

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Instansi

SMK Insan Nur Muhammad merupakan salah satu sekolah swasta yang berada di kecamatan Tenjolaya. Didirikan pada tahun 2011 di bawah naungan Yayasan Al Insan Nur Muhammad. Dengan berfokus pada jurusan Akuntansi Keuangan Lembaga (AKL) dan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP). Di bawah ini adalah visi dan misi SMK Insan Nur Muhammad.

- Visi:
 1. Mewujudkan SMK Insan Nur Muhammad sebagai sekolah yang unggul dalam mencetak dan membina insan bangsa yang berakhlak mulia, cerdas, professional dan kompetitif.
 2. Mampu berwirausaha dan berkarya serta bekerja di DU/DI dan dapat bersaing di era global.
- Misi
 1. Menyiapkan siswa dan lulusan yang mampu menerapkan tata tertib disiplin dan berkepribadian yang baik dalam proses penyelenggaraan pendidikan sekaligus menjadikan sekolah sebagai tempat perubahan.
 2. Melaksanakan program pendidikan sistem ganda dan tata azas mendidik siswa untuk mengikuti dan menerima perkembangan IPTEK.
 3. Melaksanakan pembelajaran yang berwawasan keunggulan untuk menghasilkan tamatan yang bertakwa, mempunyai kemampuan untuk kerja yang dapat digunakan untuk meningkatkan kehidupannya.

Selama proses penelitian ini penulis diharuskan untuk menentukan siapa saja yang akan dijadikan responden serta di mana lokasi pengambilan data dilakukan. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penelitian dan bisa menggambarkan kondisi yang sebenarnya.

Responden dalam penelitian ini adalah peserta didik SMK Insan Nur Muhammad tahun ajaran 2022/2023 hingga 2024/2025. Total populasi peserta didik dalam penelitian ini adalah 166 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan teknik insidental sampling, yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Dari populasi tersebut, penulis mengambil 70 peserta didik sebagai responden. Responden dipilih dengan kriteria sebagai berikut.

1. Peserta didik SMK Insan Nur Muhammad.
2. Yang melakukan pendaftaran pada tahun 2022-2024.

Adapun pengumpulan datanya dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang di dalamnya terdapat sejumlah pernyataan berdasarkan indikator promosi dan keputusan memilih, menggunakan skala Likert.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan SMK Insan Nur Muhammad yang beralamat di jalan Raden Abdul Fatah, Desa Tapos 1, Kecamatan Tenjolaya, Kabupaten Bogor.

4.1.2. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini mengkaji dua variabel utama, yaitu promosi sebagai variabel independen (X) dan keputusan memilih sebagai variabel dependen (Y). Promosi dalam penelitian ini diukur melalui 4 indikator yang mencerminkan persepsi peserta didik terhadap pesan promosi, media promosi, waktu promosi, dan frekuensi promosi. Indikator ini mengacu pada teori dari Kotler dan Keller.

Kemudian, keputusan memilih diukur melalui lima indikator, yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Indikator ini mengacu pada teori dari Dessler, yang menggambarkan bagaimana caranya calon peserta didik baru membuat keputusan berdasarkan berbagai pertimbangan.

Fenomena di lapangan yang mendasari penelitian ini adalah menarik minat calon peserta didik baru untuk memilih SMK Insan Nur Muhammad sebagai

sekolah lanjutannya dari jenjang SMP/ sederajat. Karena jika dilihat dari data pendaftar dalam kurun waktu 3 tahun ke belakang jumlah pendaftar di setiap tahun ajaran barunya tidak memenuhi target.

Dalam penelitian ini, karakteristik respondennya yaitu berdasarkan demografi, yaitu jenis kelamin, kelas, dan jurusan. Berikut ini adalah tabel karakteristik responden secara lengkap termasuk persentasenya. Diharapkan dapat diketahui keterkaitan antara jawaban responden atas pernyataan yang disampaikan dengan perilaku responden.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden

KARAKTERISTIK	KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
Jenis Kelamin	Laki-laki	32	45,7%
	Perempuan	38	54,3%
Jumlah		70	100%
Kelas	X (Sepuluh)	38	54,3%
	XI (Sebelas)	32	45,7%
	XII (Dua Belas)	0	0%
Jumlah		70	100%
Jurusan	Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP)	31	44,3%
	Administrasi Keuangan Lembaga (AKL)	39	55,7%
Jumlah		70	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data diolah)

Tabel di atas menyatakan bahwa apabila dilihat dari jenis kelamin, persentase peserta didik SMK Insan Nur Muhammad menampilkan hasil, yaitu 45,7% laki-laki dan 54,3% perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa di SMK Insan Nur Muhammad jumlah peserta didik laki-laki dan perempuan memiliki selisih

yang tipis, yaitu lebih banyak perempuan.

