

**PENGARUH GURU DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP KEPUTUSAN  
PESERTA DIDIK DALAM MEMILIH LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR  
(Studi Pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Driyorejo – Gresik)**

**Eka Nurmavita Yuniawati**

S1 Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Surabaya  
Email : [eka.nurmavita@yahoo.co.id](mailto:eka.nurmavita@yahoo.co.id)

**ABSTRACT**

*This research is to look at the social factors that have an influence consumer behavior in the buying decision making process for LBB services, which narrowed the study of consumer behavior researchers studied only the social factors which consists of teachers and peers. The object of this study is students LBB Primagama Driyorejo - Gresik. The results showed that the variables peers dominant influence on purchasing decisions. The results of the analysis using the t test can be seen that the two independent variables, namely teachers and peers partially significant effect on the dependent variable is konsumen. Kemudian satisfaction analysis using the F test results can be seen that the two independent variables, namely teachers and peers jointly significant effect on the dependent variable is customer satisfaction. The results of the analysis using the coefficient of determination is known that the LBB Primagama selection decisions can be influenced by teachers and peers. The rest is influenced by other variables that are not included in this study.*

*Keywords: teachers, peers, the selection decision.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini untuk melihat faktor sosial dalam perilaku konsumen yang memiliki pengaruh dalam proses pengambilan keputusan pembelian seseorang terhadap jasa LBB, dimana peneliti mempersempit kajian perilaku konsumen yang diteliti hanya pada faktor sosial yang terdiri dari guru dan teman sebaya. Objek penelitian ini adalah peserta didik LBB Primagama Driyorejo – Gresik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel teman sebaya berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui bahwa kedua variabel independen yaitu guru dan teman sebaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Kemudian hasil analisis menggunakan uji F dapat diketahui bahwa kedua variabel independen yaitu guru dan teman sebaya secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi diketahui bahwa keputusan pemilihan LBB Primagama dapat dipengaruhi oleh guru dan teman sebaya. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata kunci : guru, teman sebaya, keputusan pemilihan.

## 1. PENDAHULUAN

Perubahan pola pendidikan yang begitu cepat dan silih berganti serta globalisasi di segala bidang termasuk bidang pendidikan, memunculkan persaingan yang ketat di bidang bisnis jasa pendidikan. Lembaga non formal seperti bimbingan belajar harus selalu siap dengan perubahan-perubahan yang dilakukan pemerintah di bidang pendidikan. Di Gresik saja sudah terdapat berbagai macam nama dan jenis LBB, mulai dari LBB matematika, bahasa Inggris, seni musik, hingga berbagai pelajaran lainnya. Selain belajar di sekolah, anak perlu mengulang pelajarannya di luar sekolah. Pada kenyataannya, tidak sedikit orang tua yang kesulitan mendampingi anaknya belajar di rumah karena aktivitasnya yang sibuk, atau pelajaran anaknya belum tentu dipahami orang tuanya.

Jasa pendidikan bimbingan belajar saat ini sangat diminati oleh para konsumen, konsumen dalam hal ini adalah siswa yang mengikuti bimbingan belajar yang dikarenakan adanya penerapan standar nilai dan tingkat persaingan dalam peningkatan prestasi belajar.

Penelitian terdahulu dari Samuel, dkk (2007) yang memberikan kontribusi bahwa faktor sosial dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor sosial yaitu kelompok referensi dan keluarga. Pernyataan tersebut diperjelas oleh pendapatnya Kotler (2007) bahwa konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu jasa yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya. Dalam beberapa kasus, konsumen bisa mengambil keputusan untuk tidak secara formal mengevaluasi setiap merek. Dalam kasus lain, faktor – faktor yang mengintervensi bisa mempengaruhi keputusan final. Primagama merupakan salah satu lembaga bimbel industri jasa yang mempunyai potensi besar untuk tetap berkembang dan bersaing dengan lembaga bimbel lainnya seperti SSC, Prestasi Gemilang, Megaprima dan yang lainnya. Lembaga Bimbingan Belajar (LBB) Primagama merupakan salah satu lembaga pendidikan non formal yang berperan dalam peningkatan prestasi belajar siswa.

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam pencarian akan pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan

penggantian produk atau jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan konsumen (Sciffman dan Kanuk, 2004). Proses pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan suatu jasa biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Terdapat beberapa faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan yaitu faktor budaya, faktor social, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Salah satu dari faktor tersebut dapat memberikan pengaruh lebih besar dari faktor lain.

