose of this study was to determine the effect of price, service quality, location and promotion on educational services (at SMK Kosgoro, Bogor City). This type of research includes quantitative descriptive research. The population in this study were all students of class X, class XI, class XII at SMK Kosgoro Bogor City.

The method used in the selection of the sample is accidental sampling method and determine the sample based on the criteria set by the researcher. Of the 399 questionnaires distributed as many as 80 questionnaires that can be processed. The data is then tested for data quality by using the validity test, reliability test. After testing the quality of the data then tested using the classical multiple regression assumption test. The classical assumption test used consisted of normality test, correlation test, linearity test, multicollinearity test and heteroscedasticity test. Then the data were analyzed using the coefficient of determination test, partial test (t) and simultaneous test (f).

The results of this study are the influence of price, service quality, location and promotion on the decision to determine the choice of education. Price has a positive and significant effect on Purchases, Service Quality has a negative and insignificant effect on Purchases, Location has a negative and insignificant effect on Purchases, Promotion has a positive and significant effect on purchases.

Keywords : Price, Service Quality, Location and Promotion, Decision

Determining Educational Options.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT bahwa pada akhirnya skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENENTUKAN PILIHAN PENDIDIKAN DI SMK KOSGORO KOTA BOGOR”** ini telah peneliti selesaikan sesuai dengan rencana yang telah kami tentukan sebelumnya.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Skripsi ini tersusun atas bantuan dan bimbingan berbagai pihak, karenanya perkenankanlah peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., MM selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Sumardjono, SE., MM selaku pembimbing I dan Ibu Hirayanti, Dra., MM., M.Si selaku pembimbing II.
4. Para Dosen Universitas Binaniaga yang jasa cukup besar dalam membimbing peneliti selama studi di Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Kedua Orang Tua yang selalu mendukung selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Asep Mulyana, M.Pd selaku Kepala SMK Kosgoro Kota Bogor yang selalu mendukung dan membantu dalam situasi tersulit pada proses penyelesaian skripsi ini.
7. Muhammad Danil, Hapid Yani, Elsa Lestari, Apip, Mela Sri, Pradita yang selalu mendukung satu sama lain dan berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, Desember 2021

Teuku Agam Perdana

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Pemasaran.....	11
2. Harga.....	14
3. Kualitas Pelayanan.....	23
4. Lokasi.....	27
5. Promosi	30
6. Keputusan Pembelian.....	36

7. Hubungan Antar Variabel	39
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Kerangka Pemikiran	50
D. Hipotesis.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
A. Metode Penelitian	52
B. Tempat dan Waktu Penelitian	53
C. Populasi dan Sampel.....	53
D. Variabel Penelitian	55
E. Operasional Variabel	55
F. Jenis dan Sumber Data.....	57
G. Metode Analisis Data.....	58
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
2. Uji Asumsi Klasik.....	61
3. Analisis Deskriptif Statistik.....	63
4. Analisis Korelasi.....	63
5. Analisis Regresi Linear Berganda	64
6. Uji Hipotesis	65
7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	70
A. Gambaran Mengenai Objek Penelitian	70
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	72
1. Uji Validitas	72

2. Uji Reliabilitas	76
C. Profil Responden	79
D. Uji Asumsi Klasik	82
1. Uji Normalitas	82
2. Uji Multikolinieritas	83
3. Uji Heterokedastitas	85
4. Uji Linieritas	85
E. Hasil Analisis Korelasi	89
F. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	90
G. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	114
H. Hasil Uji Hipotesis	116
1. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	117
2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	118
I. Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2)	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	128
A. Kesimpulan	128
B. Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah siswa baru (SMK) di Kota Bogor Tahun 2016/2021	2
Tabel 2 Jumlah SMK di Kota Bogor Tahun 2016/2021	2
Tabel 3 Jumlah siswa baru SMK Kosgoro Kota Bogor Tahun 2016/2021....	5
Tabel 4 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 5 Operasional Varibael	56
Tabel 6 Skala Likert.....	59
Tabel 8 Uji Validitas Harga.....	71
Tabel 9 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	72
Tabel 10 Uji Validitas Lokasi.....	73
Tabel 11 Uji Validitas Promosi	74
Tabel 12 Uji Validitas Pembelian.....	75
Tabel 13 Uji Reliabilitas Harga	76
Tabel 14 Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	76
Tabel 15 Uji Reliabilitas Lokasi.....	77
Tabel 16 Uji Reliabilitas Promosi.....	77
Tabel 17 Uji Reliabilitas Pembelian	78
Tabel 18 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 19 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 20 Klasifikasi Responden Berdasarkan Siswa.....	80
Tabel 21 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan	80
Tabel 22 Uji Normalitas.....	82
Tabel 23 Uji Multikolinieritas	83
Tabel 24 Uji Linearitas X1	85

Tabel 25 Uji Linearitas X2.....	86
Tabel 26 Uji Linearitas X3.....	87
Tabel 27 Uji Linearitas X4.....	88
Tabel 28 Uji Analisis Korelasi	89
Tabel 29 Uji Statistik Deskriptif Frekuensi Harga.....	90
Tabel 30 Uji Statistik Deskriptif Frekuensi Pelayanan.....	96
Tabel 31 Uji Statistik Deskriptif Frekuensi Lokasi	101
Tabel 32 Uji Statistik Deskriptif Frekuensi Promosi.....	107
Tabel 33 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	114
Tabel 34 Uji F.....	117
Tabel 35 Uji t Pengaruh X1 terhadap Y.....	118
Tabel 36 Uji t Pengaruh X2 terhadap Y.....	119
Tabel 37 Uji t Pengaruh X3 terhadap Y.....	121
Tabel 38 Uji t Pengaruh X4 terhadap Y.....	122
Tabel 39 Uji Koefesien Determinasi	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	50
Gambar 2 Uji Heterokedastistas	84