

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP KEPUTUSAN SISWA
DALAM MEMILIH JURUSAN BISNIS DARING DAN PEMASARAN
DI SMK NEGERI SEKAR KABUPATEN BOJONEGORO**

Supriono

S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

Suprionosupriono@mhs.unesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keputusan siswa dalam memilih Jurusan Bisnis Online dan Pemasaran di SMK Negeri Sekar Kabupaten Bojonegoro. Sampel dalam penelitian ini adalah 110 mahasiswa Jurusan Bisnis Online dan Pemasaran Tahun 2017-2019. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh faktor internal dan eksternal secara simultan atau parsial terhadap keputusan siswa dalam memilih Jurusan Bisnis Online dan Pemasaran SMK Negeri Sekar Bojonegoro. Kabupaten. Faktor internal berpengaruh dominan terhadap keputusan siswa dalam memilih Jurusan Bisnis dan Pemasaran Online di SMK Negeri Sekar Kabupaten Bojonegoro.

Kata Kunci : Faktor Eksternal, Faktor internal, Keputusan Siswa

Abstract

This study aims to determine the effect of internal and external factors on students' decisions in choosing the Department of Online Business and Marketing at SMK Negeri Sekar, Bojonegoro Regency. The sample in this study was 110 students from the Department of Online Business and Marketing 2017-2019. The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis using SPSS 22. The results showed that there were simultaneous or partial influences of internal and external factors on students' decisions in choosing the Department of Online Business and Marketing at SMK Negeri Sekar, Bojonegoro Regency. Internal factors have a dominant influence on students' decisions in choosing the Department of Online Business and Marketing at SMK Negeri Sekar, Bojonegoro Regency.

Keywords: External Factors, Internal Factors, Student Decisions.

PENDAHULUAN

Jaman berubah dengan sangat pesat mencakup banyak hal, termasuk dalam dunia usaha dan dunia industri. Hal ini membuat masyarakat menyadari bahwa sistem pendidikan harus diarahkan untuk bersaing di dunia usaha. Karena itu, saat ini masyarakat rela meluangkan waktu untuk menempuh jenjang pendidikan tinggi, tidak terkecuali dengan mereka daerah pedesaan, sehingga merasa tidak tertinggal oleh kelompok masyarakat yang berada di kota. Melalui pendidikan yang berkualitas, lulusan lembaga pendidikan formal maupun informal diharapkan mampu bersaing di dunia usaha dan dunia industri.

Sekolah Menengah Kejuruan merupakan lembaga pendidikan formal yang memiliki fokus untuk mencetak para tenaga ahli di bidangnya dan mampu memenuhi kebutuhan dunia usaha. Penyelenggaraan SMK di Indonesia memiliki tujuan pokok yaitu mempersiapkan peserta didik dalam dunia

kerja. Sehingga peserta didik akan dibekali dengan pengetahuan tambahan mengenai perkembangan dalam dunia pekerjaan, dibekali tambahan ilmu mengenai trik memilih job yang sesuai dengan *passion*, hingga peningkatan kualitas kerja untuk siap bersaing. Selain dibekali dengan pengetahuan dunia kerja, peserta didik juga diberikan motivasi serta pelatihan untuk memulai bisnis mereka. Ide kreatif mereka ditampung kemudian diarahkan sekaligus diberi inovasi dengan tujuan diterima dalam dunia usaha yang kini melaju pesat.

Perkembangan SMK di setiap tahun semakin meningkat dengan diadakannya kerja sama dengan berbagai usaha untuk membangun mental para siswa untuk lebih siap untuk terjun ke dunia usaha yang memiliki potensi yang baik. Para lulusan siswa SMK dituntut untuk bisa bersaing di dunia kerja, dengan kemampuan yang telah dimilikinya. Semakin banyaknya sekolah menengah kejuruan yang menawarkan berbagai bidang keahlian sehingga

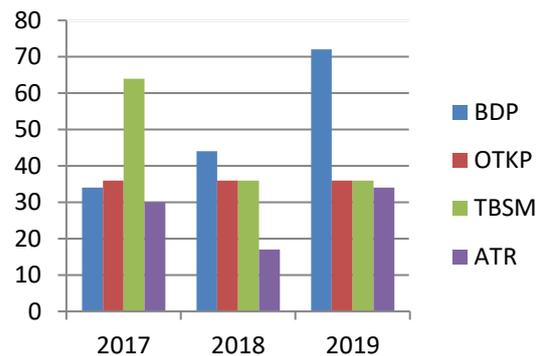
membuat para siswa mempunyai pilihan yang banyak untuk melakukan suatu keputusan.

