

PENGARUH FASILITAS, HARGA, LOKASI DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN WALI MURID MEMILIH JASA PENDIDIKAN SMA MUHAMMADIYAH 1 GRESIK

MUHAMMAD RIFKY PUTRA UTOMO

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi, dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Kampus GKB, Jl. Sumatra 101 GKB 61121 Gresik Indonesia

ABSTRAK

Salah satu cara untuk menarik orang tua untuk mengirim anak-anak mereka ke sekolah sekarang adalah menyediakan fasilitas yang baik, akses ke sekolah dengan lancar dan aman serta harga yang terjangkau, sehingga orang tua memiliki persepsi positif terhadap sekolah. Orang tua ingin memutuskan apakah akan memilih layanan pendidikan di sekolah yang menurut mereka memiliki nilai bagus dan tidak diragukan lagi dalam memilih layanan pendidikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memperoleh fasilitas pendidikan dari keputusan sekolah SMA di Indonesia Muhammadiyah 1 Gresik, untuk menganalisis dan memperoleh harga pendidikan wali memilih layanan pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Gresik, untuk menganalisis dan menanyakan lokasi keputusan wali pilihan Siswa memilih layanan pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Gresik, untuk menganalisis dan mencari pasangan orang tua memilih siswa dari layanan pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Gresik.

Kata Kunci: Fasilitas, Harga, Lokasi, Kelompok Referensi

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu dan teknologi yang terjadi di Indonesia, membuat semua bidang usaha yang ada di Indonesia mengalami kemajuan dan persaingan di semua bidang usaha, baik transportasi, makanan dan minuman, serta pendidikan. Kondisi persaingan di dunia pendidikan khususnya pendidikan menengah atas sudah mulai dirasakan oleh setiap sekolah menengah atas. Berbeda dengan jaman dahulu, dimana orang tua menyekolahkan anaknya di sekolah menengah atas yang negeri, tetapi seiring dengan perkembangan jaman pihak orangtua menginginkan anaknya bersekolah menengah atas di tempat yang memiliki kredibilitas yang bagus dengan cara memberikan fasilitas yang memadai, lokasi strategis dan pengajaran yang islami. Pendidikan secara umum adalah segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan (Soekidjo, 2003; 16).

Salah satu sekolah menengah atas swasta yang ada di Gresik adalah SMA Muhammadiyah 1 Gresik. Sekolah ini selain mendidik muridnya dengan menggunakan teknologi yang modern berbasis TI, juga memberikan keunggulan seperti keunggulan akhlaq, akademik, dan bahasa. Dengan sekolah di SMA Muhammadiyah 1 Gresik, diharapkan bisa meningkatkan kemampuan generasi

penerus bangsa yang pandai dan memiliki akhlaq yang mulia dengan nilai-nilai pedoman hidup islami warga muhammadiyah dan menjadi lulusan yang mampu berkompetisi di jenjang yang lebih tinggi.

Penelitian ini memilih objek SMA Muhammadiyah 1 Gresik, karena sekolah ini pada 2 tahun terakhir yaitu tahun pelajaran 2012-2013 dan tahun pelajaran 2013-2014 mengalami penurunan dari tahun pelajaran sebelumnya yaitu tahun 2012-2017. Berikut ini adalah data jumlah murid SMA Muhammadiyah 1 Gresik 5 tahun terakhir.

Landasan Teori

Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:89) adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

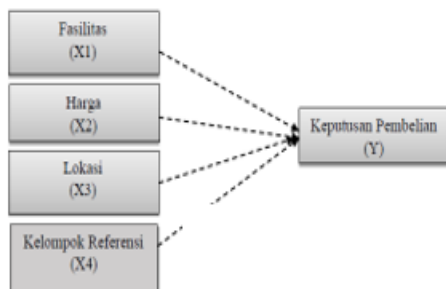
Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada dalam sebuah jasa dapat ditawarkan kepada konsumen Tjiptono (2008:78). Harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan

perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen.

Lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa (Tjiptono dan Chandra, 2005) dalam Wibowo (2011:19). Lalu lintas, menyangkut pertimbangan utama, yaitu Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan.

