

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN SISWA DALAM PEMILIHAN SEKOLAH BERBASIS ISLAM DI MA YKUI MASKUMAMBANG DUKUN GRESIK

Iffah Suryani

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya
Email: iffahsuryani@gmail.com

Tri Sudarwanto, S.Pd. M.SM

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak.

MA YKUI Maskumambang merupakan salah satu Madrasah Aliyah yang berada di kecamatan Dukun kabupaten Gresik, MA YKUI Maskumambang juga merupakan Madrasah Aliyah yang paling diminati dan terus berkembang di wilayah kecamatan Dukun, meskipun sekarang ini banyak sekolah menengah atas sederajat yang bermunculan baik yang berbasis negeri maupun swasta, Namun, eksistensi Madrasah Aliyah (MA) masih banyak diminati oleh masyarakat, hal ini menjadikan persaingan yang cukup kompetitif khususnya bagi Madrasah Aliyah di wilayah kecamatan Dukun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaplikasian analisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik dan untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis Islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. Jenis penelitian ini menggunakan analisis faktor yang bersifat *eksploratory* dengan menggunakan *software SPSS 16*. Adapun faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor internal: motivasi, persepsi, proses belajar, sikap dan faktor eksternal: kelompok referensi, keluarga, citra lembaga, kebudayaan dan bauran pemasaran jasa pendidikan *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan metode *proportionate stratified random sampling* dan jumlah responden sesuai dengan rumus Maholtra yaitu 5 x jumlah variable yaitu sebanyak 205 responden. Hasil penelitian ini adalah diperoleh banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa, dari wawancara dengan responden, penelitian dan teori, faktor tersebut adalah faktor internal (motivasi, persepsi, proses belajar, dan sikap) dan faktor eksternal (kelompok referensi, keluarga, citra lembaga, kebudayaan dan bauran pemasaran jasa pendidikan *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*). Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik dipengaruhi oleh 3 faktor inti yaitu: faktor *process* dengan total varians sebesar 34,667%, faktor keluarga dengan total varians sebesar 10,916% dan faktor kelompok referensi dengan total varians 7,861%.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Analisis faktor, Pengambilan keputusan.

Abstract

MA YKUI Maskumambang is one of Madrasah Aliyah (senior High School) that reside in district Dukun sub-province Gresik, MA YKUI Maskumambang also is Madrasah Aliyah the most enthused and continued expand in district region Dukun, though this time much senior high schools on an equal that pop out both for base on country or private sector, Nevertheless, existence Madrasah Aliyah (MA) still many enthused by society, this condition makes quite competitive competition specially for Madrasah Aliyah in district region Dukun. Research Target this is the to know application factor analysis is influence student decision making in school election base on islam in MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik and to know factors what is influence student decision making in school election base on islam in MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. This research Type uses factor analysis that have the character of *eksploratory* by using *software SPSS 16*. As for factor as used in research this is the internal factor: motivation, perception, learning process, attitude and factor external: reference group, family, institute image, culture and marketing mix of education service *product, price, place, promotion, people, process* and *physical evidence*. Intake Technique sample uses technique *probability sampling* by using method *random proportionate stratified sampling* and responder amount in accordance with Maholtra that is 5 x amount variable that is 205 responders. Research Result this is factors is influence student decision, from interview with responders, research and the theory the factor as used this is the internal factor: motivation, perception, learning process, attitude and factor external: reference group, family, institute image, culture

and marketing mix of education service product, price, place, promotion, people, process and physical evidence. The factor that influence student decision making in school election base on islam in MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik is influenced by 3 nucleus/core factors that is: factor process by totalize variants as high as 34,667%, family factor by totalize variants as high as 10,916% and factor of reference group by totalize variants 7,861%.

Keyword: Customer Behavior, Factor Analysis, Making Decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dengan adanya era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar. Dengan memahami perilaku konsumen tersebut, produsen perlu melakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan. Disamping itu produsen juga harus selalu bisa berinovasi, kreatif, dan peka terhadap lingkungan yang ada, baik di dunia politik, ekonomi, sosial, budaya serta dalam dunia pendidikan. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga mereka selalu menginginkan produk yang di tawarkan oleh produsen tersebut sesuai dengan yang mereka harapkan, yang diinginkan dan sesuai dengan selera mereka. Hal ini juga membawa pengaruh yang cukup signifikan bagi konsumen dalam memilih produk yang mereka konsumsi termasuk dalam bidang pendidikan.

Pendidikan merupakan salah satu kunci untuk mengetahui maju tidaknya suatu Negara. Disamping itu, pendidikan merupakan investasi dalam pengembangan sumber daya manusia, dimana peningkatan kecakapan, kemampuan dan keahlian diyakini sebagai faktor pendukung untuk mengarungi kehidupan didunia yang penuh dengan ketidakpastian, termasuk sekolah sebagai penyedia jasa pendidikan yang merasakan tuntutan lingkungan tersebut.

Menurut data UNDP (United Nations Development Programme) sejak tahun 1980 hingga tahun 2013, angka Human Development Index Trends terus mengalami peningkatan dan saat ini posisi Negara Indonesia di posisi 108 yaitu pada klasifikasi Medium Human Development. Dalam hal ini Indonesia memang masih jauh dari Negara tetangga Malaysia yang berada di posisi 62, namun pendidikan di Indonesia akan tetap optimis membangun serta menjadikan masyarakat menjadi lebih berkualitas lagi dengan program-program yang berkualitas pula, hal ini terbukti dengan masih berjalannya program wajib belajar yang di lakukan oleh pemerintah yang hingga kini tetap berjalan dan bertambah lebih baik.