Selain makhluk individu, konsumen juga bagian dari makhluk sosial yang selalu berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain baik dalam bentuk pasangan, keluarga, guru, teman, tetangga, bisnis dan lain – lain. Oleh karena itu, dalam memilih LBB, keputusan pembelian konsumen salah satunya akan dipengaruhi faktor social. Menurut Kotler (2000:186) mengatakan bahwa faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. Teman, orang tua, *figure public* secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi seseorang dalam keputusan pembelian.

Dalam hal ini, kelompok acuan seperti guru dan teman menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan memilih suatu LBB. Hal ini dilakukan konsumen karena kelompok acuan mempunyai hubungan yang dekat dan lebih sering berinteraksi dengan konsumen seperti guru dan teman. Kelompok acuan bisa merupakan sesuatu yang nyata (orang sesungguhnya) atau yang bersifat tidak nyata dan bersifat simbolik. Sedangkan tindakan seorang konsumen yang dipengaruhi kelompok acuan biasanya berasal dari beberapa pengaruh diantaranya pengaruh informasi, pengaruh nilai ekspresif, dan pengaruh normatif.

Guru adalah pengambil keputusan yang secara terus menerus memilih strategi yang tepat untuk membantu siswa dalam belajar, berkembang, dan berprestasi. Faktanya berdasarkan dua orang peneliti yaitu C. M. Clark & Peterson pada tahun 1986 memperkirakan bahwa para guru harus membuat keputusan yang penting dalam mengajar setiap dua menit. Beberapa diantara sebagian besar keputusan tersebut dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap pembelajaran, perkembangan, dan pencapaian kesuksesan jangka panjang bagi siswa. Dari pembahasan di atas maka

guru sebagai penentu kebijakan atau pengambil keputusan di kelas harus memiliki sikap yang bisa mengakomodasi keberagaman latar belakang para siswa, keberagaman 'warna' serta bentuk fisik peserta didik, kognitifnya, dan perilaku unik yang dimiliki oleh peserta didik (Syamsi, 2008).

Pada masaremaja, pada masa ini anak akan lebih dekat dengan teman sebaya merekadaripada orang tua mereka sendiri. Pada masa remaja, seseorang menghabiskan lebih dari 40% waktunya bersama teman sebayanya. Banyaknya waktu yang dihabiskan anak bersama temannya akan berpengaruh terhadap prestasi belajar yang dicapai. lingkungan teman sebayamerupakan faktor *ekstern* yang mempengaruhi keputusan peserta didik dalam memilih LBB. lingkungan teman sebaya yang memberikan dorongan-dorongan untuk belajar misalnya menyuruh mengikuti LBB, mengajak les privat, membuat kelompok belajar atau anak menjadikantemannya untuk bertanya tentang pelajaran yang tidak dipahami akan berdampak positif terhadap prestasi belajar. Namun rasa senang berkumpul bersama teman - temanseringkali membuat mereka lupa terhadap belajar (Santrock dalam Desmita, 2009:219).

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah guru berpengaruh signifikan terhadap keputusan peserta didik dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama ?
2. Apakah teman sebaya berpegaruh signifikan terhadap keputusan peserta didik dalam memilih Lembaga Bimbingan Belajar Primagama ?
3. Apakah guru dan teman sebaya secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik ?

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlihat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Setiadi, 2003:3).

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah aktifitas individu yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau dapat , mempergunakan barang dan jasa tersebut.

Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen

Kebudayaan	Sosial	Pribadi	Psikologis
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Budaya</li> <li>• Sub Budaya</li> <li>• Kelas Sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelompok referensi</li> <li>• Keluarga</li> <li>• Peran dan status</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia dan tahap siklus hidup</li> <li>• Pekerjaan dan keadaan</li> <li>• kepribadian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi</li> <li>• Persepsi</li> <li>• Proses belajar</li> <li>• Keyakinan dan sikap</li> </ul>

Sumber : Kotler (2000)

Tabel 2.1

### Guru

Guru adalah pendidik profesional dengan tugas utama mendidik, mengajar, membimbing, mengarahkan, melatih, menilai, dan mengevaluasi peserta didik pada pendidikan anak usia dini jalur pendidikan formal, pendidikan dasar, dan pendidikan menengah (Rosemeilia, 2007).

