

**PENGARUH *RELATIONSHIP* MANAJEMEN, PROMOSI DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN ORANG TUA MURID PADA
BIMBINGAN BELAJAR ROUDHOH ANDROMEDA
DI JAKARTA BARAT**

TESIS

**Disusun sebagai Syarat Ujian
Mendapatkan Gelar Magister Manajemen Pada Program Pascasarjana Sekolah
Tinggi Ilmu Ekonomi Gici**

Oleh:

**SYLVI PRIHATINI BHAKTI
NIM : 61101022200155**



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
2024**

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL
Tesis Berjudul

**PENGARUH *RELATIONSHIP* MANAJEMEN, PROMOSI DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN ORANG TUA MURID PADA BIMBINGAN
BELAJAR ROUDHOH ANDROMEDA
DI JAKARTA BARAT**

Oleh
Nama : Sylvi Prihatini Bhakti
NIM : 61101022200155
Program Studi : Magister Manajemen

Atas persetujuan dan pengesahan di Depok pada tanggal

Pembimbing I

Ketua Program Studi

Dr. H. Abdul Ghofar, MM. M.P.d

Dr. Christina Ekawati., SE., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici

Prof Dr Abdul Hamid, M.S.

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Proposal Tesis Berjudul

**PENGARUH *RELATIONSHIP* MANAJEMEN, PROMOSI DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN ORANG TUA MURID PADA BIMBINGAN
BELAJAR ROUDHOH ANDROMEDA
DI JAKARTA BARAT**

Oleh

Nama : Sylvi Prihatini Bhakti

NIM : 61101022200155

Program Studi : Magister Manajemen

Sudah Dipertahankan pada Sidang Tim Penguji Tesis, pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 01 Februari 2025

Waktu : 11.40 – 13.30

PIHAK BERSANGKUTAN DINYATAKAN

Tim Penguji Tesis:

Ketua : Dr. Christina Ekawati, SE.MM. ()

Anggota : Dr. Drs. Abdul Ghofar, MM. MPd. ()

Anggota : Dr. Joko Setiawan, SE. MM. ()

Mengetahui,

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Christina Ekawati., SE., MM

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang menandatangani

nama : Sylvi Prihatini Bhakti

NIM : 61101022200155

program studi : magister manajemen

Saya memberi pernyataan bila proposal tesis yang berjudul **“PENGARUH *RELATIONSHIP* MANAJEMEN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN ORANG TUA MURID PADA BIMBINGAN BELAJAR ROUDHOH ANDROMEDA DI JAKARTA BARAT”** sebagai ciptaan asli saya. Saya menjiplak atau mengutip berdasar pada standar etika dan aturan yang berkaitan dengan studi ilmiah. Saya siap memikul tanggung jawab atas pelanggaran etika atau klaim apa pun di masa depan yang dibuat oleh orang lain mengenai pekerjaan saya, insyaallah.

Depok, Juni 2025

Yang membuat pernyataan

Sylvi Prihatini Bhakti
NIM : 61101022200155

**PENGARUH *RELATIONSHIP* MANAJEMEN, PROMOSI DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN ORANG TUA MURID PADA BIMBINGAN
BELAJAR ROUDHOH ANDROMEDA
DI JAKARTA BARAT**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Relationship management*, Promosi, dan Lokasi terhadap keputusan orang tua dalam memilih Bimbingan Belajar Roudhoh Andromeda di Jakarta Barat. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analitis. Populasi penelitian terdiri dari orang tua murid yang terdaftar di lembaga tersebut, dan sampel sebanyak 125 orang tua dipilih dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang mengukur variabel *Relationship management*, Promosi, Lokasi, dan Keputusan Pilihan Orang Tua. Data dianalisis menggunakan perangkat SEM-PLS untuk menguji pengaruh langsung dan simultan antara variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Relationship management*, Promosi, dan Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih lembaga tersebut. Secara khusus, *Relationship management* memberikan pengaruh paling dominan, diikuti oleh Promosi dan Lokasi. Kesimpulannya, Bimbingan Belajar Roudhoh Andromeda disarankan untuk meningkatkan kualitas hubungan dengan orang tua dan siswa, memperkuat promosi, serta memperhatikan faktor lokasi agar lebih mudah diakses. Penelitian ini memberikan wawasan bagi lembaga pendidikan dalam merancang strategi pemasaran dan hubungan yang lebih efektif.

Kata kunci: *Relationship management*, Promosi, Lokasi, Keputusan Pilihan, Orang Tua, Bimbingan Belajar

**THE INFLUENCE OF MANAGEMENT RELATIONSHIPS, PROMOTION, AND
LOCATION ON PARENTAL DECISION-MAKING IN CHOOSING ROUDHOH
ANDROMEDA LEARNING CENTER IN WEST JAKARTA**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Relationship management, Promotion, and Location on parents' decisions in choosing the Roudhoh Andromeda Learning Center in West Jakarta. This research is quantitative, using a descriptive and analytical approach. The population of this study consists of parents of students registered at the center, and a sample of 125 parents was selected using purposive sampling. Data was collected through questionnaires measuring the variables of Relationship management, Promotion, Location, and Parental Decision. The data were analyzed using SEM-PLS software to test the direct and simultaneous effects between variables. The results of the study show that Relationship management, Promotion, and Location significantly affect parents' decisions in choosing the center. Specifically, Relationship management has the most dominant influence, followed by Promotion and Location. In conclusion, it is recommended that Roudhoh Andromeda Learning Center improve the quality of relationships with parents and students, strengthen its promotional activities, and consider location factors to make it more accessible. This study provides valuable insights for educational institutions in designing more effective marketing and relationship strategies.