Peraturan pemerintah nomor 48 tahun 2008 tentang wajib belajar 9 tahun, menjelaskan kewajiban seorang

anak Indonesia wajib belajar hingga jenjang SMP/MTs/ sederajat dan diatur dengan jelas. Walaupun pemerintah sudah mengeluarkan program tersebut, namun kenyataannya masih ada anak-anak yang hanya dapat menyelesaikan pendidikannya hanya pada tingkat Sekolah Dasar (SD) saja, meskipun demikian ada pula yang mampu bersekolah hingga sekolah menengah pertama tetapi tidak bisa menuntaskan hingga lulus tingkat pertama, apalagi hingga ke jenjang menengah atas, Madrasah Aliyah atau saat ini ditambah dengan menengah kejuruan.

Dengan adanya program tersebut, walaupun banyak kendala yang dialami oleh pemerintah namun pemerintah akan selalu memperbaiki dan meningkatkan agar tujuan dari program tersebut terlaksana seoptimal mungkin, tujuannya adalah agar anak-anak Indonesia bisa mengenyang pendidikan setinggi-tingginya. Selain program 9 tahun wajib belajar, pemerintah juga mempunyai rencana lanjutan yaitu adanya wajib belajar selama 12 tahun. Dengan hal ini tentu akan semakin banyak Sekolah Menengah Atas (SMA) berdiri di setiap wilayah, tak terkecuali sekolah Madrasah Aliyah (MA).

Madrasah yang berasal dari bahasa arab yaitu sekolah dan Darasah yang berarti Mengajar, yang merupakan pendidikan umum yang biasanya bercirikan khas agama. Madrasah Aliyah menurut Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 370 tahun 1993 mengatakan bahwa "Madrasah Aliyah selanjutnya dalam keputusan ini disebut MA adalah sekolah menengah umum yang berciri khas agama Islam yang diselenggarakan oleh Departemen Agama". Seiring dengan perkembangan dan perjalanannya, walaupun saat ini banyak sekolah tingkat atas yang berbasis negeri ataupun dengan adanya sekolah kejuruan, keberadaan Madrasah Aliyah sampai saat ini masih banyak diminati oleh masyarakat, khususnya bagi masyarakat yang berada di pinggiran kota.

Di Jawa Timur khususnya di kabupaten Gresik sendiri terdapat 61 Madrasah Aliyah (MA) yang tersebar di berbagai kecamatan dengan berbagai macam program studi yang ada, mulai IPA, IPS maupun Keagamaan dan lain sebagainya. Dalam berbagai kecamatan tersebut, Madrasah Aliyah (MA) yang ada mayoritas adalah milik swasta dan hanya sebagian kecil saja yang milik negeri. Madrasah Aliyah (MA) tersebut juga kebanyakan dibawah naungan yayasan yang berbasis islam, hal ini didukung dengan mayoritas penduduk khususnya

dikabupaten Gresik adalah beragama muslim dan Gresik sendiri dikenal dengan kota santri yang mempunyai banyak pondok pesantren di tiap kecamatannya. Persepsi masyarakat desa yang lebih mengutamakan ajaran agama menjadikan sekolah-sekolah berbasis islam tak terkecuali Madrasah Aliyah (MA) menjadi pilihan utama masyarakat di kabupaten Gresik tersebut.

Salah satu Madrasah Aliyah (MA) yang berada di kabupaten Gresik khususnya di kecamatan Dukun adalah MA YKUI Maskumambang yang berada di Dukun Gresik, MA YKUI Maskumambang merupakan lembaga pendidikan berbasis keagamaan dibawah naungan pondok pesantren maskumambang yang didirikan pada tanggal 10 April 1963M. Saat ini telah terakreditasi "A" oleh BAN-SM. MA YKUI Maskumambang ini bertujuan untuk membentuk peserta didik agar memiliki cara hidup yang mencerminkan pola pikir dan perilaku islami, memiliki wawasan keilmuan yang luas, selalu berfikir dan bertindak berdasarkan ilmu serta memiliki keunggulan sesuai dengan program studinya.

Dalam memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan kriteria konsumen (siswa, orang tua / masyarakat), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam memilih lembaga pendidikan. Pada penelitian Trikulmasari (2010) menjelaskan bahwa variabel independen yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam memilih jurusan yaitu minat dan bakat, peran orang tua, peran teman, prospek yang lebih baik, biaya, permintaan dunia kerja, dan akreditasi jurusan. Sedangkan pada penelitian lain yang dilakukan oleh Nalim (2012) bahwa faktor yang mempengaruhi pemilihan program studi bahasa arab, variabel independennya adalah status sebagai perguruan tinggi negeri, lokasi kampus yang strategis, fasilitas ruangan memadai, persepsi masyarakat tentang prodi pend. Bhs. arab, waktu kuliah yang fleksibel, kualitas/kualifikasi dosen, informasi dari spanduk, informasi dari brosur/leaflet, biaya kuliah, pelayanan bagian pendaftaran, kesesuaian program studi/jurusan, kesesuaian kurikulum dan status akreditasi prodi.