Dalam dunia pendidikan, istilah guru bukanlah hal yang asing. Menurut pandangan lama, guru adalah sosok manusia yang patut digugu dan ditiru. Digugu dalam arti segala ucapannya dapat dipercaya. Ditiru berarti segala tingkah lakunya harus dapat menjadi contoh atau teladan bagi masyarakat.

Terdapat tiga dasar dimana guru mempengaruhi peserta didik Sumarwan (2011: 308), yaitu :

1. Guru sebagai fasilitator

Sebagai fasilitator guru hendaknya mampu mengusahakan sumber belajar yang kiranya berguna serta dapat menunjang pencapaian tujuan dan proses belajar-mengajar, baik yang berupa narasumber, buku teks, majalah ataupun surat kabar. Selain itu juga guru memfasilitasi siswa untuk berkonsultasi tentang Lembaga Bimbingan mana yang layak untuk dipilih demi pencapaian prestasi belajar siswa.

2. Guru sebagai motivator

Sejalan dengan pergeseran makna pembelajaran dari pembelajaran yang berorientasi kepada guru (*teacher oriented*) ke pembelajaran yang berorientasi kepada siswa (*student oriented*), maka peran guru dalam

proses pembelajaran pun mengalami pergeseran, salah satunya adalah penguatan peran guru sebagai motivator.

### 3. Guru Sebagai Penasehat

Guru adalah seorang penasehat bagi peserta didik juga bagi orang tua, meskipun mereka tidak memiliki latihan khusus sebagai penasehat dan dalam beberapa hal tidak dapat berharap untuk menasehati orang.

Peserta didik senantiasa berhadapan dengan kebutuhan untuk membuat keputusan dan dalam prosesnya akan lari kepada gurunya. Agar guru dapat menyadari perannya sebagai orang kepercayaan dan penasihat secara lebih mendalam, ia harus memahami psikologi kepribadian dan ilmu kesehatan mental.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa peranan Guru sangat mempunyai peranan yang besar terhadap peserta didik terutama untuk membantu siswa dan siswi dalam menentukan Lembaga Bimbingan Belajar yang layak dan terbaik sesuai dengan kemampuan para siswa

### Teman Sebaya

Kelompok adalah kumpulan dua orang atau lebih yang saling berkaitan, berinteraksi dan saling mempengaruhi dalam perilaku untuk mencapai tujuan bersama. Kelompok teman sebaya adalah kelompok persahabatan yang mempunyai nilai-nilai dan pola hidup sendiri, dimana persahabatan dalam periode teman sebaya penting sekali karena merupakan dasar primer mewujudkan nilai-nilai dalam suatu kontak sosial. Jadi kelompok teman sebaya merupakan media bagi anak untuk mewujudkan nilai-nilai sosial tersendiri dalam melakukan prinsip kerjasama, tanggungjawab dan kompetisi.

Dalam kehidupan sehari-hari, individu hidup dalam tiga lingkungan yaitu keluarga, sekolah dan masyarakat. Anak tumbuh dan berinteraksi dalam dua dunia sosial yaitu:

Menurut Havighurst (2001:56) :

1. Dunia orang dewasa. Misalnya: orang tuanya, gurunya, tetangganya
2. Dunia *peer group* (sebayanya). Misalnya: kelompok permainan, kelompok teman di sekolah, teman-temannya.

Beberapa peranan teman sebaya dalam mengambil keputusan pembelian, yaitu :

1. Mengajarkan pengalaman. Dalam *peer group* ini diajarkan pengalaman yang telah di alami setelah mengkonsumsi suatu produk dan jasa. Misalnya : pengalaman setelah menggunakan jasa Lembaga Bimbingan Belajar.
2. Membantu peranan sosial yang baru. Teman sebaya memberi kesempatan bagi anggotanya untuk mengisi peranan sosial yang baru. Misalnya: anak yang ingin bergabung untuk menggunakan LBB yang sama seperti teman – teman yang lainnya.
3. Teman sebaya sebagai sumber informasi bagi teman yang lain. Misalnya : menginformasikan Lembaga Bimbingan Belajar mana yang baik untuk dipilih.
4. Di dalam teman sebaya, individu dapat mencapai kebebasan sendiri. Kebebasan di sini diartikan sebagai kebebasan untuk berpendapat, bertindak atau untuk menemukan identitas diri. Karena dalam kelompok itu, anggota-anggota yang lain juga mempunyai tujuan dan keinginan yang sama. Misalnya : Bebas untuk memilih Lembaga Bimbingan Belajar.