Dalam konteks ilmu bisnis, keputusan siswa SMK dalam memilih suatu jurusan dapat diidentifikasi sebagai keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2014:21), menguraikan keputusan pembelian sebagai prosedur yang dimulai dari pelanggan mengenal produk, kemudian pencarian informasi mengenai produk tersebut, sehingga pelanggan mengetahui kelebihan serta kekurangan yang akan diperoleh melalui produk tersebut dari pengorbanan berupa pembayaran yang dilakukan. Selain keahlian analisis mengenai efisiensi produk siswa juga memperoleh peningkatan keahlian dalam hal berpikir kritis untuk menemukan solusi maupun keputusan untuk mengambil keputusan. Dengan memilih jurusan yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan siswa maka siswa semakin berpeluang besar untuk menjadi ahli yang handal dan mampu bersaing di dunia usaha dan dunia industri.

SMK Negeri Sekar Kabupaten Bojonegoro saat ini telah berusaha untuk meningkatkan daya saing di tengah persaingan sekolah-sekolah menengah kejuruan yang ada di Kabupaten Bojonegoro. Untuk itu, SMK Negeri Sekar mengupayakan pengadaan fasilitas penunjang dalam pembelajaran dengan bekerjasama beberapa DUDI seperti Matahari Departemen Store, Ramayana, Dinas Catatan Sipil, Yamaha, Dinas Peternakan dan lain-lain, yang membuat semakin tahun semakin bertambah jumlah siswa siswinya.

Dengan adanya persaingan maka SMK Negeri Sekar membuka beberapa jurusan yang dapat dijadikan pilihan oleh para siswa siswi yang ingin melanjutkan, diantaranya Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran, Bisnis Daring dan Pemasaran, Teknik dan Bisnis Sepeda Motor, dan Agrobisnis Ternak Ruminansia. Setiap jurusan mempunyai keunggulan masing-masing dan berbeda-beda. Adanya perbedaan karakteristik yang ditawarkan oleh masing-masing jurusan membuat Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran mempunyai peningkatan yang signifikan di bandingkan dengan jurusan yang lain. Ini dapat di buktikan dengan jumlah siswa 3 tahun terakhir yang disajikan dalam tabel berikut:

Gambar 1
Siswa Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran



Sumber: TU SMK Negeri Sekar (2019)

Gambar 1 menunjukkan jumlah siswa Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran tahun 2017-2019 angkatan 2017 jumlah siswanya mencapai 34 siswa. Angkatan 2018 jumlah siswanya ialah 44 siswa. Angkatan 2019 jumlah siswanya ialah 72 siswa. Perubahan yang signifikan pada jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran terjadi pada tahun 2018 dan 2019 dimana jumlah siswa naik lebih dari 30 siswa.

Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran memiliki keunggulan di bidang keilmuan, dimana sekolah tidak hanya mencetak seorang tenaga ahli di bidangnya namun juga mampu menciptakan para wirausahawan yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitarnya. Karena itu, jurusan ini didukung oleh fasilitas pembelajaran yang memadai seperti perlengkapan praktek, guru yang ahli di bidang pemasaran serta memiliki mitra di dunia usaha untuk menunjang praktek siswa agar mampu mencapai tujuan yang diharapkan.

Setiadi (2010:11) menyampaikan pendapatnya mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi kebijakan seseorang saat mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Faktor tersebut meliputi eksternal dan internal. Contoh faktor eksternal meliputi cara pandang keluarga, budaya, serta beberapa pendapat dari kelompok tertentu. Sedangkan faktor internal meliputi sudut pandang, motivasi, persepsi, proses belajar serta sikap.

Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan 5 siswa kelas X di SMK Negeri Sekar yang memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, diketahui alasan terbanyak mereka memilih jurusan tersebut karena keahlian yang dihasilkan sangat dibutuhkan di dunia kerja, alasan lain adalah karena SMK Negeri Sekar

terkenal memiliki jaringan dengan perusahaan-perusahaan ternama, dan alasan lainnya yang dikemukakan adalah dorongan keluarga yang menyarankan siswa memasuki jurusan tersebut..

Hipotesis

H1 : Diduga terdapat pengaruh faktor internal dan eksternal dalam diri siswa terhadap keputusan pemilihan Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif, dimana variabel yang digunakan ada dua yaitu variabel dependen yang sering disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu keputusan siswa, sedangkan variabel bebas dengan kata lain *independen* dalam penelitian ini meliputi faktor internal dan eksternal.

Jenis data pada penelitian ini meliputi:

1. Data Primer, berasal dari penyebaran angket kepada siswa Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.
2. Data Sekunder, cara memperoleh data yang memanfaatkan jurnal, website resmi serta artikel di internet sebagai data pendukung dalam penelitian ini.

Dalam penarikan sampel, penelitian ini menggunakan *proportional random sampling* dengan rumus:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1} = \frac{151}{1,3775} = 110$$

Jadi besar sampel penelitian ini ialah 110 responden.

Selanjutnya dibuat proporsi sampel penelitian, sebagai berikut:

Tabel 1. Proporsi Sampel Penelitian

Angkatan	Jumlah Populasi	Proporsi Sampel	Jumlah Sampel
2019	72	72/151 x 110	53
2018	44	44/151 x 110	32
2017	34	34/151 x 110	24
	Jumlah		110

Sumber: Data diolah penulis (2019)

Dalam kegiatan pengumpulan datanya peneliti melakukan penyebaran angket kepada responden secara tertutup. Sebelum melakukan penyebaran angket, peneliti melakukan uji

instrumen yang akan digunakan dengan uji validitas serta reliabilitas.

Teknik analisa data penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda. Tahapan awal adalah dengan melakukan uji asumsi klasik, meliputi:

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolonieritas
3. Uji Heteroskedastisitas
4. Uji Linieritas

Data penelitian yang telah lolos uji asumsi klasik dilanjutkan analisis regresi linier berganda. Dengan tujuan mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dimana uji statistiknya meliputi:

1. Koefisien determinan (R^2), diartikan sebagai ukuran keahlian model dalam menguraikan variasi dependen. Jika R^2 memperoleh hasil kecil maka keahlian variabel dependen sangat terbatas.
2. Uji t, diartikan sebagai ukuran yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen
3. Uji F, dimaknai sebagai pengaruh variabel bebas dengan variabel yang memiliki keterikatan (Ghozali, 2011)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

- a. Gambaran Umum Responden

Tabel 2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kategori	Jumlah h	Persentas e
1	Laki-Laki	43	39.0%
2	Perempuan	67	61.0%
	Total	110	100.0%

Sumber : Data primer yang diolah

Didasarkan tabel 2 diperoleh informasi bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 61% yang berjumlah 67 responden, sementara responden berjenis kelamin pria sebanyak 39% yang berjumlah 43 responden.

Tabel 3. Gambaran Responden Berdasarkan Usia

No.	Kategori	Jumlah	Persentase
1	15 tahun	3	2.7%

2	16 tahun	44	40.0%
3	17 tahun	36	32.7%
4	18 tahun	27	24.5%
Total		110	100.0%

Sumber : Data primer yang diolah

Didasarkan informasi yang diperoleh melalui tabel diatas duraikan bahwa responden dengan usia 15 tahun sebanyak 44 siswa, dengan persentase 40%; usia 15 tahun sebanyak 3 siswa dengan persentase 2,7%, usia 17 tahun terdiri dari 36 siswa dengan persentase sebesar 32,7%; serta responden dengan usia 18 tahun terdiri dari 27 siswa dengan persentase sebesar 24,5%.

Tabel 4. Gambaran Responden Berdasarkan Status Tinggal

No.	Kategori	Jumlah	Persentase %
1	Bersama orangtua	98	89.1%
2	Bersama kerabat	12	10.9%
3	Kos / mondok	0	0.0%
Total		110	100.0%

Sumber : Data primer yang diolah

Didasarkan tabel yang telah diolah diatas, dapat diuraikan bahwa mayoritas responden memiliki tempat tinggal bersama orangtua, yaitu sebanyak 98 siswa (89,1%), sedangkan sisanya tinggal bersama kerabat atau saudara, yaitu sebanyak 12 siswa (10,9%); sedangkan yang tinggal di kos / mondok, yaitu sebanyak 0 siswa (0,0%) atau tidak ada.

b. Hasil Uji Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

No	Variabel	Asymp Sig. (2-tailed)	Keterangan
1	Faktor Internal (X1)	0.065	Distribusi normal
2	Faktor Eksternal (X2)	0.170	Distribusi normal
3	Keputusan Siswa (Y)	0.080	Distribusi normal

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 5 menguraikan hasil uji normalitas *Kolomogrov Smirnov* pada data penelitian ini. Hasilnya menunjukkan nilai *Asymp. Sig.* Pada semua variabel yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dimaknai bahwa variabel penelitian telah terdistribusi normal atau lolos uji normalitas.

2) Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

No	Variabel	Durbin Watson	Keterangan
1	Faktor Internal (X1)		
2	Faktor Eksternal (X2)	1.322	Bebas Auto korelasi
3	Keputusan Siswa (Y)		

Sumber : Data primer yang diolah

Untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah jika $-2 < DW < +2$ berarti tidak ada autokorelasi. Pada Tabel 6 disajikan hasil uji *Durbin Watson*, dimana nilai DW sebesar 1,322. Dengan demikian $-2 < DW < +2$ yang artinya model regresi tidak mengandung autokorelasi, sehingga tidak ada varian kesalahan pengganggu pada penggunaan uji t dan uji F pada regresi linier berganda.

3) Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel Bebas	Variabel Terikat	VIF	Keterangan
1	Faktor Internal (X1)	Keputusan Siswa (Y)	1.690	Bebas Kolinearitas
2	Faktor Eksternal (X2)	Keputusan Siswa (Y)	1.690	Bebas Kolinearitas

Sumber : Data primer yang diolah

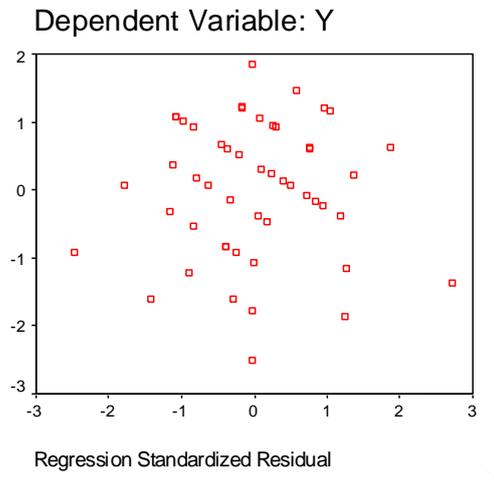
Pada Tabel 7 disajikan hasil uji multikolinearitas dimana nilai VIF untuk seluruh variabel bebas sudah lebih kecil dari 10. Artinya model

regresi dalam penelitian ini sudah bebas dari kolinearitas atau lolos uji multikolinearitas.

4) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Sumber : Data primer yang diolah

Pada Gambar 3 disajikan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan diagram *scatter plot* pada model regresi antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa titik-titik koordinat pada diagram *scatter plot* membentuk sebaran yang acak dan pola yang tak beraturan. Artinya pada model regresi tidak ada indikasi gejala heteroskedastisitas atau dinyatakan lolos uji heteroskedastisitas.

c. Hasil Uji Hipotesis

1) Analisa Regresi Linier Berganda

Analisa regresi ini digunakan untuk mengitung besarnya pengaruh antara variabel bebas yaitu Faktor Internal (X1) dan Faktor Eksternal (X2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Siswa (Y).

Tabel 8. Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Koefisien Regresi	Uji T	
			T	Sig
Nilai Konsta	Keputusan	-3.261	-3.316	0.001

n	Siswa (Y)			
Faktor Interna I (X1)		0.302	7.335	0.000
Faktor Eksternal (X2)		0.037	2.231	0.028

Nilai F : 67.351
 Sig : 0.000
 R2 : 0.557

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa persamaan atau model regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut : $Y = -3,261 + 0,302 X1 + 0,037 X2 + e$

Keterangan :

- Y = Keputusan Siswa
- X1 = Faktor Internal
- X2 = Faktor Eksternal
- e = error

Berdasarkan model regresi di atas, maka dapat diketahui bahwa faktor internal memiliki nilai koefisien regresi yang lebih besar daripada faktor eksternal. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor internal memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan siswa.

2) Uji Koefisien Determinasi

Dalam pengukuran keahlian variabel faktor internal dan eksternal menguraikan variabel yang menggunakan uji koefisien determinasi (R^2). Didasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,557 atau 55,7%. Artinya besarnya kontribusi yang diberikan oleh faktor internal dan eksternal terhadap keputusan siswa sebesar 55,7%, sedangkan sisanya berasal dari kontribusi faktor-faktor lain di luar model regresi.

3) Uji F (Pengaruh secara Simultan)

Dalam analisa yang dipengaruhi faktor eksternal serta internal secara simultan berkaitan dengan keputusan siswa, maka dilakukan uji F. Adapun nilai F pada Tabel 4.7 diketahui sebesar 67,351 dan sig. Sebesar 0,000. Dengan

demikian nilai sig. $< \alpha$ 0,05, sehingga hipotesis diterima. Sehingga terdapat pengaruh eksternal serta internal dalam pengambilan keputusan siswa dalam melakukan pemilihan jurusan di SMK.

4) Uji T (Pengaruh secara Parsial)

Dalam proses analisa mengenai faktor eksternal serta internal yang mempengaruhi parsial maupun individual keputusan siswa, maka uji variabel T ini bebas. Didasarkan terhadap tabel diatas diperoleh informasi bahwa faktor internal sebesar 7,335 dan sig. sebesar 0,000. Selain itu, informasi yang tercantum yaitu faktor eksternal sebesar 2,231 dan sig. sebesar 0,000. Dengan demikian nilai sig. $< \alpha$ 0,05, sehingga hipotesis diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor eksternal dan internal memiliki peran yang mempengaruhi keputusan siswa secara parsial dalam pemilihan jurusan di SMK.

2. Pembahasan

Melalui hasil penelitian tersebut ditunjukkan bahwa faktor eksternal dan internal memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan siswa yang digambarkan dalam model regresi: $Y = -3,261 + 0,302 X_1 + 0,037 X_2 + e$. Berdasarkan model tersebut, maka dapat dibahas interpretasinya bahwa jika nilai variabel faktor internal (X_1) dan faktor eksternal (X_2) adalah 0 atau tidak ada, maka nilai variabel Keputusan Siswa (Y) sebesar nilai konstanta yaitu -3261. Hal ini menunjukkan bahwa di luar variabel bebas baik faktor internal maupun eksternal memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel keputusan siswa, sehingga jika faktor internal dan eksternal tidak ada, maka keputusan siswa cenderung bernilai negatif atau tidak mungkin untuk dilakukan.

Setiap kenaikan variabel faktor internal (X_1) akan meningkatkan variabel keputusan siswa (Y) sebesar 0,302 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap. Sedangkan untuk setiap kenaikan variabel faktor eksternal (X_2) akan meningkatkan variabel keputusan siswa (Y) sebesar 0,037 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

Hal ini berarti bahwa nilai pengaruh yang diberikan oleh variabel faktor internal lebih besar daripada faktor eksternal. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor internal memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan siswa.