Kelompok referensi disebut juga kelompok acuan. Menurut Sumawarman (2004:250), kelompok referensi (reference group) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Dalam perspektif pemasaran, kelompok referensi adalah kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi.

Gambar 1.1 Model Penelitian



METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih, maka lokasi penelitian ini dilakukan pada SMA Muhammadiyah 1 Gresik Jl. KH. Kholil No. 90 Kelurahan Kemuteran Kabupaten Gresik. Populasi dalam penelitian ini adalah wali murid SMA Muhammadiyah 1 Gresik. Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik nonprobability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel

Sugiyono (2010:82), dengan menggunakan Purposive Sampling: Suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus sebagai sumber data (Sugiyono, 2011:67). Hal-hal yang mendukung purposive sampling adalah wali murid kelas 10 yang sudah mendaftarkan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik dan wali murid yang telah menerima sosialisasi terkait dengan SMA Muhammadiyah 1 Gresik.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis linier berganda Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui Gozhali, (2011:43). Dilanjutkan dengan uji hipotesis dengan menggunakan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka didapatkan interpretasi hasil sebagai berikut :

1. Nilai $a = -0,219$ menunjukkan bahwa, jika variabel fasilitas (X1), harga (X2), lokasi (X3), kelompok referensi (X4), bernilai 0, maka variabel keputusan (Y) turun $-0,219$ satuan.
2. Jika fasilitas (X1) berubah dengan satuan nilai, maka Y akan naik sebesar 0,430 satuan, dengan asumsi harga (X2), lokasi (X3) dan kelompok referensi (X4) tetap.
3. Jika harga (X2) berubah dengan satuan nilai, maka Y akan turun sebesar $-0,250$ satuan, dengan asumsi fasilitas (X1), lokasi (X3) dan kelompok referensi (X4) tetap.
4. Jika lokasi (X3) berubah dengan satuan nilai, maka Y akan naik sebesar 0,256 satuan. dengan asumsi fasilitas (X1), harga (X2) dan kelompok referensi tetap.
5. Jika kelompok referensi (X4) berubah dengan satuan nilai, maka Y akan naik sebesar 0,526 satuan. dengan asumsi fasilitas (X1), harga (X2), lokasi (X3) tetap.

Hasil Uji T

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen yang digunakan dalam penelitian. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t. Uji t digunakan untuk melihat pengaruh parsial (masing-masing) variabel eksogen terhadap variabel endogen

1. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai thitung sebesar $3,998 >$ nilai ttabel sebesar 1,985, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan, bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan wali murid.
2. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai thitung sebesar $-3,481 >$ nilai ttabel sebesar -1,985, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan, bahwa harga berpengaruh secara negatif terhadap keputusan wali murid.
3. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai thitung sebesar $4,602 >$ nilai ttabel sebesar

- 1,985, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan, bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan wali murid.
4. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai thitung sebesar 6,407 > nilai ttabel sebesar 1,985, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan, bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan wali murid.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan pengujian keseluruhan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan dari hipotesis-hipotesis tersebut, yaitu:

1. Berdasarkan hasil perhitungan, bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan wali murid memilih jasa pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Gresik.
2. Harga berpengaruh secara negatif terhadap keputusan wali murid memilih jasa pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Gresik.
3. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan wali murid memilih jasa pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Gresik..
4. Kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan wali murid memilih jasa pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Gresik.
5. Perubahan variabel dependen keputusan (Y) sebesar 71,1% mampu menjelaskan terhadap variabel fasilitas (X1), harga (X2), lokasi (X3), kelompok referensi (X4), sedangkan sisanya 28,9% disebabkan oleh faktor lain yang tidak ada dalam model ini.
6. Kuatnya hubungan antar variabel independen (X) bersama-sama terhadap variabel (Y) yaitu 84,3%

Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian dan hasil perhitungan yang diperoleh maka dapat disimpulkan:

1. SMA Muhammadiyah 1 Gresik harus bisa meningkatkan fasilitas yang lebih baik dan lebih lengkap. Fasilitas lahan parkir yang agak jauh dari tempat belajar mengajar, serta LAB yang dirasa kurang memadai harus dilengkapi dengan menambah komputer dan alat praktek yang memadai sehingga menjadi pertimbangan bagi walimurid tetap memutuskan memilih jasa pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Gresik.
2. SMA Muhammadiyah 1 Gresik harus bisa memberikan harga yang dirasa bagi wali murid terjangkau dan juga memberikan

jasa pendidikan sesuai mutu yang baik sehingga memiliki daya saing yang baik untuk SMA Muhammadiyah 1 Gresik.