Dari beberapa penelitian tersebut, analisis faktor dalam pemilihan sekolah/ lembaga pendidikan sangatlah penting, agar lembaga pendidikan dapat mengetahui seberapa berpengaruh faktor-faktor yang dapat mendorong untuk memilih lembaga pendidikan yang diinginkan. Hal ini, dapat dilihat dari perilaku konsumen. Adapun beberapa faktor yang dapat dijadikan pondasi dalam pengambilan keputusan seseorang, menurut Setiadi (2010:10) faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan terdiri dari 4 faktor yaitu: 1) faktor kebudayaan (kebudayaan, subbudaya dan kelas sosial, 2) faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran atau status), 3) faktor pribadi (umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian), dan 4) faktor psikologis (motivasi,

persepsi, proses belajar dan kepercayaan). Sedangkan menurut Gronroos (1984) mengemukakan bahwa strategi pemasaran jasa tidak hanya difokuskan pada pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan pemasaran interaktif. Hawkins, et. al (2004) bahwa hanya ada dua faktor utama yakni faktor eksternal yang terdiri dari: budaya (culture), sub-budaya (sub-culture), demografis (demographics), status sosial (sosial status), kelompok rujukan (reference group), keluarga (family) dan kegiatan pemasaran (marketing activities). dan faktor internal terdiri dari: persepsi (perception), pembelajaran (learning), memory (memory), motivasi (motives), kepribadian (personality), emosi (emotions) dan sikap (attitudes) sebagai penentu utama dalam menentukan keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, penulis memilih MA YKUI Maskumambang sebagai objek penelitian karena adanya beberapa alasan, pertama MA YKUI Maskumambang adalah merupakan salah satu sekolah terfavorit yang berada di kecamatan Dukun, kedua dalam kompleks pondok pesantren maskumambang ada juga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) tetapi pilihan masyarakat tetap berada di MA YKUI Maskumambang, ketiga biaya pendidikan di MA YKUI Maskumambang ini cukup tinggi dibanding sekolah-sekolah lainnya, tetapi pilihan masyarakat tetap berada pada MA YKUI Maskumambang. Adapun permasalahan mendasar dalam penelitian ini adalah adanya biaya pendidikan yang lebih mahal dibanding para pesaing akan tetapi peminat masyarakat untuk memilih MA YKUI Maskumambang masih banyak sekali, permasalahan ini sangat berbeda dengan teori permintaan bahwa jika harga tinggi maka permintaan rendah sedangkan jika harga rendah maka permintaan akan tinggi. Hal inilah yang menjadikan permasalahan mendasar sehingga perlu dilakukan penelitian dengan judul "**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Siswa dalam Pemilihan Sekolah Berbasis Islam Di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik**".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana mengaplikasikan analisis faktor untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik?
2. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis Islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaplikasian analisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis Islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik.

KAJIAN TEORI

Jasa

Zeithmal dan Bitner dikutip dalam Alma (2003:3) berpendapat: "Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk di konsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai sehat) bersifat tidak berwujud". (*include all economic activities whose output is not a physical product or construction, is generally consumed at the time it is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, timelines, comfort of health) that are essentially intangible concerns of its first purchaser.*)

Jasa Pendidikan

Pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan (Yoyon : 2006)

Pemasaran Jasa pendidikan

Alma (2003:46) menyatakan bahwa "Pemasaran jasa pendidikan adalah kegiatan lembaga pendidikan yang memberikan layanan atau menyampaikan pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan".

Lembaga pendidikan merupakan organisasi jasa yang didalam kegiatannya adalah *non profit oriented*, mereka melayani konsumen berupa murid, siswa mahasiswa dan juga masyarakat umum yang dikenal dengan "*stakeholder*". Lembaga pendidikan pada hakekatnya bertujuan untuk memberi pelayanan agar konsumennya merasa puas dengan apa yang telah diberi oleh lembaga pendidikan tersebut (Alma : 2003).

Perilaku Konsumen

Dharmmesta dan Handoko, (2010:10) menyatakan bahwa "Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa tersebut didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut".

The American Marketing Association (Kotler, 2000) dikutip dalam Setiadi (2010:3) mendefinisikan bahwa "Perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran dalam hidup mereka".

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Gronroos (1984) mengemukakan bahwa strategi pemasaran jasa tidak hanya difokuskan pada pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan pemasaran interaktif.

Menurut Simamora (2004:6) menyatakan bahwa ada 4 (empat) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya: faktor psikologi, faktor lingkungan eksternal, faktor situasional, faktor bauran pemasaran.

Hawkins, et. al (2004) bahwa hanya ada dua faktor utama yakni faktor eksternal yang terdiri dari : budaya (*culture*), sub-budaya (*sub-culture*), demografis (*demographics*), status sosial (*sosial status*), kelompok rujukan (*reference group*), keluarga (*family*) dan kegiatan pemasaran (*marketing activities*). dan faktor internal terdiri dari: persepsi (*perception*), pembelajaran (*learning*), memory (*memory*), motivasi (*motives*), kepribadian (*personality*), emosi (*emotions*) dan sikap (*attitudes*) sebagai penentu utama dalam menentukan keputusan pembelian.

Menurut Assel (1995) dalam Suryani (2008:12) terdapat dua faktor, yaitu sebagai berikut:

- a. Konsumen individual, pengaruh datang dari diri sendiri dalam melakukan keputusan pembelannya
- b. Pengaruh lingkungan sekitar dengan melalui komunikasi yang dapat melalui kelompok, komunikasi mulut ke mulut dan komunikasi pemasaran lintas kelompok akan menyediakan informasi yang dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa secara umum ada dua faktor utama yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian barang maupun jasa yakni faktor eksternal yang berasal dari luar diri konsumen serta faktor internal yang datangnya dari dalam diri konsumen sendiri. Adapun dalam penelitian ini, faktor-faktor yang digunakan dalam mengukur keputusan siswa dalam memilih MA YKUI Maskumambang adalah faktor internal (motivasi, persepsi, proses belajar, dan sikap) dan faktor eksternal (kelompok referensi, keluarga, citra lembaga, kebudayaan dan bauran pemasaran jasa pendidikan *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*).