Faktor internal terbukti lebih dominan karena di dalamnya mencakup pengetahuan, motivasi, persepsi, dan sikap siswa SMK Negeri Sekar. Sumarwan (2011:93) menyatakan bahwa pengetahuan sehingga mengakibatkan perubahan perilaku pada seorang individu. Sedangkan menurut Schiffman & Kanuk, (2010:63) motivasi diartikan sebagai faktor internal dalam individu motivasi merupakan kekuatan dari dalam individu yang mendorong untuk bereaksi. Setiadi (2010:47) mengatakan bahwa persepsi seseorang terhadap suatu objek akan mempengaruhi keputusan tindakan yang akan dilakukannya. Sumarwan (2011:136) menyatakan bahwa sikap konsumen harus terkait dengan objek dan objek tersebut bisa terkait dengan berbagai konsep konsumsi dan pemasaran seperti produk, merek, iklan, harga, kemasan, penggunaan, media, dan lain-lain.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dipahami bahwa keputusan siswa SMK Negeri Sekar dalam memutuskan untuk memiliki jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran lebih didasarkan pada pengetahuan, motivasi, persepsi dan sikapnya terhadap jurusan tersebut. jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran memiliki keunggulan dimana lulusan lebih fleksibel untuk memasuki berbagai bidang pekerjaan. Selain itu, jurusan ini dianggap siswa tidak memiliki materi pelajaran yang berat.

Sedangkan faktor eksternal memiliki pengaruh yang cukup berarti, namun tidak terlalu besar. Beberapa faktor eksternal yang cukup berperan dalam pengambilan keputusan adalah keluarga dan citra lembaga. Menurut Kottler dan Keller (2016:207).

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dipahami bahwa faktor keluarga sangat berperan dalam pemilihan Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran oleh siswa di SMK Negeri Sekar Kabupaten Bojonegoro. Keluarga memberikan arahan pada siswa tentang prospek dunia kerja yang linier dengan jurusan tersebut. Keluarga juga menjamin untuk memberikan dukungan

finansial dan instrumental pada siswa jika memilih jurusan tersebut. Sedangkan citra lembaga SMK Negeri Sekar Kabupaten Bojonegoro juga sangat menentukan keputusan siswa untuk memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, karena selama ini anggapan masyarakat adalah sekolah tersebut terkenal bagus kualitasnya untuk jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.

KESIMPULAN

Melalui hasil penelitian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh faktor internal dan eksternal secara simultan terhadap keputusan siswa dalam memilih Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran di SMK Negeri Sekar Kabupaten Bojonegoro. Hal ini dibuktikan dari nilai F sebesar 67,351 dan sig. sebesar 0,000, sehingga sig. $< \alpha$ 0,05, maka hipotesis diterima.
2. Terdapat pengaruh faktor internal dan eksternal secara parsial terhadap keputusan siswa dalam memilih Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran di SMK Negeri Sekar Kabupaten Bojonegoro. Hal ini dibuktikan dari nilai T untuk variabel faktor internal sebesar 7,335 dan sig. sebesar 0,000 serta nilai T untuk variabel faktor eksternal sebesar 2,231 dan sig. sebesar 0,000, sehingga nilai sig. $< \alpha$ 0,05, maka hipotesis diterima.
3. Faktor internal mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan siswa dalam memilih Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran di SMK Negeri Sekar Kabupaten Bojonegoro. Hal ini dibuktikan dari nilai koefisien regresi untuk faktor internal sebesar 0,302, lebih besar daripada koefisien regresi untuk faktor eksternal yang hanya sebesar 0,037.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Manajemen Pemasaran. Alih bahasa: Bob Sabran.ed.12. Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Keller, K.,L. 2016. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2, edisi kedua belas*. Jakarta: Indeks
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa. Alih bahasa oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera. Jilid 1*. Jakarta. Erlangga
- Mowen, J.C. 2012. *Consumer Behavior*. Newyork: Macmillan Publishing Company.
- Prasetijo, Ristiayanti dan Ihalauw, John J.O.I. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cv
- Schiffman and Kanuk, Leislle Lazar.2010. *Perilaku Konsumen. Zulkifli Kasip (alih bahasa) Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indexs
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen, Cetakan keempat, Edisi revisi*. Jakarta: Kencana.
- Sumarwan, Ujang, 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.