Adapun jika dilihat dari kelasnya, peserta didik SMK Insan Nur Muhammad untuk kelas X (sepuluh) yaitu sebesar 54,3%. Sedangkan, kelas XI (sebelas) yaitu 45,7%. Dan 0% untuk kelas XII (dua belas). Menunjukkan bahwa kelas X (sepuluh) dan XI (sebelas) turut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini, berbeda halnya dengan kelas XII (dua belas). Hal ini dikarenakan kelas XII (dua belas) yang telah menjalani kelulusan atau telah berakhirnya kegiatan belajar dan mengajar (KBM) di sekolah.

Selanjutnya, apabila dilihat dari jurusanannya, SMK Insan Nur Muhammad yang memiliki dua program kejuruan yaitu Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP) dan Akuntansi Keuangan Lembaga (AKL). Di mana sebesar 44,3% untuk jurusan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP) dan 55,7% untuk jurusan Akuntansi Keuangan Lembaga (AKL). Dengan kata lain jurusan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP) lebih tinggi peminatnya dibandingkan jurusan Akuntansi Keuangan Lembaga (AKL).

4.1.3. Tanggapan Responden

Tanggapan responden merupakan jawaban dari setiap pernyataan yang disajikan mengenai topik yang diteliti berdasarkan apa yang ada dalam benak dan pikiran responden. Dalam sebuah penelitian, tanggapan responden dalam suatu penelitian sangatlah penting, karena akan menjadi data yang diolah untuk kemudian dibuktikan seberapa besar pengaruh antarvariabel. Sehingga, proses pengumpulan data, khususnya melalui kuesioner perlu diperhatikan keabsahannya secara mendalam. Dalam kuesioner, setiap pernyataan harus mudah dipahami dan sesuai dengan indikator yang digunakan dalam penelitiannya. Hal ini bertujuan agar data yang terkumpul dapat mewakili persepsi yang signifikan bagi setiap responden. Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 70 orang responden peserta didik SMK Insan Nur Muhammad, berikut adalah tabel deskripsi tanggapan responden terkait masing-masing variabel yang diteliti.

1. Promosi (X)

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini penulis sajikan tanggapan

responden mengenai *item* pernyataan Variabel Promosi.

Tabel 4.2. Tanggapan Responden atas Variabel Promosi

NO	INDIKATOR	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR $[n = f \times n]$
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Pesan promosi sekolah memberikan informasi yang jelas	0	0%	9	11%	19	24%	27	34%	15	19%	258	3,23
2	Pesan promosi memberikan cukup waktu untuk mengambil keputusan	2	3%	10	13%	21	26%	30	38%	7	9%	240	3,00
3	Saya mengetahui SMK INM dari sekolah sebelumnya	4	5%	15	19%	27	34%	18	23%	6	8%	217	2,71
4	Media promosi yang digunakan efektif	3	4%	15	19%	22	28%	25	31%	5	6%	224	2,80
5	Promosi SMK INM dilakukan ketika saya mencari informasi sekolah	3	4%	5	6%	25	31%	21	26%	16	20%	252	3,15
6	SMK INM melakukan promosi pada waktu yang cukup panjang	1	1%	11	14%	23	29%	24	30%	11	14%	243	3,04
7	Promosi SMK INM dilakukan secara konsisten dan teratur	8	10%	14	18%	21	26%	20	25%	7	9%	214	2,68
8	Promosi yang konsisten membantu saya menyadari keberadaan SMK INM	4	5%	10	13%	52	65%	23	29%	5	6%	297	3,71
RATA-RATA		3	4%	11	14%	26	33%	24	29%	9	11%	243	3,04

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel promosi mulai dari item pernyataan pertama hingga item pernyataan terakhir dari masing-masing indikator, di antaranya yaitu Pesan Promosi, Media Promosi, Waktu Promosi, dan Frekuensi Promosi.

Pada pernyataan pertama yaitu pesan promosi SMK Insan Nur Muhammad memberikan informasi yang jelas, terdapat 0% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 11% responden yang menjawab tidak setuju, 24% responden yang menjawab netral, 34% responden menjawab setuju, dan 19% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.23 (netral). Berdasarkan persentasenya, jawaban setuju paling banyak diisi oleh responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan pertama pada variabel promosi, yaitu pesan promosi SMK

Insan Nur Muhammad memberikan informasi yang jelas.

Pada pernyataan kedua yaitu pesan promosi memberikan cukup informasi untuk mengambil keputusan terdapat 3% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 13% responden yang menjawab tidak setuju, sebanyak 26% responden yang menjawab netral, 38% menjawab setuju, dan 9% yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.00 (netral). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pesan promosi memberikan cukup informasi untuk mengambil keputusan.

Pada pernyataan ketiga yaitu saya mengetahui SMK Insan Nur Muhammad dari sekolah sebelumnya, terdapat sebanyak 5% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 19% responden yang menjawab tidak setuju, 34% responden menjawab netral, sebanyak 23% responden menjawab setuju, dan 8% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 2.71 (netral). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan ketiga pada variabel promosi, yaitu saya mengetahui SMK Insan Nur Muhammad dari sekolah sebelumnya.