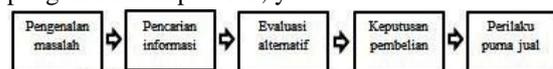
### Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternative tindakan guna manjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian (Swastha, 2000:57).

Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2004:437) mendefinisikan bahwa keputusan konsumen adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan yang ada.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan proses yang menyatukan sikap untuk mengevaluasi dua atau lebih alternative dan memilih skala satu diantaranya.

Ada lima tahap dalam melakukan proses pengambilan keputusan, yaitu :



sumber : Kotler (2000)

Gambar 2.1

Secara rinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengenalan Masalah. Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan.
2. Pencarian Informasi. Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak.
3. Evaluasi Alternatif. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu merekamemandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.
4. Keputusan membeli. Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli.
5. Perilaku Purna Jual. Sesudah pembelian terdapat suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kausal yang bertujuan untuk mendapatkan bukti mengenai sebab akibat (hubungan kausal) dan data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif. Artinya, penelitian yang dilakukan berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011 :8).

1. Variabel Bebas (*Independent*) : Guru dan Teman Sebaya
2. Variabel Terikat (*Dependent*) : Keputusan Pembelian

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Uji asumsi klasik

##### a. Uji Normalitas

Titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, hasil ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan analisis *SPSS 16 for windows*, menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai tolerance >0,10 dan nilai VIF <10, maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas atau bebas multikolinieritas, sehingga seluruh variabel bebas tersebut dapat digunakan dalam penelitian. Sebaliknya jika nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan VIF < 10 maka terjadi multikolinieritas.

##### c. Uji Heterokedasitas

Dari hasil uji heterokedasitas, bahwa sebaran titik – titik yang acak baik dibawah angka 0 dari sumbu Y maupun diatas angka 0 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas dalam model regresi ini.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.152	.748		4.213	.000		
	X1	.389	.091	.402	4.276	.000	.407	2.457
	X2	.408	.073	.527	5.594	.000	.407	2.457

a. Dependent Variable: Y

Tabel 4.2

Dari nilai – nilai koefisien di atas, dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 3.152 + 0,389 X_1 + 0,408 X_2 + e$$

Berdasarkan pada perumusan regresi tersebut diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta (a) yang dihasilkan sebesar 3,152 yang artinya apabila pengaruh dari guru dan teman sebaya ditingkatkan maka akan terjadi sebuah keputusan pemilihan peserta didik dalam memilih LBB Primagama, sehingga peserta didik tetap akan memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik sebagai tempat mereka mengikuti bimbingan belajar.
- b. Besarnya  $X_1$  adalah sebesar 0,389. Artinya, bahwa apabila informasi yang diberikan oleh guru semakin positif, maka keputusan pemilihan peserta didik pada LBB Primagama Driyorejo – Gresik juga akan meningkat. Dalam hal ini guru

mempunyai pengaruh terhadap keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.

- c. Besarnya  $X_2$  adalah sebesar 0,408. Artinya, bahwa apabila informasi yang diberikan oleh teman sebaya semakin positif, maka keputusan pemilihan peserta didik pada LBB Primagama Driyorejo – Gresik juga akan meningkat. Dalam hal ini teman sebaya mempunyai pengaruh terhadap keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.

### 3. Uji Hipotesis

**Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	245.663	2	122.831	106.143	.000 <sup>a</sup>
	Residual	75.219	65	1.157		
	Total	320.882	67			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Tabel 4.2

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa F hitung sebesar 106.143 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti guru dan teman sebaya secara bersama – sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.

**Hasil Uji t Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.152	.748		4.213	.000
	X1	.389	.091	.402	4.276	.000
	X2	.408	.073	.527	5.594	.000

a. Dependent Variable: Y

Tabel 4.3

Dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Dilihat bahwa nilai t hitung untuk variabel guru adalah sebesar 5.276 didukung dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dikatakan variabel guru mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan konsumen.