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2007) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menggunakan metode analisis faktor yang bersifat *Eksploratory* (menyelidiki/mencari tahu).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa/i MA YKUI Maskumambang kelas X dan XI yang sudah diketahui dalam penelitian ini yaitu berjumlah 335 siswa.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan metode *proportionate stratified random sampling*, yaitu sesuai dengan rumus Maholtra yakni 5xjumlah item pertanyaan (5 x 41item pertanyaan). Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak sebanyak 205 responden yang merupakan siswa/i MA YKUI Maskumambang.

Instrumen Penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Skala likert Menurut Azwar (2007:97) Skala likert disusun untuk mengungkapkan sikap pro dan kontra, positif dan negatif, setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek sosial. Skala pada penelitian ini merupakan skala dengan empat pilihan (Sangat Tidak Setuju=1, Tidak Setuju=2, Setuju=3, dan Sangat Setuju=4). Skala netral dihapuskan karena akan mengakibatkan responden lebih memiliki kecenderungan untuk memilih alternatif tengah atau netral, hal ini terjadi terutama bagi responden yang ragu-ragu dalam memilih jawaban dan hal ini dianggapnya sebagai pilihan yang aman. (Widyoko:2013).

Uji Instrumen

Setelah melalui uji validitas, diketahui bahwa semua item-item pernyataan dalam indikator memiliki nilai $sighitung < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid, sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Setelah melalui uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel memiliki nilai $> 0,60$ sehingga dapat dinyatakan bahwa item-item pernyataan yang digunakan sudah reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data.

Analisis Data

Dalam penelitian ini termasuk dalam teknik interdependensi, dimana dalam teknik ini salah satunya yaitu menggunakan teknik analisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk memecahkan masalah yang dirumuskan. Menurut Supranto (2004:114) "Analisis faktor merupakan nama umum yang menunjukkan suatu kelas prosedur, utamanya digunakan untuk mereduksi data atau meringkas dari variabel yang banyak, diubah menjadi sedikit variabel".

Menurut Supranto (2004:314) tahap-tahap dalam analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Masalah.

Dalam merumuskan masalah meliputi:

- a. Identifikasi tujuan analisis faktor

- b. Variabel yang akan dipergunakan dalam analisis faktor harus di spesifikasikan berdasarkan penelitian terdahulu, teori dan pertimbangan subjektif dari peneliti,
- c. Pengukuran variabel berdasarkan skala interval atau rasio.

2. Membentuk Matriks Korelasi.

Agar analisis faktor bisa menjadi tepat, variabel-variabel yang dikumpulkan harus berkorelasi. Untuk menguji faktor yang dibentuk berdasarkan korelasi antar variabel tersebut, maka digunakan KMO (*Kaiser Meyer Olkin*) atau BTO (*Barlett's Test of Sphericity*). Untuk mengukur kecukupan sampling (*sampling adequency*). Nilai KMO tinggi antara 0,5-1,0 menunjukkan ketepatan dalam penggunaan analisis faktor, sedangkan jika nilainya kurang dari 0,5 maka penggunaan analisis faktor kurang tepat.

3. Menentukan Metode Analisis Faktor.

Dalam menentukan metode analisis faktor ini ada dua metode yang dapat digunakan yaitu *principle component analysis* dan *common factor analysis*. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah dengan *principle component analysis* karena dalam beberapa variabel telah ditentukan dan akan di "reduksi" sehingga menjadi satu atas beberapa variabel yang lebih sedikit.

4. Menentukan Jumlah Faktor.

Dari sejumlah variabel yang direduksi, terdapat beberapa prosedur yang bisa digunakan untuk menentukan jumlah faktor, yaitu dengan:

- a. *Determination Based On Eigenvalues*, Pada pendekatan ini hanya faktor yang mempunyai nilai Eigenvalues $> 1,00$ yang dipakai dalam model. Apabila Eigenvalues $<$ dari 1,00 maka tidak diikutsertakan dalam model.
- b. *Determination Based On Scree Plot*, Berguna bagi peneliti untuk menentukan jumlah banyaknya faktor dalam model, penentuan banyaknya faktor dengan *scree Plot* akan mencapai satu atau lebih banyak dari pada penentuan dengan *eigenvalues*.

c. *Determination Based On Precentage Of Variaance*

Pada pendekatan ini banyaknya faktor yang direduksi ditentukan berdasarkan kumulatif presentase varian. Besarnya kumulatif presentase varian tergantung dari permasalahan yang diteliti, namun sebagai pedoman ekstraksi faktor dihentikan jika kumulatif presentase varian mencapai 60% atau 75 % dari seluruh varian variabel asli.

5. Rotasi Faktor-faktor (*Rotate Factor*).

Output terpenting dari analisis faktor adalah *matrix factor* atau matrik faktor pola.

Matrix factor memuat koefisien yang dipergunakan untuk mengekspresikan variabel yang dibakukan dinyatakan dalam faktor. Koefisien ini merupakan *factor loading* yang mewakili koefisien kolerasi antara faktor dengan variabel. Metode rotasi yang banyak digunakan adalah *varimax procedure*, yang meminimalkan banyaknya variabel dengan *loading factor*, faktor yang lebih besar dan sama besar yang kemudian dapat diinterpretasikan dalam batasan variabel-variabel yang *loadingnya* tinggi.

6. Menginterpretasikan Faktor.

Interpretasi dipermudah dengan mengenali dan mengidentifikasi variabel yang muatannya (*loadingnya*) besar pada faktor yang sama. Faktor tersebut kemudian bisa diinterpretasikan, dinyatakan dalam variabel yang mempunyai *high loading* padanya.

7. Menghitung *Factor Scores* atau *Surrogate Variables*

Jika analisis faktor dilanjutkan menjadi analisis regresi linier berganda maka perlu menghitung *factor scores* namun, jika tujuan analisis faktor hanya untuk mereduksi maka perhitungan ini tidak diperlukan. Dalam penelitian ini hanya untuk mereduksi banyaknya variabel menjadi lebih sedikit variabel saja.