Pada pernyataan keempat yaitu media promosi yang digunakan efektif, terdapat 4% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 19% responden menjawab tidak setuju, 28% responden yang menjawab ragu-ragu, sebanyak 31% menjawab setuju, dan 6% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 2.80 (netral). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap media promosi yang digunakan efektif.

Pada pernyataan kelima yaitu promosi SMK Insan Nur Muhammad dilakukan ketika saya mencari informasi sekolah, terdapat 4% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 6% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 31% responden yang menjawab netral, 26% menjawab setuju, dan 20% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.15 (netral). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan kelima pada variabel promosi, yaitu promosi SMK Insan Nur Muhammad dilakukan ketika saya mencari informasi sekolah.

Pada pernyataan keenam yaitu SMK Insan Nur Muhammad melakukan promosi pada waktu yang cukup panjang, terdapat 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 14% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 29% responden menjawab ragu-ragu, kemudian 30% menjawab setuju, dan 14% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.04 (netral). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap SMK Insan Nur Muhammad melakukan promosi pada waktu yang cukup panjang.

Pada pernyataan ketujuh yaitu promosi SMK Insan Nur Muhammad dilakukan secara konsisten dan teratur, terdapat 10% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 18% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 26% responden menjawab netral, 25% menjawab setuju, dan terdapat 9% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 2.68 (netral). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral dengan pernyataan ketujuh pada variabel promosi, yaitu promosi SMK Insan Nur Muhammad dilakukan secara konsisten dan teratur.

Pada pernyataan kedelapan yaitu promosi yang konsisten membantu saya menyadari keberadaan SMK Insan Nur Muhammad, terdapat 5% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 13% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 65% responden menjawab ragu-ragu, 29% menjawab setuju, dan terdapat 6% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,71 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju untuk pernyataan promosi yang konsisten membantu saya menyadari keberadaan SMK Insan Nur Muhammad.

Setelah dilihat dan dianalisis secara keseluruhan, pada variabel promosi diperoleh 4% responden yang menjawab sangat tidak setuju, kemudian terdapat sebanyak 14% responden yang menjawab tidak setuju, lalu sebanyak 33% responden menjawab netral, 29% responden menjawab setuju, dan sebanyak 11% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.04 (setuju). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap semua pernyataan pada variabel promosi. Berdasarkan hasil analisis juga dapat dikatakan bahwa SMK Insan Nur Muhammad telah memenuhi

seluruh indikator promosi dalam menarik minat calon peserta didik baru.

2. Keputusan Memilih (Y)

Berikut adalah tanggapan responden mengenai *item* pernyataan Variabel Keputusan Memilih berdasarkan hasil penelitian.

Tabel 4.3. Tanggapan Responden atas Variabel Keputusan Memilih

NO	INDIKATOR	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [$n = f(Y/n)$]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Saya memilih SMK INM berdasarkan program pendidikan	4	5%	9	11%	24	30%	26	33%	7	9%	233	2,91
2	Kualitas pengajaran menjadi faktor utama pemilihan saya	4	5%	16	20%	27	34%	15	19%	8	10%	217	2,71
3	Nama baik dan reputasi menjadi pertimbangan utama	4	5%	5	6%	32	40%	21	26%	8	10%	234	2,93
4	Saya memilih SMK INM karena memiliki reputasi kuat	3	4%	11	14%	28	35%	21	26%	7	9%	228	2,85
5	Rekomendasi teman dan keluarga berpengaruh terhadap keputusan saya	2	3%	9	11%	21	26%	27	34%	11	14%	246	3,08
6	Saya lebih nyaman memilih sekolah berdasarkan saran penyalur	4	5%	12	15%	19	24%	27	34%	8	10%	233	2,91
7	SMK INM menyediakan waktu pendaftaran fleksibel	2	3%	6	8%	21	26%	30	38%	11	14%	252	3,15
8	Saya dapat melakukan pendaftaran dengan tidak terburu-buru	4	5%	5	6%	21	26%	28	35%	12	15%	249	3,11
9	Jumlah biaya pendidikan sebanding dengan fasilitas dan kualitas	5	6%	6	8%	25	31%	19	24%	15	19%	243	3,04
10	Saya merasa biaya pendidikan SMK INM lebih terjangkau	1	1%	8	10%	15	19%	14	18%	32	40%	278	3,48
RATA-RATA		3	4%	9	11%	23	29%	23	29%	12	15%	241	3,02

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel keputusan memilih mulai dari item pernyataan pertama hingga item pernyataan terakhir dari masing-masing indikator, diantaranya yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Pada pernyataan pertama yaitu saya memilih SMK INM berdasarkan

program pendidikan, terdapat sebanyak 5% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 11% responden menjawab tidak setuju, 30% responden menjawab netral, 33% menjawab setuju, dan 9% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 2.91 (netral). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan pertama pada variabel keputusan memilih, yaitu saya memilih SMK INM berdasarkan program pendidikan.

Pada pernyataan kedua yaitu kualitas pengajaran menjadi faktor utama pemilihan saya, terdapat 5% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 20% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 34% responden menjawab netral, 19% yang menjawab setuju, dan terdapat 10% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 2.71 (netral). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan kedua pada variabel keputusan pembelian, yaitu kualitas pengajaran menjadi faktor utama pemilihan saya.

Pada pernyataan ketiga yaitu nama baik dan reputasi menjadi pertimbangan utama, terdapat 5% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 6% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 40% responden yang menjawab netral, terdapat 26% responden menjawab setuju, dan 10% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 2.93 (netral). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan ketiga pada variabel keputusan memilih, yaitu nama baik dan reputasi menjadi pertimbangan utama.

Pada pernyataan keempat yaitu saya memilih SMK Insan Nur Muhammad karena memiliki reputasi kuat, terdapat 4% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 14% responden menjawab tidak setuju, terdapat sebanyak 35% responden menjawab netral, sebanyak 26% responden yang menjawab setuju, dan 9% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 2.85 (netral). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan keempat pada variabel keputusan memilih, yaitu saya memilih SMK Insan Nur Muhammad karena memiliki reputasi kuat.

Pada pernyataan kelima yaitu rekomendasi teman dan keluarga berpengaruh terhadap keputusan saya, terdapat 3% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 11% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 26% responden menjawab netral, 34% responden yang menjawab setuju, dan 14% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.08 (netral). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan kelima pada variabel keputusan memilih, yaitu rekomendasi teman dan keluarga berpengaruh terhadap keputusan saya.

Pada pernyataan keenam yaitu Saya lebih nyaman memilih sekolah berdasarkan saran penyalur, terdapat sebanyak 5% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 15% responden menjawab tidak setuju, 24% responden menjawab netral, 34% responden yang menjawab setuju, dan terdapat 10% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 2.91 (netral). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan kelima pada variabel keputusan memilih, yaitu Saya lebih nyaman memilih sekolah berdasarkan saran penyalur.

Pada pernyataan ketujuh yaitu SMK Insan Nur Muhammad menyediakan waktu pendaftaran fleksibel, terdapat 3% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 8% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 26% responden menjawab netral, terdapat sebanyak 38% responden yang menjawab setuju, dan 14% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.15 (netral). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan ketujuh pada variabel keputusan memilih, yaitu SMK Insan Nur Muhammad menyediakan waktu pendaftaran fleksibel.

Pada pernyataan kedelapan yaitu saya dapat melakukan pendaftaran dengan tidak terburu-buru, terdapat 5% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 6% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 26% responden menjawab netral, sebanyak 35% responden yang menjawab setuju, dan 15% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.11 (netral). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan netral terhadap pernyataan kedelapan pada variabel keputusan memilih, yaitu saya dapat

melakukan pendaftaran dengan tidak terburu-buru.

Pada pernyataan kesembilan yaitu jumlah biaya pendidikan sebanding dengan fasilitas dan kualitas, terdapat 6% responden yang menjawab sangat tidak setuju, 8% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 31% responden menjawab netral, terdapat 24% responden yang menjawab setuju, dan 19% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.48 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kesembilan pada variabel keputusan memilih, yaitu jumlah biaya pendidikan sebanding dengan fasilitas dan kualitas.

Pada pernyataan kesepuluh yaitu Saya merasa biaya pendidikan SMK Insan Nur Muhammad lebih terjangkau, terdapat 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, lalu 11% responden menjawab tidak setuju, sebanyak 21% responden menjawab netral, terdapat 20% responden yang menjawab setuju, dan 46% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.97 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kesepuluh pada variabel keputusan memilih, yaitu Saya merasa biaya pendidikan SMK Insan Nur Muhammad lebih terjangkau.

Setelah dilihat dan dianalisis secara keseluruhan, pada variabel keputusan memilih diperoleh sebanyak 4% responden yang menjawab sangat tidak setuju, kemudian terdapat sebanyak 11% responden yang menjawab tidak setuju, sebanyak 29% responden menjawab netral, lalu sebanyak 29% responden menjawab setuju, dan terdapat 15% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.02 (setuju). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap seluruh pernyataan pada variabel keputusan memilih. Berdasarkan hasil analisis juga dapat dikatakan bahwa SMK Insan Nur Muhammad telah memenuhi seluruh indikator keputusan memilih.

4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data

Ketika seluruh jawaban dari responden sudah didapatkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data. Pengujian ini bertujuan untuk

memastikan keakuratan, kelengkapan, konsistensi, dan ketepatan waktu data secara keseluruhan, sehingga sesuai dengan tujuan penggunaannya. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Berikut adalah hasil uji kualitas data yang berupa uji validitas dan uji reliabilitas untuk *item* pernyataan yang sudah dinyatakan valid dan reliabel.

1. Hasil Uji Validitas

Ghozali dalam Sujarweni (2022) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Selanjutnya, Sujarweni (2022) menjelaskan suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada *output Cronbach Alpha*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel).

Rizkia, dkk (2023) menjelaskan kembali bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan angket dalam mengumpulkan data. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

1. Jika nilai r hitung > nilai r tabel (0.196) pada nilai signifikansi 5%, maka item angket dinyatakan valid.

Jika nilai r hitung < nilai r tabel (0.196) pada nilai signifikansi 5%, maka item angket dinyatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini, jumlah respondennya yaitu sebanyak 70 orang, maka nilai r tabel-nya pada pengujian dua arah pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$) adalah 0.2352. Hasil uji validitas data dapat dilihat melalui tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

NO	PERNYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Pesan promosi SMK Insan Nur Muhammad memberikan informasi yang jelas	0.660	Valid	Nilai rhitung > 0.235

2	Pesan promosi memberikan cukup waktu untuk mengambil keputusan	0.586	Valid	Nilai rhitung > 0.235
3	Saya mengetahui SMK Insan Nur Muhammad dari sekolah sebelumnya	0.421	Valid	Nilai rhitung > 0.235
4	Media promosi yang digunakan efektif	0.640	Valid	Nilai rhitung > 0.235
5	Promosi SMK Insan Nur Muhammad dilakukan ketika saya mencari informasi sekolah	0.428	Valid	Nilai rhitung > 0.235
6	SMK Insan Nur Muhammad melakukan promosi pada waktu yang cukup panjang	0.549	Valid	Nilai rhitung > 0.235
7	Promosi SMK Insan Nur Muhammmad dilakukan secara konsisten dan teratur	0.388	Valid	Nilai rhitung > 0.235
8	Promosi yang konsisten membantu saya menyadari keberadaan SMK INM	0.573	Valid	Nilai rhitung > 0.235

Sumber: Hasil penelitian, 2025 (data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang ditampilkan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS (terlampir) untuk masing-masing pernyataan lebih besar dari 0.235, sehingga dapat dibuktikan bahwa semua item pernyataan pada variabel promosi tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih

NO	PERNYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Saya memilih SMK INM berdasarkan program pendidikan	0.616	Valid	Nilai rhitung > 0.235
2	Kualitas pengajaran menjadi faktor utama pemiihan saya	0.484	Valid	Nilai rhitung > 0.235

3	Nama baik dan reputasi menjadi pertimbangan utama	0.442	Valid	Nilai rhitung > 0.235
4	Saya memilih SMK INM karena memiliki reputasi kuat	0.462	Valid	Nilai rhitung > 0.235
5	Rekomendasi teman dan keluarga berpengaruh terhadap keputusan saya	0.435	Valid	Nilai rhitung > 0.235
6	Saya lebih nyaman memilih sekolah berdasarkan saran penyalur	0.381	Valid	Nilai rhitung > 0.235
7	SMK INM menyediakan waktu pendaftaran fleksibel	0.558	Valid	Nilai rhitung > 0.235
8	Saya dapat melakukan pendaftaran dengan tidak terburu-buru	0.480	Valid	Nilai rhitung > 0.235
9	Jumlah biaya pendidikan sebanding dengan fasilitas dan kualitas	0.443	Valid	Nilai rhitung > 0.235
10	Saya merasa biaya pendidikan SMK INM lebih terjangkau	0.645	Valid	Nilai rhitung > 0.235

Sumber: Hasil penelitian, 2025 (data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang ditampilkan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS (terlampir) untuk masing-masing pernyataan lebih besar dari 0.235, di mana angka tersebut didapatkan melalui tabel r dengan derajat kebebasan 68 serta menggunakan taraf signifikansi 5% untuk pengujian dua arah.

Maka dapat dibuktikan bahwa semua *item* pernyataan pada variabel keputusan memilih tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Setelah *item* pertanyaan sudah valid, maka Langkah berikutnya adalah

melakukan uji reliabilitas. Rizkia, dkk (2023) menjelaskan bahwa uji konsistensi internal (reliabilitas) dilakukan dengan menghitung koefisien (cronbach) alpha dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Dengan ketentuan nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$. Rizkia, dkk (2023). Berikut ini disajikan daftar *cronbach alpha* untuk semua variabel penelitian yang ada, baik variabel bebas maupun terikatnya atas dasar perhitungan dengan menggunakan *Statistical Program of Social and Science* (SPSS).

Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas

NO	VARIABEL	<i>Cronbach α</i>	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Promosi	0.809	Reliabel	<i>Cronbach $\alpha > 0.6$</i>
2	Keputusan Memilih	0.814	Reliabel	<i>Cronbach $\alpha > 0.6$</i>

Sumber: Hasil penelitian, 2025 (data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang ditampilkan pada Tabel *Reliability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0.6, yakni untuk variabel promosi sebesar 0.809 serta untuk variabel keputusan memilih sebesar 0.814. Yang mengartikan bahwa instrumen penelitian ini andal (reliabel) dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

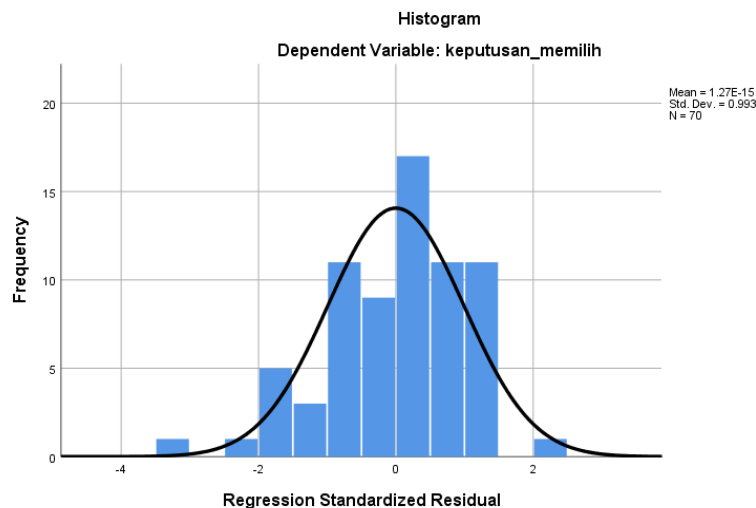
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah tahap pengujian yang dilakukan setelah semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam tahap uji berikutnya. Uji asumsi klasik ini dilakukan sebelum menganalisis lebih lanjut mengenai data yang telah diperoleh sebelumnya. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang dilakukan terdiri dari: (1) uji normalitas dan (2) uji heteroskedastisitas.

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan agar suatu data diketahui apakah berdistribusi normal atau tidak. Sangat penting untuk melakukan uji ini karena semua perhitungan statistik parametrik memiliki asumsi normalitas sebaran. Oleh sebab itu, perlu dilakukan analisis mengenai data penelitian yang diteliti apakah

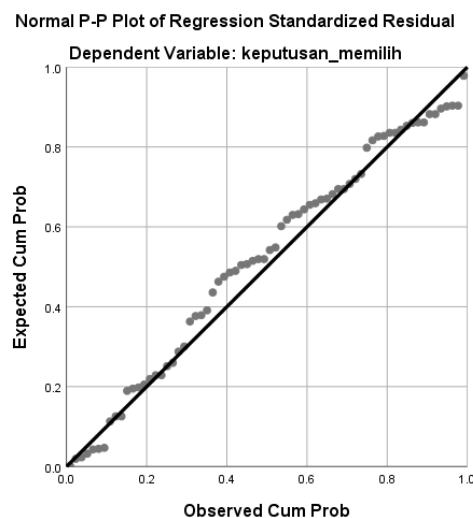
berasal dari populasi yang sebarannya normal atau tidak. Adapun dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan melalui pendekatan histogram yang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Grafik histogram di atas menunjukkan bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditampilkan oleh garis melengkung yang membentuk lonceng, serta membentuk histogram yang tidak miring ke kanan maupun ke kiri. Lalu, titik nol yang sejajar dengan puncak kurva dan banyaknya angka di sebelah nol yang sama banyak.



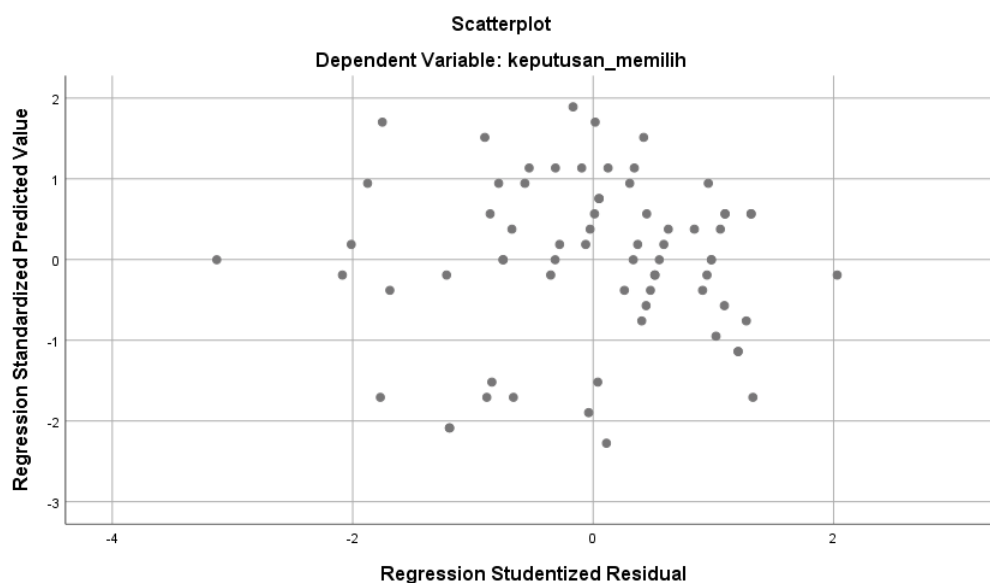
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas (Grafik P-P Plot)

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Pada grafik P-P Plot tersebut dapat dilihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh data-data pada P-P Plot yang hampir mendekati atau mengikuti garis diagonal. Dengan begitu, model regresi layak digunakan untuk menganalisis keputusan memilih yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dalam analisis regresi linear sederhana, salah satu dari uji asumsi klasik yang perlu dilakukan adalah uji heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada ketimpangan varian residual dari pengamatan satu dengan pengamatan lainnya.



Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik
Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (data diolah)

Dapat dikatakan homoskedastisitas apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Akan tetapi, jika dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Jika asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Hipotesis dalam uji heteroskedastisitas yaitu: H_0 = tidak

terdapat heteroskedastisitas, H_1 = terdapat heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas sendiri dapat dilakukan melalui pendekatan grafik.

Jika dilihat pada grafik Scatterplot di atas yang menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu, artinya tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu X dan Y. Hal ini membuktikan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan memilih berdasarkan masukan variabel bebasnya.

4.1.6. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah tahapan terakhir yang dilakukan setelah semua data dinyatakan layak. Uji hipotesis ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini antara lain persamaan regresi, koefisien determinasi (R^2), dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), didapatkan tabel *Coefficients* seperti terlihat pada tabel berikut ini. Dari tabel tersebut dapat diambil beberapa kesimpulan, salah satunya yaitu persamaan regresi linear sederhana.

Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.071	2.919		4.136	.000
Promosi	.829	.106	.688	7.817	.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (data diolah)

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat dihasilkan persamaan regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut.

$$Y = 12.071 + 0.829X$$

Yang berarti bahwa:

- a. Konstanta sebesar 12.071 yang berarti jika variabel promosi dianggap nol maka variabel keputusan memilih sebesar 12.071.
- b. Koefisien regresi variabel promosi diperoleh nilai sebesar 0.829 yang berarti jika variabel promosi mengalami kenaikan sebesar 0.829 maka keputusan memilih juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.829.

2. Koefisien Determinasi

Setelah variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap keputusan memilih SMK Insan Nur Muhammad, maka untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen keputusan memilih dapat dilihat pada Tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan pengolahan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), sebagaimana tertera pada tabel berikut ini.

Tabel 4.8. Koefisien Determinasi R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.473	.466	4.65148

- a. Predicators : (constant), X (Promosi)
- b. Dependent Variable: Y (Keputusan Memilih)

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0.466 atau 46,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen berupa Promosi berpengaruh sebesar 46,6% terhadap Keputusan Memilih SMK Insan Nur Muhammad, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 53,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir, perlu dilakukan Uji t atau yang lebih dikenal sebagai Uji Parsial. Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau sendiri-sendiri. Dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Memilih SMK Insan Nur Muhammad.

Adapun Hasil Uji t penelitian ini disajikan pada Tabel 4.7 *Coefficients* di atas yaitu dengan melihat nilai t maupun sig-nya. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas (sig) < 0.05 , untuk tingkat signifikansi tertentu maka hasil pengujian adalah menolak H_0 dan menerima H_a pada tingkat signifikansi tersebut. Sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas (sig) > 0.05 , maka hasil pengujiannya adalah menerima H_0 dan menolak H_a pada tingkat signifikansi tersebut. Guna lebih jelasnya dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

Tabel 4.9. Hasil Uji t (Uji Parsial)

VARIABEL	T		Sig.		KESIMPULAN
	thitung	ttabel	Hasil	$\alpha = 5\%$	
Promosi	7.817	1.995	< 0.000	< 0.05	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (data diolah)

Guna menentukan H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima, maka nilai t_{hitung} di atas dapat dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansinya. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi (α) yang digunakan adalah dalam bentuk persen, misalnya sebesar 5% atau 0.05 atau lebih kecil dari nilai tersebut untuk melakukan penolakan hipotesis nol (H_0) Nilai t_{tabel} pada pengujian dua arah pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$), dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar 68 adalah 1.995. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih SMK Insan Nur Muhammad. Sebab t_{hitung} (7.817) $> t_{tabel}$ (1.995) serta nilai signifikansinya di bawah 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4.2. Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian

4.2.1. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian yang melibatkan sebanyak 70 orang responden dengan tujuan memberikan informasi mengenai pengaruh variabel X yaitu Promosi terhadap variabel Y yaitu Keputusan Memilih dengan tanpa memecahnya atas masing-masing unsur dari dimensi promosi itu sendiri dilakukan karena metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis regresi linear sederhana.

Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan, promosi yang dilakukan SMK Insan Nur Muhammad masih perlu dievaluasi karena sampai saat ini masih belum memberikan hasil yang maksimal. Sebab jika tidak dilakukan, maka hal tersebut dapat memengaruhi keputusan memilih. Oleh karena itu, penelitian terkait hal ini perlu dan layak untuk dilakukan agar setidaknya dapat menjawab segala permasalahan yang ada, di antaranya yaitu dengan menggunakan variabel promosi yang meliputi indikator Pesan Promosi, Media Promosi, Waktu Promosi, dan Frekuensi Promosi. Dari variabel independen (promosi) yang digunakan tersebut, terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih SMK Insan Nur Muhammad.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada pada kuesioner dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > 0.235$. Kemudian hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua memiliki koefisien keandalan atau *cronbach alpha* > 0.6 , hal ini menyatakan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini yaitu **$Y = 12.071 + 0.829X$** . Pada upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap dependennya, diperoleh nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0.466 atau 46%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen adalah sebesar 46%, sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini, misalnya kualitas produk, harga, lokasi atau yang lainnya.

Selanjutnya untuk menentukan hipotesis atau mengetahui H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima, maka dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} yang

dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Dimana nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$) adalah 1.995. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa apabila $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$, $H_1: \beta_1 \neq 0$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih SMK Insan Nur Muhammad karena $t_{\text{hitung}} (7.817) > t_{\text{tabel}} (1.995)$, serta nilai signifikansinya di bawah 0.05. Hal ini menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan oleh pihak SMK Insan Nur Muhammad untuk selalu mempertahankan serta meningkatkan metode promosi dengan baik, sebab hal tersebut amatlah berpengaruh terhadap keputusan dari para calon peserta didik baru.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa menurut hasil perhitungan analisis regresi, pada indikator Pesan Promosi mampu mendorong variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik merasa SMK Insan Nur Muhammad telah menyampaikan informasi secara jelas dan dapat dipahami. Dengan informasi yang jelas tersebut mereka merasa terbantu untuk melakukan keputusan memilih.

Adapun menurut hasil perhitungan analisis regresi, indikator Media Promosi dapat mendorong Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih. Hal ini menunjukkan bahwa media promosi yang digunakan SMK Insan Nur Muhammad efektif dalam menyampaikan informasi secara terperinci.

Indikator Waktu Promosi menurut hasil perhitungan analisis regresi juga mampu mendorong Promosi agar berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih. Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu yang digunakan untuk melakukan promosi sangat membantu calon peserta didik baru untuk mencari informasi tentang sekolah lanjutannya. Serta Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dengan waktu yang panjang juga membantu mereka dalam melakukan keputusan memilih dengan tidak terburu-buru.

Indikator Frekuensi Promosi yang berdasarkan perhitungan analisis regresi dapat mendorong Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih. Hal ini tentunya menjadi salah satu faktor penentu keputusan calon peserta didik

baru untuk memilih SMK Insan Nur Muhammad karena dengan frekuensi promosi yang seimbang atau dengan kata lain promosi yang dilakukan tidak terlalu tentunya mereka bisa melakukan pertimbangan secara matang dan menghasilkan keputusan yang pasti.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa empat indikator promosi memiliki peran yang besar terhadap pengaruh calon peserta didik dalam memilih SMK Insan Nur Muhammad sebagai pendidikan lanjutannya. Tentunya hal ini mengartikan bahwa calon peserta didik melakukan penilaian terhadap promosi sekolah. Kemudian melakukan pertimbangan sebelum pada akhirnya memutuskan untuk membuat suatu pilihan.

4.2.2. Interpretasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan memilih SMK Insan Nur Muhammad. Jika dilihat dari hasil pengolahan data menggunakan analisis regresi linear sederhana, persamaan regresi yang diperoleh yaitu $Y = 12.071 + 0.829X$. Sehingga, interpretasi dari persamaan tersebut adalah: jika tidak terdapat promosi (nilai $X = 0$), maka nilai keputusan memilih tetap memiliki nilai dasar sebesar 12.071. Sementara, pada setiap kenaikan satu satuan dalam promosi (X) akan meningkatkan keputusan memilih (Y) sebesar 0.829 satuan. Koefisien regresi positif ini mengartikan bahwa jika penilaian terhadap promosi sekolah yang dilakukan oleh calon peserta didik semakin tinggi, maka peluang calon peserta didik untuk memilih sekolah tersebut akan semakin besar.

Selain itu, hasil perhitungan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0.466 menunjukkan bahwa 46,6% variasi dalam keputusan memilih oleh calon peserta didik dapat dijelaskan oleh promosi, sedangkan sisanya 53,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Variabel lain tersebut dapat berupa pengaruh dari faktor kualitas produk, lokasi, harga, bahkan citra merek.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan salah satu faktor dominan yang memengaruhi keputusan memilih, artinya bukan satu-satunya.

Dalam konteks promosi pendidikan, yaitu SMK Insan Nur Muhammad, promosi merupakan aspek penting yang dapat menarik perhatian, melakukan pertimbangan, dan berakhir dengan keputusan memilih.

Secara keseluruhan, hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih, dan menjadi landasan yang kuat bagi sekolah dalam menyusun strategi promosi yang lebih efektif.