- b. Dilihat bahwa nilai t hitung untuk variabel teman sebaya adalah sebesar 5.594 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih besar dari 0,05 atau 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dikatakan variabel teman sebayamempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

### 4. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Guru dan Teman Sebaya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa LBB Primagama Driyorejo – Gresik secara parsial
  - a. Pengaruh guru terhadap keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan diketahui nilai t hitung untuk variabel guru adalah sebesar 0,389 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dai 0,05 atau 5%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dikatakan variabel guru mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, guru dan teman sebaya mempunyai peran nya masing – masing. Sebagian besar peserta didik yang masih pada tingkat pendidikan SMP, peserta didik cenderung masih menggunakan guru sebagai referensi karena berharap untuk mendapatkan motivasi dan informasi dari guru untuk mengambil keputusan dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik. Sedangkan peserta didik pada tingkat SMA memilih teman sebaya sebagai referensi untuk mengambil keputusan dalam memilih LBB Primagama – Driyorejo. Hal ini disebabkan karena pada masa SMA peserta didik lebih banyak menghabiskan waktu bersama teman jadi sebisa mungkin mereka menggunakan LBB yang sama agar dapat terus berkumpul dengan kelompoknya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa guru yang indikatornya terdiri dari fasilitator, motivator dan penasehat berpengaruh signifikan terhadap keputusan peserta didik memilih LBB Primagama

Driyorejo – Gresik. Artinya guru baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan dorongan bagi peserta didik memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.

b. Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Keputusan Peserta Didik Dalam Memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik

Nilai t hitung untuk variabel teman sebaya. adalah sebesar 0,408 didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05% atau 5%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dikatakan variabel teman sebaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, peran teman sebaya yang mempunyai pengalaman sebagai pengguna jasa LBB Primagama sangat mempengaruhi orang lain untuk mengambil keputusan dalam memilih LBB. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator teman sebaya, diantaranya: (1) pengalaman, dalam *peer group* ini diajarkan pengalaman yang telah di alami setelah mengkonsumsi suatu produk dan jasa. Misalnya : pengalaman setelah menggunakan jasa Lembaga Bimbingan Belajar. (2) sosial baru, teman sebaya memberi kesempatan bagi anggotanya untuk mengisi peranan sosial yang baru. Misalnya: anak yang ingin bergabung untuk menggunakan LBB yang sama seperti temen – teman yang lainnya.(3) Informasi, teman sebaya sebagai sumber informasi bagi teman yang lain. Misalnya : menginformasikan Lembaga Bimbingan Belajar mana yang baik untuk dipilih. (4) Kebebasan sendiri, di dalam teman sebaya, individu dapat mencapai kebebasan sendiri. Kebebasan di sini diartikan sebagai kebebasan untuk berpendapat, bertindak atau untuk menemukan identitas diri. Karena dalam kelompok itu, anggota-anggota yang lain juga mempunyai tujuan dan keinginan yang sama. Misalnya : Bebas untuk memilih Lembaga Bimbingan Belajar.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa teman sebaya yang indikatornya terdiri dari pengalaman, sosial baru,

informasi, dan kebebasan sendiri berpengaruh signifikan terhadap keputusan peserta didik memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik. Artinya teman sebaya baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan dorongan bagi peserta didik memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.

2. Pengaruh Guru dan Teman Sebaya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa LBB Primagama Driyorejo – Gresik secara simultan

Berdasarkan data primer (kuesioner) yang telah diolah dengan bantuan SPSS, hasil peneleitian ini menunjukkan bahwa guru dan teman sebaya secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik Dimana dapat diketahui dari nilai koefisien regresi masing – masing variabel bebas memiliki tanda positif.  $H_a$ ; tersebut dapat dibuktikan dari taraf signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Hasil koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 0,758 atau 75,8%. Menunjukkan hubungan yang cukup kuat dari variabel keputusan pembelian yang dipengaruhi guru dan teman sebaya. Sedangkan sisanya 0,242 atau 24,2% dipengaruhi oleh faktor lain selain guru dan teman sebaya.

Pengaruh guru dan teman sebaya terhadap keputusan peserta didik sebesar 0,758 atau 75,8%. Hal tersebut dikarenakan peran guru dan teman sebaya yang mempunyai pengalaman sebagai konsumen sangat mempengaruhi peserta didik lain untuk mengambil keputusan dalam pembelian.

Dengan adanya peran dan pengaruh yang relative besar antara guru dan teman sebaya berdampak pada pengambilan keputusan memilih LBB Primagama – Driyorejo.Peran guru dan teman sebaya merupakan dua figur kelompok acuan yang paling sering ditemui di lingkungan sekolah.Dalam memilih LBB Primagama – Driyorejo, peran guru dan teman sebaya lebih baik mengenai kualitas LBB Primagama – Driyorejo.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat ada pengaruh guru dan teman sebaya secara simultan terhadap keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.
2. Terdapat ada pengaruh guru secara parsial terhadap keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.
3. Terdapat ada pengaruh teman sebaya secara parsial terhadap keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.
4. Berdasarkan besarnya koefisien regresi, variabel teman sebaya merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan peserta didik dalam memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.

#### SARAN

Adapun saran yang diberikan dengan adanya kesimpulan diatas adalah :

1. Bagi peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel lain diluar variabel bebas yang digunakan peneliti ini ataupun mengkombinasikan variabel guru dengan variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini, misalkan dari faktor kelas sosial.
2. Diketahui bahwa variabel teman sebaya merupakan variabel paling dominan dalam penelitian ini, maka disarankan kepada peserta didik untuk semakin memperbanyak teman dengan mengikuti organisasi – organisasi yang dapat memberi pengaruh positif untuk memilih LBB Primagama Driyorejo – Gresik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bukhori. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*: Bandung: Alfabeta
- Anisa. 2013. Pengaruh citra merek dan teman sebaya terhadap keputusan pembelian Honda Beat, (<http://managementjournal.info>, vol. 1, No. 1)
- Assel, Henry. 1995. *Consumer Behavior and Marketing Action* edisi 6. Boston : PWS – KENT Publising Company : 194 – 221

Desmit. 2009. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, edisi ketiga. Semarang : Universitas Diponegoro

Havighurst. 2001. *Psikologi Anak*. Bandung : Alfabeta

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit BPFE

Jiaqin Yang, et. al. 2007. *Social Reference Group Influence On Mobile Phone Purchasing Behavior: a Cross-Nation Comparative Study*, (<http://Int.J.MobileCommunications>, vol. 5, No. 3 diakses 16 April 2014)

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control* edisi millennium. Prentice Hall. Inc. : New Jersey

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Indeks

Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. edisi ketiga belas. Jilid I. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi keduabelas. Jilid I. Jakarta : Erlangga.

Lamb, Charles. W.et.al. 2001. *Pemasaran buku 1* edisi pertama. Jakarta : Salemba Empat

Mangkunegara. 2005. *Perilaku dan Budaya Organisasi*. Bandung : Refika Aditama

Nicholas. 2010. Pengaruh bauran pemasaran dan guru terhadap keputusan peserta didik memilih lembaga bimbingan

- belajar Ganesha Operation. (<http://managementjournal.info>, vol. 1, No. 3 )
- Prasetijo, dan J.O.I. Ihalauw, John. 2004. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi
- Riduwan. 2007. *Pengantar Statistika (Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis)*. Bandung : Alfabeta
- Rorlen.2007. Peran Kelompok Acuan dan Keluarga Terhadap Proses Keputusan Untuk Membeli. 3 (2), 12 – 18. Diambil dari *Business and Management Journal*.
- Rosemeilia. 2007. *Evaluasi Strategi Pemasaran Pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cabang sutoyo Semarang*, (<http://eprints.undip.ac.id/15846/1/rosemeilia.pdf>)
- Santoso.2001. *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G and Leslie Kanuk.2004.*Perilaku Konsumen* edisi ketujuh.Jakarta : PT. Indeks
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Komsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Silalahi, Gabriel Amin. 2006. *Metodologi Penelitian dan Studi Kasus*.Sidoarjo: Citra Media
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono.2008. *Metode Penelitian Bisnis* edisi kedua belas.Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.2012. *Statistika Untuk Penelitian* edisi kedua puluh.Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* edisi kedua. Bogor : Ghalia Indonesia
- Sutisna.2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*.Bandung : Remaja Rosdakarya
- Swasta, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran*.Yogyakarta : Andi Offset
- Syamsi, Ibnu. 2008. *Pokok – Pokok Organisasi dan Manajemen*. Jakarta : Riveka Cipta
- Tim. 2010.*Suplemen Buku Pedoman Jurusan Pendidikan Ekonomi*.Surabaya : Fakultas Ekonomi  
[www.edukasi.kompasiana.com](http://www.edukasi.kompasiana.com)  
<http://www.primagama-plus.com>