8. Menentukan Ketepatan Model

Langkah terakhir dalam analisis faktor adalah menentukan ketepatan model. Asumsi dasar yang mendasari analisis faktor adalah kolerasi pengamatan anatar variabel dapat disebabkan faktor-faktor biasa. Perbedaan korelasi pengamatan (dalam matrik kolerasi input) dengan kolerasi hasil reproduksi (dari matrik faktor) dapat dicapai untuk menentukan model yang tepat. Perbedaan ini disebut *residuals*, jika *residuals* nilainya lebih besar dari 0,5 (*residuals* > 5) maka model tersebut sudah tepat.

Tahapan analisis faktor yang digunakan dalam penelitian yaitu ada 7 tahapan, karena dalam penelitian ini hanya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan tanpa digunakan untuk melakukan analisis regresi linier, sehingga untuk poin 7 (menghitung *scor factor*) tidak digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang digunakan untuk mengetahui keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang adalah faktor internal (motivasi, persepsi, proses belajar, dan sikap) dan faktor eksternal (kelompok referensi, keluarga, citra lembaga, kebudayaan dan bauran pemasaran jasa pendidikan *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*).

Responden dapat diidentifikasi melalui beberapa karakteristik geografi (alamat asal dan karakteristik

berdasarkan demografi (jenis kelamin, kelas, jurusan, pengenalan lembaga, pendidikan terakhir, pekerjaan orang tua (Ayah dan Ibu), dan tingkat pendapatan keluarga).

Analisis Data

1. Merumuskan Masalah

Penelitian ini bersifat *eksploratory* dimana tujuan utamanya adalah untuk menemukan, menyelidiki maupun mencari tahu faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik.

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan sebanyak 15 variabel yaitu: motivasi (X1), persepsi (X2), proses belajar (X3), Sikap (X4), kelompok referensi (X5), keluarga (X6), citra lembaga (X7), kebudayaan (X8), *product* (X9), *price* (X10), *place* (X11), *promotion* (X12), *people* (X13), *physical evidence* (X14), *process* (X15). 15 variabel tersebut kemudian dijabarkan menjadi 41 butir pernyataan yang telah disesuaikan dengan indikator variabel dan diukur dengan menggunakan skala likert dengan menggunakan 4 skala pensekoran. Kemudian hasil pernyataan tersebut disebarkan melalui angket kepada 205 responden dan hasil penelitian ditabulasi. Adapun hasilnya perhitungan analisis statistik menggunakan analisis faktor, dengan menggunakan bantuan *software* komputer (program *SPSS 16 for windows*).

2. Membentuk Matriks Kolerasi

Agar analisis faktor bisa menjadi tepat, variabel-variabel yang dikumpulkan harus berkolerasi. variabel-variabel yang terdapat dalam satu faktor harus memiliki korelasi yang kuat antara yang satu dengan yang lainnya. Untuk menguji faktor yang dibentuk berdasarkan korelasi antar variabel tersebut, maka digunakan KMO (*Kaiser Meyer Olkin*) atau BTO (*Barlett's Test of Sphericity*). Hasil uji KMO (*Kaiser Meyer Olkin*), MSA (*Measure Of Sampling Adequancy*) dan BTO (*Barlett's Test of Sphericity*) dapat dilihat melalui tabel berikut:

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.881
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	951.97
Sphericity	4
Df	105
Sig.	.000

Berdasarkan tabel tersebut terlihat angka KMO *Measure Of Sampling Adequancy* sebesar 0,881 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh

karena angka KMO *Measure Of Sampling Adequacy* (0,881) di atas 0,5 dan signifikansi 0,000 < 0,05, maka variabel dan data diatas dapat dianalisa lebih lanjut. Selain itu pada uji BTO (*Barlett's Test of Sphericity*) ditunjukkan dengan angka *Approxiate Chi-Square* sebesar 951.974 dan nilai *Significance*-nya sebesar 0,000. Hasil uji KMO and *Bartlett's Test* ini digunakan untuk mengetahui mana variabel yang dapat diproses lebih lanjut dan mana yang harus dikeluarkan. Dengan demikian ketepatan penggunaan analisis faktor dapat dipertanggung jawabkan.

3. Menentukan Metode Analisis Faktor

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah dengan *Principle Component Analysis* (PCA) karena dalam beberapa variabel telah ditentukan dan akan di "reduksi" sehingga menjadi satu atas beberapa variabel yang lebih sedikit. Variabel-variabel yang telah disusun tersebut, selanjutnya dikorelasikan dengan menggunakan bantuan *SPSS 16 for windows*, sehingga nantinya dihasilkan beberapa faktor yang dapat mewakili dari seluruh faktor yang telah ditentukan sebelumnya.

4. Menentukan Jumlah Faktor

Setelah metode ditentukan yaitu dengan *Principle Component Analysis* (PCA), selanjutnya hasil analisis faktor di ekstraksi menggunakan analisis komponen (*Principal Component Analysis*) sehingga dihasilkan *Variance Explained* sebagai acuan untuk menentukan faktor yang telah diekstrak. Berikut ini dapat dilihat hasil dari *Variance Explained*:

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.200	34.667	34.667	5.200	34.667	34.667	4.884	32.559	32.559
2	1.637	10.916	45.582	1.637	10.916	45.582	1.589	10.594	43.153
3	1.179	7.861	53.443	1.179	7.861	53.443	1.543	10.290	53.443
4	.934	6.225	59.669						
5	.875	5.830	65.499						
6	.739	4.929	70.428						
7	.705	4.701	75.129						
8	.606	4.041	79.171						
9	.567	3.781	82.951						
10	.516	3.439	86.390						
11	.486	3.238	89.627						
12	.439	2.923	92.551						
13	.429	2.863	95.414						
14	.351	2.343	97.756						
15	.337	2.244	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel tersebut merupakan *Total Variance Explained* dalam metode analisis faktor, terlihat bahwa dari 1 sampai 15 faktor yang ada dalam penelitian ini, terdapat 3 faktor inti yang memiliki nilai *eigenvalue* > 1 (satu). Berdasarkan pada nilai *eigenvalue* tersebut 15 faktor yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode PCA (*Principal Component Analysis*) yang

kemudian dikelompokkan menjadi 3 faktor inti yang mewakili seluruh variabel yang diuji. Adapun ketiga faktor tersebut dapat menjelaskan 53.443% variansi.