Keywords: Relationship management, Promotion, Location, Parental Decision, Learning Center

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Penulis menghaturkan rasa syukur atas karunia maupun rahmat yang diberikan Allah Swt. yang mempermudah penulis dalam menyusun penelitian tesis sehingga bisa terselesaikan sesuai dengan harapan.

Proposal penelitian tesis dengan judul “Pengaruh *Relationship* Manajemen, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pilihan Orang Tua Murid Pada Bimbingan Belajar Roudhoh Andromeda Di Jakarta Barat” ini perlu diangkat penulis sebagai respon dari perkembangan perilaku manajemen keuangan pada era yang sangat fluktuatif dan cepat berubah-ubah, termasuk sebagai perwujudan tanggung jawab dan upaya edukasi mengenai literasi keuangan di masyarakat. Penulis mengharapkan supaya temuan dalam studi ini bisa diaplikasikan maupun dikembangkan lebih lanjut dalam masyarakat.

Penyusunan proposal tugas akhir ini ditujukan untuk memperoleh Gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici. Penulis ingin menyampaikan dengan penuh rasa hormat dan penghargaan kepada:

1. Prof Dr Abdul Hamid, Msi selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici.
2. Dr. Christina Ekawati., SE., MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici.
3. Dr. H. Abdul Ghofar, MM. M.P.d selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing dan memberi masukan dalam proses menyusun proposal tesis ini.
4. Dr. Joko Setiawan, SE. MM. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran-saran dalam penyusunan tesis ini.
5. Orang tua yang terus merapalkan doa dan menyemangati maupun memotivasi penulis sepanjang hidup, sejak lahir hingga detik ini.
6. Suami terkasih dan buah hati tercinta yang senantiasa mendoakan, mendukung, memperhatikan, dan menyemangati.
7. Pihak-pihak yang tidak bisa penulis cantumkan; terima kasih atas motivasi dan arahan yang sudah diberikan.
8. Seluruh Dosen, Akademik beserta Administrasi dan Teman-teman Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici yang tidak bisa penulis sebut seluruhnya; saya berterima kasih atas motivasi dan kebersamaan selama ini.

9. Semua orang tua murid Bimbingan Belajar Roudhoh Andromeda yang dengan tulus dan ikhlas membantu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Selaku penyusun, penulis menyadari bila proposal tesis ini belum benar-benar sempurna, baik dalam menyajikan data/informasi atau faktor lain. Atas dasar itulah, penulis bersedia mendapatkan masukan sehingga dapat memperbaiki penelitian di masa depan, secara khusus demi kesempurnaan penyusunan proposal tesis ini

Depok, Desember 2024

Sylvi Prihatini Bhakti

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan Penelitian	10
C. Masalah Penelitian	13
D. Rumusan Masalah.....	15
E. Tujuan Penelitian	16
F. Kegunaan Penelitian	19
G. Signifikansi dan Kebaruan Penelitian	21
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 26
A. Landasan Teori.....	26
1. Teori Perilaku Konsumen	26
2. <i>Relationship</i> manajemen	29
3. Promosi	38
4. Lokasi	44
5. Keputusan Pilihan	46
B. Penelitian-penelitian Yang Relevan	52
C. Kerangka Teori, Hipotesis Penelitian, dan Model Penelitian....	56
1. Kerangka Teori.....	56
2. Hipotesis penelitian.....	61

3. Model Penelitian	61
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	64
B. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	64
1. Pendekatan Penelitian	64
2. Metode Penelitian	65
C. Populasi dan Sampel Penelitian	67
1. Populasi Penelitian.....	67
2. Sampel Penelitian.....	68
3. Teknik <i>Sampling</i>	70
D. Penyusunan Instrumen.....	73
1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	73
2. Pengukuran Variabel.....	77
3. Kalibrasi Uji Coba Instrumen	78
4. Hasil Uji Coba Instrumen	80
E. Teknik Analisis Data	83
1. Deskripsi Statistik	85
2. Analisis Model pada PLS-SEM	85
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	91
A. Profil Responden	91
B. Hasil Penelitian.....	93
1. Analisis Deskriptif Responden	93
2. Analisis Inferensial	105
C. Pembahasan	125
BAB V PENUTUP	137
A. Kesimpulan.....	137
B. Implikasi	139
1. Implikasi Manajerial	139
2. Implikasi Teoritis.....	139

C. Saran	140
1. Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	144
DAFTAR PUSTAKA.....	146
LAMPIRAN.....	151

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Lembaga Bimbingan Belajar (bimbel) di Indonesia dan DKI Jakarta	3
Tabel 1.2 Jumlah Sekolah, Guru, Dan Murid SD (Negeri + Swasta) Di Kecamatan Wilayah Jakarta Barat	3
Tabel 1.3 Kebaruan Penelitian	23
Tabel 2.1 Tabel Penelitian yang Sesuai	54
Tabel 3.1 Tabel Variabel dan Indikator penelitian	76
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	91
Tabel 4.2 Kategori Jawaban Responden	94
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif <i>Relationship management</i>	95
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Promosi.....	97
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Lokasi	100
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Keputusan pilihan orang tua dalam memilih (<i>Y</i>)	103
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	110
Tabel 4.8 Hasil uji <i>Construct Reliability</i>	111
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	111
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait</i> <i>Ratio (HTMT)</i>	112
Tabel 4.11 Hasil Inner <i>VIF Value</i>	115
Tabel 4.12 Hasil <i>R squared (R²)</i>	116
Tabel 4.13 Hasil <i>f-square</i>	117
Tabel 4.14 Hasil Model Fit	118
Tabel 4.15 Hasil Bootstrapping Path Coefficient	119
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis.....	121

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Model perilaku konsumen.....	28
Gambar 2.2	Kerangka konseptual.....	63
Gambar 4.1	Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	110
Gambar 4.2	Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	115