3. SMA Muhammadiyah 1 Gresik harus bisa meningkatkan standard pendidikan yang diberikan kepada siswa, sehingga SMA Muhammadiyah 1Gresik memiliki banyak prestasi yang dibanggakan, agar banyak testimoni dari alumni dan membentuk kelompok referensi yang baik sehingga banyak para wali murid memilih jasa pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah. 2007. "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Rumah Sakit Syarif Hidayatullah)" Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Syarif HidayatullahJakarta
- Arikunto, Suharsimi, 2008. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi, PT.Rineka Cipta, Jakarta. Belch, George E. 2004. Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective, sixth edition. New York: McGraw Hill/Irwin.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19(edisi kelima) Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid Satu, Edisi Kedua belas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga. Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi,danpengendalian Jilid 1 Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong Garry,2008 Prinsip-prinsipPemasaran, Jilid 1, Erlangga.
- Leliana,Suryandari. 2004. Persepsi Harga Jual dalam Perilaku Belanja
- Munir Fuady. 2005. pengantar bisnis, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Noviandra, W Mahestu. 2006. "Evaluasi Citra Produk dan Accessibility pada Perilaku Perpindahan Merek

- Pembelian Produk Pemutih Kulit.” MODUS, Vol. 18, No. 1, h. 62-72. dan pengendalian Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Raharjani, J., (2005), Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang), Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol.2 No.1, Januari 2005.
- Rizka Arfy Widya. 2010. "Pengaruh Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bermerek (Studi Pada Komunitas Pengguna Kamera Dslr Merek Nikon Dan Canon)" Program Studi Psikologi, Universitas Brawijaya Malang.
- Rorlen, 2007, “peran Kelompok Acuan dan Keluarga Terhadap proses keputusan membeli, Jurnal Vol 3, No.2.
- Santoso, Singgih. 2009. Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS 17.
- Schiffman, Leon dan Kanuk Leslie L. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon dan Kanuk Leslie L. 2007. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, Nugroho, 2003. Perilaku Konsumen dan Implikasinya Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Kencana, Jakarta.
- Soekidjo, Notoatmodjo. 2003. Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta. Stanton, William, J., 2007. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Ketujuh Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Subroto, Suryo. 2008. Dasar-Dasar Psikologi Untuk Pendidikan Sekolah. Jakarta: Prima Karya.
- Sugiyono. 2010, Statistika Untuk Penelitian Bisnis, Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Administrasi, Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. (2004). Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula. Yogyakarta: Gadjah Mada Yogyakarta Press.
- Sumarno dan Riana Sitawati. 2007. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar.” ASET, Vol. 9, No. 2, Agustus 2007, h. 436-553.
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen. Bogor Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. Perilaku Konsumen. 2004, Bogor, Ghalia Indonesia The Vignelli Canon, Grid.
- Supranto, dan Nanda Limakrisna, 2011. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kedua, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Swasta, Basu dan T. Hani Handoko. 2004. Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: PF
- Swastha, Basu DH. 2010. Manajemen Penjualan. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Tarigan, R., 2006. Perencanaan Pembangunan Wilayah (Edisi Revisi). Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Tjiptono Fandy and Chandra Gregorius. 2007. Manajemen Kualitas Jasa. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy, 2008. Pemasaran Jasa, Malang: Bayumedia Publishing.
- Wibowo Youngki Tri, 2011, Analisis Pengaruh Keramahan Karyawan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Yoshua Alvinson. 2013. "Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Studio Musik (Studi Pada Pelanggan Studio Musik 40 Banyumanik)" Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- SMA Muhammadiyah 1 Gresik. Profile Company