5. Rotasi faktor-faktor

Output terpenting dari analisis faktor adalah *matrix factor* atau matrik faktor pola. *Matrix factor* memuat koefisien yang dipergunakan untuk mengekspresikan variabel yang dibakukan dinyatakan dalam faktor. Dengan menggunakan rotasi matriks, diharapkan juga dapat meringkas data yang ada, sehingga dapat diidentifikasi faktor-faktor baru yang lebih mudah untuk diinterpretasikan dengan cara memilih nilai *factor loading* > atau sama dengan 0,5. Metode rotasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *varimax procedure*. Adapun komponen-komponen dari rotasi faktor yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

	Component		
	1	2	3
X15	.767	.075	.077
X13	.765	.013	-.005
X9	.750	.077	.071
X14	.747	-.061	.162
X10	.693	-.061	.167
X4	.668	.150	-.181
X2	.641	.121	-.167
X1	.580	.332	-.032
X11	.576	.296	.015
X8	.553	.332	-.186
X6	.024	.809	.051
X7	.506	.546	-.004
X3	-.011	.512	.438
X5	-.087	-.018	.820
X12	.122	.103	.718

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil dari rotasi komponen faktor tersebut menghasilkan tiga faktor yang signifikan untuk dikelompokkan. Pengelompokan tersebut dengan memperhatikan *factor loading* yang nilainya > 0,5.

6. Interpretasi Faktor

Menurut Supranto (2004:133), menyatakan faktor tersebut kemudian bisa diinterpretasikan, dinyatakan dalam variabel yang mempunyai *high loading* padanya. Dalam penelitian ini faktor yang memiliki nilai loading tertinggi biasanya dijadikan untuk mewakili variabel. Adapun pengelompokan faktor tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Pengelompokan Faktor Inti

Faktor	Variabel yang Masuk dalam Faktor	Loading	PCT of Variance	Cumulative Percentaging
I	Process	0,767	32,559%	34,667%
	People	0,765		
	Product	0,750		
	Physical Evidence	0,747		
	Price	0,693		
	Sikap	0,668		
	Persepsi	0,641		
	Motivasi	0,580		
	Place	0,576		
	Kebudayaan	0,553		
II	Keluarga	0,809	10,594%	45,582%
	Citra Lembaga	0,546		
	Proses Belajar	0,512		
III	Kelompok Referensi	0,820	10,290%	53,443%
	Promotion	0,718		

Berdasarkan tabel tersebut terdapat 3 faktor inti yang terdiri dari Faktor I *Process*, *People*, *Product*, *Physical Evidence*, *Price*, *Sikap*, *Persepsi*, *Motivasi*, *Place* dan *Kebudayaan*. Faktor II terdiri dari *Keluarga*, *Citra Lembaga* dan *Proses Belajar* dan Faktor III yang terdiri dari *Kelompok Referensi* dan *Promotion*.

7. Menentukan Ketepatan Model

Langkah terakhir dalam analisis faktor adalah menentukan ketepatan model. Asumsi dasar yang mendasari analisis faktor adalah kolerasi pengamatan antar variabel dapat disebabkan faktor-faktor biasa. Perbedaan korelasi pengamatan (dalam matrik kolerasi input) dengan kolerasi hasil reproduksi (dari matrik faktor) dapat dicapai untuk menentukan model yang tepat. Perbedaan ini disebut *residuals*, jika *residuals* nilainya lebih besar dari 0,5 (*residuals* > 5) maka model tersebut sudah tepat.

Presentase Korelasi Residual

Faktor	Total	Variance%	Cumulative%
I	5,200	34,667	34,667
II	1,637	10,916	45,582
III	1,179	7,861	53,443

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai *Variance* > 5 sehingga model analisis faktor dengan menggunakan metode PCA (*Principal Component Analysis*) mampu menjelaskan data sebesar 53,443%, dan sisanya yaitu 46,557% tidak mampu dijelaskan dengan metode PCA (*Principal Component Analysis*) ini. walaupun demikian, nilai sebesar 53,443% dipandang sudah representatif karena lebih dari 50%.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian analisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang dapat diukur dengan 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang kemudian dijabarkan menjadi 15 variabel, yaitu: motivasi (X1), persepsi (X2), proses belajar (X3), Sikap (X4), kelompok referensi (X5), keluarga (X6), citra lembaga (X7), kebudayaan (X8), *product* (X9), *price* (X10), *place* (X11), *promotion* (X12), *people* (X13), *physical evidence* (X14), *process* (X15). Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan SPSS 16 for windows untuk analisis faktor, ke 15 variabel tersebut dilakukan rotasi sehingga mendapatkan 3 faktor yang memiliki nilai *loading* tertinggi dan dapat mewakili dari sejumlah variabel lain. Adapun ketiga faktor yang mewakili tersebut adalah faktor *process*, keluarga dan kelompok referensi. Berikut ini ketiga faktor yang dapat mewakili variabel lainnya:

a. Kelompok Faktor I

Kelompok faktor pertama ini diberi nama faktor *Process*, karena memiliki nilai *loading* tertinggi. Faktor inilah yang paling utama yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik, yaitu dengan total *Varians* 32,559%. Adapun penjelasan dari faktor yang masuk dalam kategori faktor *Process* adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor *Process* yang mewakili dengan nilai *loading* tertinggi yaitu sebesar 0,767, angka ini menjelaskan bahwa *process* berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik.
- 2) Faktor *People* dengan nilai *loading* sebesar 0,765, angka ini menjelaskan bahwa *people* berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. *People* masuk pada faktor *process* karena tenaga pengajar maupun karyawan mempunyai andil yang sangat besar bagi terselenggaranya jasa pendidikan dan juga bagi keberhasilan proses pembelajaran yang ada di lembaga ini, selain itu *process* akan berjalan lancar jika didukung dengan adanya tim manajemen atau seluruh karyawan yang saling bekerjasama satu sama lain.
- 3) Faktor *Product* dengan nilai *loading* sebesar 0,750, angka ini menjelaskan bahwa *Product* berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik.

Product masuk pada faktor *process* karena *product* yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan tidak akan tersampaikan jika tidak adanya *process* yang menyertai, karena dalam hal ini jasa pendidikan merupakan produk jasa yang hasilnya dapat dirasakan ketika konsumen (siswa) menggunakan produk tersebut secara langsung.

- 4) Faktor *Physical Evidence* dengan nilai *loading* sebesar 0,747, angka ini menjelaskan bahwa *physical evidence* berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. *Physical evidence* masuk pada faktor *process* karena *Physical evidence* (bukti fisik) yang merupakan sarana dan prasarana pembelajaran menunjang pada setiap proses penyaluran jasa pendidikan yang ada di lembaga ini.
- 5) Faktor *Price* dengan nilai *loading* sebesar 0,693, angka ini menjelaskan bahwa *price* berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. *Price* masuk pada faktor *process* karena jika harga ditawarkan oleh jasa pendidikan mahal, maka proses pembelajarannya pun bisa dipastikan berbeda dari sekolah lainnya, dan tentunya dengan harga yang mahal tersebut diharapkan lulusan dari lembaga inipun menjadi lulusan terbaik dibanding sekolah lainnya.
- 6) Faktor Sikap dengan nilai *loading* sebesar 0,668, angka ini menjelaskan bahwa sikap berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. Sikap masuk pada faktor *process* karena sikap siswa dibentuk dari beberapa informasi yang menjadikan siswa tersebut memilih MA YKUI Maskumambang, sikap ini bisa didapat melalui kepercayaan, pengetahuan maupun kesukaan bahwa proses penyampaian jasa pendidikan khususnya proses pembelajaran yang ada di MA YKUI Maskumambang ini lebih berkualitas dibanding sekolah lainnya.
- 7) Faktor Persepsi dengan nilai *loading* sebesar 0,641, angka ini menjelaskan bahwa persepsi berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. Persepsi masuk pada faktor *process* karena persepsi siswa dibentuk dari anggapan bahwa

proses penyampaian jasa pendidikan khususnya proses pembelajaran yang ada di MA YKUI Maskumambang ini lebih berkualitas dibanding sekolah lainnya.

- 8) Faktor Motivasi dengan nilai *loading* sebesar 0,580, angka ini menjelaskan bahwa motivasi berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. Motivasi masuk pada faktor *process* karena motivasi siswa untuk memilih MA YKUI Maskumambang dibentuk dari dorongan rasa bangga, keinginan untuk melanjutkan pendidikan serta kebutuhan pendidikan yang berkualitas yang dapat dilihat dari proses penyampaian jasa pendidikan khususnya proses pembelajaran, proses pembimbingan dan proses pendampingan yang ada di MA YKUI Maskumambang.
- 9) Faktor *Place* dengan nilai *loading* sebesar 0,576, angka ini menjelaskan bahwa *place* berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. *Place* masuk pada faktor *process* karena *place/lokasi* MA YKUI Maskumambang yang berada dalam lingkungan yang asri, berada dalam kawasan pondok pesantren dan tempatnya yang mudah dijangkau akan memudahkan siswa dalam proses pembelajaran maupun melakukan administrasi pembayaran.
- 10) Faktor Kebudayaan dengan nilai *loading* sebesar 0,553, angka ini menjelaskan bahwa kebudayaan berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. Kebudayaan masuk pada faktor *process* karena budaya masyarakat desa yang menjunjung nilai islami sesuai dengan proses penyampaian jasa pendidikan yang ada di MA YKUI Maskumambang yaitu selalu menjunjung nilai islami dalam setiap kegiatan pembelajarannya.

b. Kelompok Faktor II

Kelompok faktor kedua ini diberi nama faktor Keluarga, karena memiliki nilai *loading* tertinggi. Faktor inilah yang paling utama yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik, yaitu dengan total *Varians* 10,594%. Adapun

penjelasan dari faktor yang masuk dalam kategori faktor Keluarga adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor Keluarga yang mewakili dengan nilai *loading* tertinggi yaitu sebesar 0,809, angka ini menjelaskan bahwa keluarga berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik.
- 2) Faktor Citra Lembaga dengan nilai *loading* sebesar 0,546, angka ini menjelaskan bahwa citra lembaga berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. Citra lembaga masuk pada faktor keluarga karena lulusan lembaga, prestasi-prestasi yang diraih lembaga serta akreditasi lembaga dapat diketahui dari keluarga yang mempunyai kedekatan dengan lembaga ataupun keluarga yang pernah bersekolah dilembaga ini.
- 3) Faktor Proses Belajar dengan nilai *loading* sebesar 0,512, angka ini menjelaskan bahwa proses belajar berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. Proses belajar masuk pada faktor keluarga karena proses belajar siswa bisa dipengaruhi oleh saran dari keluarga besar yang mempunyai kedekatan dengan lembaga maupun saran dari orang tua.

c. Kelompok Faktor III

Kelompok faktor ketiga ini diberi nama faktor Kelompok Referensi, karena memiliki nilai *loading* tertinggi. Faktor inilah yang paling utama yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik, yaitu dengan total *Varians* 10,290%. Adapun penjelasan dari faktor yang masuk dalam kategori faktor Kelompok Referensi adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor Kelompok Referensi yang mewakili dengan nilai *loading* tertinggi yaitu sebesar 0,820, angka ini menjelaskan bahwa kelompok referensi berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik.
- 2) Faktor *Promotion* dengan nilai *loading* sebesar 0,718, angka ini menjelaskan

bahwa *promotion* berpengaruh pada pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik. *Promotion* masuk pada faktor kelompok referensi karena salah satu media promosi yang banyak digunakan yaitu melalui pembicaraan orang lain (WOM), dalam hal ini siswa memilih MA YKUI Maskumambang karena terpengaruh saran dari teman.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan di MA YKUI Maskumambang, diperoleh banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa yaitu dari adanya wawancara awal dengan responden yang didukung dengan adanya penelitian terdahulu dan teori yang disesuaikan dengan obyek penelitian. Adapun faktor tersebut adalah faktor internal (motivasi, persepsi, proses belajar, dan sikap) dan faktor eksternal (kelompok referensi, keluarga, citra lembaga, kebudayaan dan bauran pemasaran jasa pendidikan *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*) yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik, menunjukkan bahwa siswa dalam pengambilan keputusan memilih MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik dipengaruhi oleh 3 faktor inti yaitu: faktor process dengan total varians sebesar 34,667%, faktor keluarga dengan total varians sebesar 10,916% dan faktor kelompok referensi dengan total varians 7,861%.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam pemilihan sekolah berbasis islam di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik, dapat diketahui bahwa kelompok referensi memiliki total varians terendah, sehingga diharapkan MA YKUI Maskumambang untuk lebih intens dalam melakukan promosi tentang kualitas pendidikan yang ditawarkan

oleh lembaga kepada siswa, agar siswa tersebut dapat mempengaruhi teman ataupun keluarganya untuk bersekolah di MA YKUI Maskumambang.

Promosi yang seharusnya lebih ditingkatkan pada MA YKUI Maskumambang ini adalah meningkatkan promosi melalui media cetak dan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa mengenal lembaga melalui media cetak ini sangat rendah sekali, lembaga sebaiknya memperbanyak promosi baik melalui baliho, banner maupun brosur, brosur ini nantinya dapat diberikan kepada siswa yang sudah bersekolah disitu dan bisa diberikan kepada keluarga atau temannya di rumah. Selain itu, lembaga juga perlu melakukan promosi lebih yaitu dengan model menjemput bola artinya lembaga mendatangi langsung SMP maupun MTs tanpa terkecuali, model ini juga dianggap sangat efektif karena lembaga akan mengetahui lebih tentang karakteristik konsumen yang dalam hal ini adalah siswa

Dari semua jenis promosi tersebut, promosi dari media sosial merupakan promosi yang paling menunjang dan paling melengkapi, karena kita tahu sendiri bahwasannya mayoritas calon siswa sekarang sudah akrab sekali dengan *gadget* sehingga peluang ini sangat besar sekali untuk menginformasikan ataupun mengenalkan lembaga ke masyarakat luas, selain itu, target pelanggan pendidikan juga tentunya akan semakin luas juga. Pengembangan promosi melalui media sosial ini bisa melalui *blog*, *web site*, *facebook*, *instagram* dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

(n.d.). Retrieved November 30, 2015, from <http://referensi.data.kemdikbud.go.id>

Alma, Buchari. (2003). *Pemasaran Strategic Jasa Pendidikan* (5th ed). Bandung: Alfabeta

Azwar, Saifuddin. (2007). *Metode Penelitian* (1st ed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Dharmmesta, S Bayu dan Handoko, Hani T. (2010). *Management Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Depdiknas. (2005). *Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 Pasal 28 tentang Standar Nasional Pendidikan*. Jakarta: Depdiknas

Hawkins, Del I., Roger J., Best dan kanneth A., Coney. (1998). *Consumer Behavior*, USA: Irwin McGraw-Hill.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2007). *Dasar dasar Pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Indeks.

Maholtra, Naresh K. (2005). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (2th ed). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia

Nalim. (2012). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi

Pendidikan Bahasa Arab Stain Pekalongan. *Jurnal Forum Tarbiyah* Retrieved November 8, 2015, from <http://download.portalgaruda.org/article>

Setiadi, Nugroho. (2010). *Perilaku Konsumen* (4nd ed). Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (2nd ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Supranto. (2004). *Analisis Multivariat Arti & Interpretasi* (1st ed). Jakarta: PT Asdi Mahasatya

Tri Kumalasari, Sutoro, dan Djunaidy Santoso. (2010). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa/I Dalam Pemilihan Jurusan Dengan Metode Analisis Komponen Utama Berbasis Komputer. *Jurnal Mat Stat*, 1(1) 67-75 Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Nusantara, Jakarta. Retrieved November 6, 2015, from <http://research-dashboard.binus.ac.id>

Yoyon, Bahtiar. (2006). *Pemasaran Pendidikan*. Dalam Suryo Agung Nugroho *Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Bauran Pemasaran SMKN 1 Ngawen, Gunungkidul*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta