

**Citra, Kualitas Lulusan, Promosi, Biaya Terhadap Minat Belajar Siswa**

Maulana Noor Efendi✉, Muhsin

DOI: 10.15294/eeaj.v8i2.31519

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

**Sejarah Artikel**

Diterima: 20 Maret 2019

Disetujui: 30 April 2019

Dipublikasikan: 31 Juni 2019

**Keywords***Students' interest; the school's image; graduate's quality; promotion, tuition fee***Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra sekolah, kualitas lulusan, promosi, dan biaya pendidikan terhadap minat siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Mejubo Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa jurusan Administrasi Perkantoran yaitu sebanyak 148 siswa dengan teknik penghitungan sampel menggunakan rumus slovin didapat sampel sebanyak 108 siswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling dan penelitian ini bersifat kuantitatif kausalitas. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan  $MN = 11.402 + 0.280 CS + 0.234 KL + 0.224 P + 0.147 BP + e$ . Uji keberartian persamaan regresi dengan uji F, diperoleh  $F_{hitung} = 42,090$  dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Besarnya pengaruh secara simultan atau bersama-sama dari citra sekolah, kualitas lulusan, promosi, dan biaya pendidikan terhadap minat siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran 60,6%. Sedangkan pengaruh secara parsial atau satu persatu untuk citra sekolah sebesar 12,67%, kualitas lulusan sebesar 7,34%, promosi sebesar 5,19%, dan biaya pendidikan sebesar 7,95%.

**Abstract**

*The purpose of this study is to determine the effect of school's image, graduate's quality, promotion, and tuition fees to the students' interest in entering the Administration Department at SMK PGRI 01 Mejubo Kudus. The population in this study is all students of the Department of Administrative Administration as many as 148 students with sample calculation techniques using the formula slovin obtained a sample of 108 students. Sampling technique in this research using random sampling technique and this research is quantitative causality. The results of multiple linear regression analysis obtained equation  $MN = 11.402 + 0.280 CS + 0.234 KL + 0.224 P + 0.147 BP + e$ . Test significance of regression equation premises F test, obtained  $F_{count} = 42,090$  with a significance value of 0.000 which means smaller than 0.05. The amount of influence simultaneously or together from school's image, the quality of graduates, promotion, and tuition fees on the interest of students entering the Department of Administration Office 60.6%. While the influence of partial or one by one for school's image of 12.67%, graduate's quality of 7.34%, promotion of 5.19%, and tuition fees of 7.95%.*

**How to Cite**

Efendi, M.N., & Muhsin. (2019). Citra, Kualitas Lulusan, Promosi, Biaya Terhadap Minat Belajar Siswa. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 834-846.

© 2019 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat Korespondensi:  
Gedung L2 Lantai 1 FE Unnes  
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229  
Email: -

p-ISSN 2252-6544  
e-ISSN 2502-356X

## PENDAHULUAN

Pendidikan bertujuan untuk menciptakan manusia-manusia yang memiliki keunggulan serta keahlian serta menjadi sumber daya manusia yang unggul bagi dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Pendidikan memberikan sumberdaya manusia yang memiliki kualitas baik dan memiliki daya saing yang tinggi dengan bangsa lain, serta dapat menyejahterakan dirinya dan menjadi aset berharga bagi negara. Pendidikan untuk memperkuat kualitas sumber daya manusia yang ada bukan hanya sekedar memberikan pengetahuan keilmuan serta sosial saja yang di butuhkan, namun perlu juga keahlian yang di ajarkan sebagai bekal untuk terjun di masyarakat. Peningkatan kualitas SDM hanya dapat dilakukan dengan proses pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan baik secara formal maupun non formal. Salah satu bentuk pendidikan dan pelatihan formal untuk mengembangkan SDM yaitu melalui Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Pendidikan yang memberikan keahlian khusus akan menjadi suatu bekal yang bermanfaat untuk menghadapi era global (Siswanto, 2015).

Di era globalisasi ini persaingan bukan hanya berasal dari internal saja, di bukanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menandakan bahwa semua negara harus siap bukan hanya dari barang dan jasa saja yang mampu bersaing, juga sumber daya manusianya harus mampu bersaing dengan bangsa lain. Pendidikan keahlian kejuruan menjadi solusi untuk memberikan bekal terhadap sumber daya manusia yang ada untuk di berikan keterampilan dan keahlian khusus serta mampu bersaing dengan bangsa lain. SMK di harapkan mampu mencetak lulusan yang memiliki keterampilan dan keunggulan untuk dapat menjawab persaingan global. Lulusan SMK di harapkan mampu dan siap untuk bermasyarakat serta siap untuk terjun dalam dunia kerja, karena dianggap telah memiliki bekal yang cukup serta keterampilan yang memadai.

Selain kondisi sosial masyarakat yang unik di Kabupaten K udus masih berkembang

paradigma yang menganggap bahwa siswa yang mengikuti pendidikan kejuruan atau pendidikan di SMK di targetkan lulus untuk menjadi tukang yang siap kerja, itu pun lulusan yang harus kerja, sehingga bagi seorang yang ingin melanjutkan pendidikan ke jengang selanjutnya yaitu bangku kuliah akan terasa berat karena bukan arahnya. Sejatinya persepsi tersebut salah karena pendidikan kejuruan bukan hanya di targetkan untuk siap kerja saja namun untuk dapat mengetahui dan memahami apa yang terjadi di lingkungannya. Siswa diperkenalkan dengan masalah baru dan dilatih untuk menyelesaikannya. Siswa mampu mengembangkan kemampuan, mencari alternatif melanjutkan pendidikan atau bekerja. Sehingga tidak menutup kemungkinan untuk siswa SMK dapat melanjutkan jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Hal inilah yang menjadikan citra SMK kurang baik di masyarakat serta mempengaruhi minat belajar.

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010). Siswa yang memiliki minat belajar memiliki rasa keterikatan dengan sesuatu yang diminatinya dan cenderung memberikan perhatian yang lebih besar terhadapnya, serta menghiraukan sesuatu yang lain. Selain itu, siswa juga akan mengikuti kegiatan pembelajaran dengan rasa senang, tanpa ada rasa keterpaksaan. Minat juga diimplementasikan melalui partisipasi aktif dalam suatu kegiatan.

Minat adalah kecenderungan untuk melakukan atau memilih sesuatu yang berasal dari pengalaman dan penerjemahan dari apa yang di lihat, didengar dan dirasakan yang terwujud dalam perasaan senang dan tidak senang dalam bentuk ekspresi perbuatan yang cenderung untuk terus menerus dilakukan baik secara sadar ataupun tidak. Hayurika & Arief (2015: 89) Berpendapat anak yang memiliki minat akan memikirkan hal yang mampu ia lakukan dalam menentukan pendidikan selanjutnya, sehingga anak akan menyiapkan diri untuk mencapai tujuan-tujuannya. Windarto (2013: 106) Mengemukakan faktor dari dalam diri siswa adalah faktor yang me-

menentukan ke mana arah dan tujuan setelah menamatkan diri dari jenjang pendidikan. Di mana yang paling menonjol di sini adalah berupa faktor kemauan yang timbul dari dalam diri seseorang.

Slameto (2010:24) menyimpulkan, "Secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang besar terhadap sesuatu". Peserta didik yang berminat pada suatu mata pelajaran akan sungguh-sungguh dalam pembelajaran anak didik yang berminat terhadap sesuatu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap sesuatu yang diminati itu dan sama sekali tak menghiraukan sesuatu yang lain. Minat timbul dalam diri seseorang untuk memperhatikan, menerima, dan melakukan sesuatu tanpa ada yang menyuruh dan sesuatu itu dinilai penting dan berguna bagi dirinya. Minat sangat mempengaruhi hasil belajar seseorang. Minat yang tinggi dapat menuntun anak untuk belajar lebih baik lagi.

Minat belajar dapat digunakan sebagai indikator langsung terhadap kualitas pendidikan. Pendidikan disebut berkualitas jika ditinjau dari segi output siswa yang menunjukkan minat belajar tinggi. Belajar merupakan kebutuhan bagi setiap individu. Melalui belajar seseorang akan memiliki bekal pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Seseorang juga akan mengalami berbagai perubahan dalam proses belajarnya. Perubahan-perubahan itu dapat diketahui melalui minat belajar individu. Santoso, dkk. (2016:226) menjelaskan citra memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat. Citra yang baik tentu juga akan menciptakan citra yang baik juga pada produk milik toko tersebut, terutama jika nama merek produk memiliki nama yang sama dengan toko. Widhiyarti & Ismiyati (2017:394) menjelaskan peran humas membangun citra sekolah sebagai jembatan sekolah kepada masyarakat selaku konsumen karena dapat menimbulkan daya minat orang tua maupun siswa ketika akan menentukan pilihan mendaftar sekolah. Ningsih & Pramusinto (2017:410) Mengemukakan tujuan SMK membangun citra positif adalah untuk meningkatkan pandangan yang

baik terhadap SMK di masyarakat umum, orang tua dan bahkan perusahaan penerima lulusan SMK. Kualitas SMK yang bermutu dapat meningkatkan citra SMK di masyarakat sebaliknya, citra yang mutunya kurang baik dapat menimbulkan citra yang kurang baik pula di masyarakat. Pada akhirnya citra yang baik dapat menimbulkan daya tarik bagi masyarakat. di duga sebagai variabel yang berpengaruh terhadap minat siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran, anggapan orang tua mengenai pendidikan yang berbasis agama yang dianggap lebih baik di Kudus untuk memberikan penguatan karakter keagamaan membuat citra SMK tersebut kurang baik di masyarakat. Sosial budaya yang ada juga memberikan paradigma masyarakat mengenai pendidikan kejuruan terutama sekolah swasta.

Kualitas lulusan yang baik dan mampu mengambil peran penting di masyarakat menjadikan nilai tambah tersendiri di masyarakat mengenai sekolah tersebut. Rusdianti, dkk (2014:16) lulusan memiliki kompetensi yang tinggi, kemudahan mendapatkan pekerjaan, dan bisa mendapatkan citra sekolah yang memadai merupakan daya tarik yang kuat untuk belajar di sekolah tersebut. Lulusan yang mampu terserap dalam lapangan kerja memberikan dorongan untuk siswa meniru ataupun mengikuti jejaknya untuk belajar dengan sungguh-sungguh di SMK tersebut. Karena dalam sekolah kejuruan yang dilihat adalah bagaimana keterserapan lulusan dalam lapangan pekerjaan.

Siswa dapat memiliki minat belajar yang tinggi diperlukan adanya informasi mengenai sekolah yang juga akan mempengaruhi penilaian siswa terhadap SMK tersebut. Hal ini di pengaruhi adanya aspek afeksi yang melibatkan emosi siswa yang meliputi perasaan suka atau tidak suka, puas atau tidak puas dan sebagainya sehingga hal tersebut akan menentukan perilaku siswa untuk berpartisipasi aktif dalam belajar. Gusdiandika & Sinduwiatmo (2012:30) menyatakan adanya promosi dari sekolah merupakan salah satu sumber informasi yang dapat mempengaruhi keputusan

memilih siswa. Promosi akan memberikan pengetahuan baru mengenai rincian detail sekolah yang diperlihatkan melalui gambar maupun keterangan langsung melalui kegiatan sosialisasi sekolah. Informasi ini akan diproses dengan pengalamannya sendiri ataupun dari keterangan dari orang lain, sehingga akan menentukan penilaian terhadap sekolah tersebut. Santoso (2014:8) Menyatakan dengan adanya promosi akan dapat menggugah dan memberi pengetahuan dan pemahaman sehingga siswa memiliki minat yang lebih untuk belajar di SMK dengan adanya informasi yang didapat dari promosi yang telah dilakukan. Adanya promosi dapat menarik minat calon siswa baru, maka akan merasa suka dan puas terhadap sekolah tersebut sehingga akan dilanjutkan kepada rasa memiliki terhadap sekolah tersebut. Oleh karena itu promosi dijadikan variabel yang di duga berpengaruh terhadap minat belajar siswa.

Selain itu biaya sekolah juga menjadi salah satu variabel yang di anggap berpengaruh terhadap minat belajar siswa. Dilihat dari karakteristik sosial dan ekonomi di Kabupaten Kudus yang rata-rata masyarakatnya adalah masyarakat yang memiliki ekonomi menengah. Tentu saja biaya pendidikan dipertimbangkan karena untuk pembiayaan pendidikan yang dihitung di SMK swasta cenderung lebih tinggi karena kebutuhan operasional sekolah, praktik, peralatan, dan kebutuhan lainnya yang lebih tinggi dibandingkan dengan SMA maupun SMK Negeri di Kabupaten Kudus. Pertimbangan biaya yang di keluarkan tentunya akan mempengaruhi minat belajar siswa, dimana siswa merasa biaya yang besar yang dikeluarkan tiap bulannya tentunya akan mempengaruhi minat dan keaktifan belajar siswa.

**Tabel 1.** Data Siswa yang Keluar

Kelas	Jumlah
X OTKP	1
XI AP	7
XII AP	3
Jumlah	11

Sumber: Data diolah, 2018

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh karena adanya hubungan sebab akibat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa jurusan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Mejobo Kudus. Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *proportionate stratified random*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah variabel citra sekolah (X1) dengan indikator persepsi konsumen terhadap pengenalan produk, persepsi konsumen terhadap kualitas produk, persepsi konsumen terhadap lokasi, persepsi terhadap sarana dan prasarana. Variabel kualitas lulusan (X2) dengan indikator sikap, keterampilan, dan pengetahuan. Variabel promosi (X3) dengan indikator kuantitas promosi, kualitas promosi, dan keefektifitasan promosi. Variabel biaya pendidikan (X4) dengan indikator keterjangkauan, kesesuaian biaya dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian biaya dengan manfaat dan variabel minat belajar (Y) meliputi beberapa indikator yaitu kesenangan, partisipasi, kemauan, dan perhatian. Analisis data butir soal dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan metode analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier beranda, uji hipotesis yaitu menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ), dan koefisien determinasi simultan ( $R^2$ ), kemudian dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas. Sedangkan analisis selanjutnya didukung dengan analisis deskriptif prosetase menggunakan skala pengukuran yang sudah ditentukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS for windows 21 menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara citra

sekolah, kualitas lulusan, promosi dan biaya pendidikan terhadap minat belajar siswa jurusan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus yang memiliki persamaan regresi yaitu  $MN = 11,402 + 0,280 CS + 0,234 KL + 0,224 P + 0,147 BP + e$ . Berdasarkan persamaan tersebut diperoleh nilai konstanta 11,402; koefisien regresi untuk CS sebesar 0,280; koefisien regresi untuk KL sebesar 0,234; koefisien regresi untuk P sebesar 0,280; koefisien regresi untuk BP sebesar 0,147.

Diperoleh nilai koefisien citra sekolah (X1) sebesar 0,280, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan akan menaikkan minat belajar sebesar 0,280 dan variabel lain dianggap konstan. Nilai koefisien kualitas lulusan (X2) sebesar 0,234, hal ini menunjukkan bahwa setiap kualitas lulusan akan menaikkan minat belajar sebesar 0,234 dan variabel lain dianggap konstan. Nilai koefisien promosi (X3) sebesar 0,224, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan promosi akan menaikkan minat belajar sebesar 0,224 dan variabel lain dianggap konstan. Nilai koefisien biaya pendidikan (X4) sebesar 0,147, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya pendidikan akan menaikkan minat belajar sebesar 0,147 dan variabel lain dianggap konstan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif persentase variabel citra sekolah menunjukkan bahwa citra sekolah memiliki nilai indeks sebesar 86,83%. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator persepsi konsumen terhadap pengenalan sekolah paling rendah yaitu sebesar 79,44 yang terletak pada interval 70,01-100 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi siswa terhadap program pengenalan sekolah tergolong dalam kategori baik. Berdasarkan hasil penelitian deskriptif persentase untuk indikator persepsi konsumen terhadap kualitas sekolah diperoleh nilai indeks rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 96,12 yang terletak pada interval 70,01-100 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi tentang kualitas sekolah tergolong kategori sangat baik.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif persentase variabel kualitas lulusan menun-

unjukkan bahwa kualitas lulusan memiliki nilai indeks sebesar 83,49%. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator Sikap paling rendah yaitu sebesar 81,48 yang terletak pada interval 70,01-100 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa lulusan SMK PGRI 1 Mejubo Kudus memiliki sikap yang sangat baik. Berdasarkan hasil penelitian deskriptif persentase untuk indikator pengetahuan dan keterampilan sama-sama diperoleh nilai indeks rata-rata yaitu sebesar 84,5 yang terletak pada interval 70,01-100 dengan kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa alumni SMK PGRI 1 Mejubo Kudus memiliki pengetahuan dan keterampilan dengan kategori sangat baik.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif persentase variabel promosi menunjukkan bahwa promosi memiliki nilai indeks sebesar 79,73%, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator kualitas promosi paling rendah yaitu sebesar 77,68 yang terletak pada interval 70,01-100 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas promosi sekolah tergolong dalam kategori baik. Berdasarkan hasil penelitian deskriptif persentase untuk indikator ke tepat sasaran diperoleh nilai indeks rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 80,86 yang terletak pada interval 70,01-100 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang tepat sasaran SMK PGRI 1 Mejubo Kudus tergolong dalam kategori baik.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif persentase variabel promosi menunjukkan bahwa promosi memiliki nilai indeks sebesar 75,60%, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator keterjangkauan paling rendah yaitu sebesar 50,62 yang terletak pada interval 40,01-70,00 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas promosi sekolah tergolong dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil penelitian deskriptif persentase untuk indikator kesesuaian harga dengan manfaat diperoleh nilai indeks rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 77,099 yang terletak pada interval 70,01-100 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang tepat

asaran SMK PGRI 1 Mejubo Kudus tergolong dalam kategori baik.

Berdasarkan uji hipotesis pada uji simultan (uji F) diperoleh Fhitung sebesar 42,090 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa taraf signifikansi pada uji  $F < 0,05$  yang artinya Fhitung signifikan. Hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  dalam penelitian ini yang berbunyi “ada pengaruh secara simultan antara citra sekolah, kualitas lulusan, promosi terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus”, diterima. Berdasarkan uji hipotesis pada uji partial (uji t) untuk variabel Citra sekolah (X1) diperoleh thitung = 3,870 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa thitung signifikan, maka hipotesis pada  $H_{a2}$  yang berbunyi “Ada pengaruh secara parsial antara citra sekolah terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus”, diterima.

Hasil uji parsial untuk variabel kualitas lulusan (X2) diperoleh thitung = 2,855 dengan signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa thitung signifikan, maka hipotesis pada  $H_{a3}$  yang berbunyi “Ada pengaruh secara parsial antara kualitas lulusan terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus”, diterima. Hasil uji parsial untuk variabel promosi (X3) diperoleh thitung = 2,373 dengan signifikansi  $0,019 > 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa thitung tidak signifikan, maka hipotesis pada  $H_{a4}$  yang berbunyi “Ada pengaruh secara parsial antara promosi terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus”, diterima. Hasil uji parsial untuk variabel promosi (X4) diperoleh thitung = 2,983 dengan signifikansi  $0,004 > 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa thitung tidak signifikan, maka hipotesis pada  $H_{a5}$  yang berbunyi “Ada pengaruh secara parsial antara promosi terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus”, diterima.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi simultan ( $R^2$ ) diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,606. Nilai *Adjusted R Square* dikalikan 100% untuk mengetahui besarnya  $R^2$  yaitu sebesar 60,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh citra sekolah,

kualitas lulusan, promosi, dan promosi terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus sebesar 60,6% dan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan untuk mengetahui besarnya persentase secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi parsial pada kolom parsial. Besarnya nilai parsial pada variabel citra sekolah (X1) sebesar = 0,356, sehingga besarnya pengaruh variabel citra sekolah terhadap minat belajar yaitu  $(0,356)^2 \times 100\% = 12,67\%$ . Besarnya nilai parsial pada variabel kualitas lulusan (X2) sebesar = 0,271, sehingga besarnya pengaruh variabel kualitas lulusan terhadap minat belajar siswa yaitu  $(0,271)^2 \times 100\% = 7,34\%$ . Besarnya nilai parsial pada variabel promosi (X3) sebesar = 0,228, sehingga besarnya pengaruh variabel promosi terhadap minat belajar siswa yaitu  $(0,228)^2 \times 100\% = 5,19\%$ . Besarnya nilai parsial pada variabel biaya pendidikan (X4) sebesar = 0,282, sehingga besarnya pengaruh variabel biaya pendidikan terhadap minat belajar siswa yaitu  $(0,282)^2 \times 100\% = 7,95\%$ .

Uji asumsi klasik dalam penelitian terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S) menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S) sebesar 0,636 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,813. Karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas yang berarti bahwa data residual berdistribusi normal. Uji linearitas citra sekolah menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa terdapat hubungan linear antara variabel citra sekolah (X1) terhadap minat belajar siswa (Y). Hasil Uji linearitas kualitas lulusan menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa terdapat hubungan linear antara variabel kualitas lulusan (X2) terhadap minat belajar siswa (Y). Hasil Uji linearitas promosi menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 <$

0,05 yang artinya bahwa terdapat hubungan linear antara variabel promosi (X3) terhadap minat belajar siswa (Y). Hasil Uji linearitas promosi menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa terdapat hubungan linear antara variabel promosi (X4) terhadap minat belajar siswa (Y).

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa citra sekolah (X1), kualitas lulusan (X2), promosi (X3), dan biaya (X4) memiliki nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  yaitu citra sekolah sebesar 0,620; kualitas lulusan sebesar 0,625; dan promosi sebesar 0,507, dan biaya sebesar 0,515. Sedangkan untuk nilai VIF menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai  $VIF \leq 10$  yaitu citra sekolah sebesar 1,612; kualitas lulusan sebesar 1,600; promosi sebesar 1,971; dan biaya sebesar 1,943. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh melalui uji glejser menunjukkan bahwa variabel citra sekolah (X1) kualitas lulusan (X2); dan promosi (X3); dan biaya (X4). Semua variabel bebas dalam penelitian ini memiliki signifikansi lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 2.** Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std error	Beta
1			
(Constant)		3.086	
CS	.280	.072	.298
KL	.234	.082	.219
P	.224	.094	.202
BP	.147	.049	.252

Dependent Variable: Minat Belajar

Sumber: Data diolah, 2018

Pengaruh citra sekolah, kualitas lulusan, promosi, dan biaya pendidikan terhadap minat belajar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara citra sekolah, kualitas lulusan, promosi, dan promosi terhadap minat belajar siswa. Berdasarkan Uji F diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa  $H_0$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa citra sekolah, kualitas lulusan, dan promosi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi citra sekolah, kualitas lulusan, promosi, dan biaya maka semakin tinggi pula minat belajar siswa. Begitupula sebaliknya, semakin citra sekolah, kualitas lulusan, promosi dan biaya maka akan mengurangi minat belajar siswa.

Hasil koefisien determinasi simultan menunjukkan bahwa 60,6% variabel minat belajar dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu Citra sekolah, kualitas lulusan, promosi, dan biaya pendidikan. Sedangkan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil olah data diperoleh persamaan regresi yaitu  $MN = 11,402 + 0,280 CS + 0,234 KL + 0,224 P + 0,147 BP + e$ . Persamaan ini dapat diartikan bahwa jika variabel bebas yaitu citra sekolah, kualitas lulusan, promosi, dan biaya bernilai 0 (nol) maka variabel terikat yaitu minat belajar siswa bernilai 11,402. Jika X1 yaitu citra sekolah mengalami kenaikan sebesar 1% dan variabel bebas lainnya bernilai tetap maka variabel terikat yaitu minat belajar siswa akan mengalami kenaikan sebesar 0,280. Jika X2 yaitu kualitas lulusan mengalami kenaikan sebesar 1% dan variabel bebas lainnya bernilai tetap maka variabel terikat yaitu minat belajar siswa akan mengalami kenaikan sebesar 0,234. Jika X3 yaitu promosi mengalami kenaikan sebesar 1% dan variabel bebas lainnya bernilai tetap maka variabel terikat yaitu minat belajar siswa akan mengalami kenaikan sebesar 0,224. Jika X4

yaitu biaya mengalami kenaikan sebesar 1% dan variabel bebas lainnya bernilai tetap maka variabel terikat yaitu minat belajar siswa akan mengalami kenaikan sebesar 0,147.

Pengaruh citra sekolah terhadap minat belajar berdasarkan hasil perhitungan menggunakan bantuan SPSS *For Windows Release 21* menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis parsial (uji t) memiliki nilai thitung sebesar 3,870 dengan signifikansi 0,000. Hal ini berarti nilai signifikansi citra sekolah (X1) lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ha2 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh citra sekolah terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus diterima. Variabel citra sekolah (X1) memiliki pengaruh terhadap minat belajar siswa, hal ini dapat dilihat pada hasil persamaan regresi yang menunjukkan bahwa besarnya koefisien regresi adalah 0,164. Hal ini dapat diartikan jika variabel citra sekolah (X1) mengalami kenaikan sebesar 1% sementara variabel yang lain tetap, maka minat belajar siswa atau variabel terikat akan mengalami kenaikan sebesar 0,280. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa semakin tinggi citra sekolah maka akan semakin tinggi pula minat belajar siswa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa citra sekolah mempunyai pengaruh terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus.

Berdasarkan penjelasan di atas, diketahui bahwa sekolah memiliki citra yang baik di mata siswa di tinjau dari berbagai indikator di atas. Meskipun sekolah rutin setiap tahunnya melakukan sosialisasi ke SLTP untuk memperkenalkan dan mempromosikan sekolah serta diadakannya orientasi siswa baru meskipun memiliki skor indeks 79,44 pengenalan sekolah memiliki nilai terendah di antara indikator-indikator yang lain. Selain itu item yang memiliki nilai terendah adalah item nomor 13 yang berbunyi "saya mengerti betul tentang jurusan Administrasi Perkantoran di sekolah melalui program masa orientasi sekolah. Menurut wawancara yang dilakukan terhadap beberapa responden pengenalan yang dilakukan oleh sekolah memang rutin tapi kurang menarik serta informasinya kurang di pahami

oleh siswa siswa. Citra sekolah dalam melakukan pengenalan sekolah masih terbilang rendah. Oleh karena itu, saran yang diberikan dalam hal ini adalah sekolah dalam melakukan orientasi sekolah untuk siswa baru harus mampu menyampaikan informasi mengenai sekolah dengan lebih menarik lagi dan lebih kreatif lagi serta menggunakan media kreatif untuk dapat menarik simpati dan minat dari siswa untuk lebih mengenal sekolah lebih jauh serta memberikan informasi yang sejujurnya mengenai jurusan yang mereka telah pilih sehingga siswa merasa puas dan memiliki minat belajar yang tinggi di sekolah.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan Ferrinadewi (2008:58) citra merupakan suatu persepsi kaitannya persepsi dengan peranan emosi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, maka dikenal adanya persepsi terhadap risiko, persepsi terhadap kualitas, persepsi terhadap pengorbanan, dan persepsi terhadap nilai. Selain itu penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dharmayanti dan Munadi (2014) citra sekolah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat siswa masuk SMK di Kota Pontianak, citra SMK berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat siswa SMP Masuk SMK di Kota Pontianak ditunjukkan dengan nilai  $r = 0,678$ ;  $p = 0,000$ . Dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan Wafa Helmi (2017) yang menghasilkan bahwa ada pengaruh yang positif antara citra sekolah terhadap minat siswa masuk SMK di Kecamatan Mrangen, hasil perhitungan t-hitung citra sekolah (2,718) > t-tabel (1,660) atau sig t (0,000) < 0,05. Didukung dengan apa yang dikemukakan Fajrin dan Muhsin (2017) Persepsi siswa juga diduga menjadi faktor penentu siswa memilih jurusan. Karena pengetahuan tentang jurusan administrasi perkantoran kurang dimengerti sehingga jurusan ini kurang menarik dan kurang begitu diminati oleh siswa. Dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran, dibuktikan dengan melihat hasil persamaan regresi yang menun-



jukkan bahwa besarnya koefisien regresi adalah 0.287.

Pengaruh kualitas lulusan terhadap minat belajar. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan bantuan SPSS *For Windows Release 21* menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis parsial (uji t) memiliki nilai thitung sebesar 2,855 dengan signifikansi 0,005. Hal ini berarti nilai signifikansi kualitas lulusan (X2) lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ha3 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas lulusan terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejobo Kudus diterima. Variabel kualitas lulusan (X2) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat belajar siswa, hal ini dapat dilihat pada persamaan regresi yang menunjukkan bahwa besarnya koefisien regresi adalah 0,234. Hal ini dapat diartikan jika variabel kualitas lulusan (X2) mengalami kenaikan sebesar 1% sementara variabel yang lain tetap, maka minat belajar siswa atau variabel terikat akan mengalami kenaikan sebesar 0,229. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa semakin baik kualitas lulusan pegawai maka minat belajar siswa akan semakin baik. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas lulusan mempunyai pengaruh terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejobo Kudus.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas lulusan memberikan pengaruh yang baik terhadap minat belajar siswa jurusan Administrasi Perkantoran SMK PGRI 1 Mejobo Kudus, karena sebelum memilih sekolah dari hasil wawancara dengan siswa dan guru kebanyakan dari siswa termotivasi terhadap lulusan yang sudah memiliki pekerjaan yang mapan maupun melihat dari profil lulusan, karena beberapa siswa memiliki kecenderungan untuk meniru. Peran alumni termasuk sentral dalam hal ini karena sekolah ini sudah lebih dari 50 tahun berdiri tentu saja sudah memiliki alumni yang banyak dan bahkan sudah tersebar di beberapa daerah dan memiliki posisi yang strategis menurut penuturan dari Ibu Hani sebagai penelusur alumni. Memang secara ketrampilan dan pengetahuan sudah bagus namun secara sikap tidak bisa di

pungkiri bahwa sekolah swasta seperti SMK PGRI 1 Mejobo Kudus memiliki label di masyarakat bahwa memang beberapa siswa di sekolah tersebut memiliki perilaku yang kurang terpuji hal ini terbukti bahwa indikator sikap meskipun menunjukkan baik dengan skor 81,48 akan tetapi memiliki skor terendah di antara indikator yang lain. Dalam indikator sikap, item yang memiliki nilai paling rendah adalah item nomor 27 yang berbunyi "alumni jurusan taat pada hukum norma dan agama". Saran dalam hal ini adalah sekolah harus mampu memperhatikan pendidikan karakter dan pendidikan keagamaan terhadap siswa serta memberikan fasilitas pelatihan *leadership* dan *soft skill* untuk dijadikan bekal siswa dalam bersosialisasi dengan baik di masyarakat, agar dapat menjadi lulusan yang santun dan memiliki sikap yang baik di masyarakat dan mampu memberikan sikap yang baik dalam dunia kerja.

Penelitian ini sesuai dengan pendapat Kotler (1997) dalam Lupioadi dan Hamdani (2001:173) kotler (1997) menyatakan bahwa konsumen selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Mereka membentuk harapan nilai yang akan diperoleh dari suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2009:9) pembeli mengharapkan kesesuaian kualitas produk yang tinggi, yaitu tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan. Selain itu juga sejalan dengan yang dikemukakan oleh Menurut Lupioadi dan Hamdani (2001:174) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih dari suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk (jasa). Besarnya nilai yang diberikan oleh sebuah produk (jasa) kepada pelanggan tersebut merupakan jawaban mengapa seorang pelanggan menentukan pilihannya. Pelanggan pada dasarnya mencari nilai terbesar yang diberikan suatu produk (jasa). Penelitian ini juga sejalan dengan apa yang dilakukan Prabowo (2013) menunjukkan bahwa persepsi daya tarik produk (sekolah) terhadap lulusan sangat mempengaruhi minat orang dalam me-

milih sebuah jurusan pendidikan. Hamond et al dalam studinya (2009) menandakan bahwa lembaga pendidikan perlu memiliki kemampuan dalam pengelolaan untuk menghasilkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja serta memiliki kompetensi. Lulusan harus bisa diterima pasar sehingga akan tercipta adanya keunggulan, sehingga pada akhirnya akan menarik minat stakeholder dalam memilih. Pengelolaan pengetahuan akan pengelolaan pengetahuan dalam menghasilkan lulusan yang siap kerja dan memiliki kompetensi yang bersaing merupakan tahap awal dalam proses dan aplikasi strategi pemasaran modern. Penelitian ini juga didukung Nuraini & Maftukhah (176:2015) variabel kualitas produk memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 4,434 dan  $\text{sig}$  hitung  $(0.000) < 0.05$ . Ini berarti  $H_5$  yang berbunyi; “kualitas produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian” diterima. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. Selain itu Helmi Wafa (2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa harapan siswa terhadap sekolah sesuai dengan tujuan jenis sekolah, di lihat dari gengsi sekolah, kualitas lulusan dan prospek kerja lulusan, sehingga mempengaruhi minat belajar siswa jurusan Administrasi Perkantoran.

Pengaruh promosi terhadap minat belajar. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan bantuan SPSS *For Windows Release 21* menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis parsial (uji  $t$ ) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 2,373 dengan signifikansi 0,019. Hal ini berarti nilai signifikansi variasi gaya mengajar ( $X_3$ ) lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_{a4}$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus diterima. Variabel promosi ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat belajar siswa, hal ini dapat dilihat pada persamaan regresi yang menunjukkan bahwa besarnya koefisien regresi adalah 0,224. Hal ini dapat diartikan jika variabel promosi ( $X_3$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% sementara variabel yang lain tetap, maka minat belajar siswa atau

variabel terikat akan mengalami kenaikan sebesar 0,224. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa semakin baik promosi maka promosi memiliki pengaruh. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejobo Kudus.

Dari penjelasan di atas, diketahui bahwa sekolah mempunyai promosi yang mendukung minat belajar siswa, tetapi terdapat indikator yang memiliki nilai terendah di antara indikator yang lain yaitu kualitas promosi yang diberikan sekolah, meskipun memiliki skor 77,68 yang tergolong tinggi namun tetap saja menjadi skor terendah di antara indikator yang lainnya. Hal ini didukung dengan item nomor 32 yang memiliki nilai terendah dalam indikator kualitas promosi yang berbunyi “sosialisasi yang dilakukan sekolah ke SMP saya bagus dan menarik”. Seperti penjelasan pada variabel citra terkait pengenalan sekolah, promosi yang dilakukan dengan sosialisasi ke sekolah-sekolah dirasa siswa kurang menarik dan informasi yang diberikan juga kurang lengkap, hal tersebut dituturkan oleh beberapa responden yang diwawancarai yang sebelumnya pernah mengikuti sosialisasi yang dilakukan SMK PGRI 1 Mejobo Kudus terhadap sekolahnya. Berdasarkan hal tersebut saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas promosi yang dilakukan sekolah perlu adanya pendekatan terhadap sudut pandang calon siswa sehingga tahu apa yang harus disampaikan agar informasi yang diberikan sekolah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh siswa. Selain itu Sekolah diharapkan mampu melakukan promosi yang lebih menarik dan kreatif dengan memberikan insentif bagi siswa dari SMP yang berprestasi dengan tawaran yang menarik seperti bebas uang gedung dan beasiswa penuh 1 tahun, serta perlu melakukan pendekatan terhadap sudut pandang calon siswa sehingga tahu apa yang harus disampaikan agar informasi yang diberikan sekolah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh siswa.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Peter dan Olson (2016:31) promosi da-

pat mempengaruhi perilaku konsumen meskipun keefektifannya berubah-ubah oleh banyak faktor. Hal ini dapat dilihat dari variabel promosi yang memiliki pengaruh yang paling kecil di antara variabel yang lain. Menurut Peter dan Olson (2016:210) pemasar mengembangkan strategi promosi untuk menyampaikan informasi mengenai produknya dan membujuk konsumen agar mau membelinya. Menurut Shimp (2003:180) para komunikator pemasaran mengarahkan usaha mereka untuk mempengaruhi kepercayaan, sikap, reaksi emosional, dan pilihan-pilihan konsumen yang berhubungan dengan merek. Pada akhirnya, tujuan mereka adalah untuk mendorong konsumen memilih merek mereka dan bukan tawaran kompetitor. Selain itu penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Fajrin dan Muhsin (2017) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan promosi sekolah secara parsial terhadap minat siswa memilih jurusan sebesar 11,56% di SMK swasta di Kota Semarang. Hal ini juga sejalan dengan apa yang dikemukakan Wafa Helmi (2017) bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan promosi terhadap minat siswa masuk SMK di Kecamatan Mragengen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gusdiandika dan Sinduwiatmo (2012) yang menyatakan bahwa promosi sekolah memiliki hubungan yang signifikan dengan pengaruh terhadap minat memilih jurusan di SMK Sepuluh November Sidoarjo dengan pengaruh sebesar 9,2%. Nilai korelasi berganda (R) yang diperoleh adalah sebesar 0,304 dari tabel di bawah dapat dilihat dimana hal ini menunjukkan bahwa hubungan promosi sekolah terhadap keputusan siswa dalam memilih SMK Sepuluh November Sidoarjo tergolong pada kisaran angka 0,20-0,39 yang berarti bahwa tingkat hubungannya rendah tetapi pasti.

Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Minat Belajar. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan bantuan *SPSS For Windows Release 21* menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis parsial (uji t) memiliki nilai thitung sebesar 2,983 dengan signifikansi 0,004. Hal ini berarti nilai signifikansi promosi (X4) lebih besar

dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ha5 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh biaya pendidikan terhadap minat belajar siswa di SMK PGRI 1 Mejobo Kudus ditolak. Variabel biaya pendidikan (X4) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat belajar siswa, hal ini dapat dilihat pada persamaan regresi yang menunjukkan bahwa besarnya koefisien regresi adalah 0,147. Hal ini dapat diartikan jika variabel biaya pendidikan (X4) mengalami kenaikan sebesar 1% sementara variabel yang lain tetap, maka minat belajar siswa atau variabel terikat akan mengalami kenaikan sebesar 0,147. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa biaya pendidikan mempunyai pengaruh terhadap minat belajar siswa SMK PGRI 1 Mejobo Kudus.

Berdasarkan pembahasan di atas, biaya sekolah yang harus dibayarkan oleh peserta didik tergolong baik. Namun secara keterjangkauan memiliki skor terendah dengan skor indeks 66,85 dengan item terendah pada nomor 39 yang berbunyi “ SPP yang ditarik sekolah terjangkau oleh orang tua saya”. sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa biaya yang dibayar oleh siswa ada beberapa besar dari siswa merasa keberatan dengan biaya yang ditarik sekolah. Meskipun memang pada kenyataannya sekolah swasta bergantung dari pendanaan yang ditarik dari siswa untuk menjalankan operasional sekolah. Aspek biaya di sini bukan hanya melihat dari besarnya SPP saja juga dilihat dari biaya yang ditarik dari iuran kegiatan di luar SPP. Menurut hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa memang sebagai dari siswa banyak yang telat membayar SPP dan susah juga untuk membayar iuran yang ditarik oleh sekolah dengan alasan mahal dan seringnya terjadi penarikan di luar SPP. Dari hal tersebut dapat diberikan saran kepada sekolah untuk mempertimbangkan besarnya dengan jumlah seberapa sering sekolah melakukan penarikan dana kepada orang tua siswa.

Sekolah diharapkan mampu memberikan keringanan serta pertimbangan kepada siswa yang berprestasi dan keberatan dengan biaya yang ditarik oleh sekolah dan berusaha

mencari alternatif lain seperti sponsor dan sumbangan dari berbagai kalangan untuk dapat memberikan bantuan beasiswa maupun memberikan subsidi kepada siswa. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan Kotler dan Keller (2009:72) bahwa keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan bukan hanya harga yang dinyatakan pemasar. Kotler dan Keller (2009:69) menyatakan dulu harga menjadi faktor utama penentu determinan pembeli, namun praktik penetapan harga telah mengalami perubahan yang besar, banyak perusahaan yang mampu mendorong konsumen membeli produk dan jasa yang lebih mahal dengan menggabungkan formulasi produk unik yang melibatkan kampanye pemasaran. Menurut Lupioadi & Hamdani (2001:61) Strategi penetapan harga sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Selain itu penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Wafa Helmi (2017) bahwa biaya pendidikan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan minat siswa masuk SMK di Kecamatan Mranggen, dengan perolehan  $t$ -hitung biaya pendidikan (4,557)  $>$   $t$ -tabel (1,660) atau  $\text{sig } t(0,000) < 0,05$ . Penelitian ini di dukung pernyataan D'Souza, dkk (77:2007) konsumen tampaknya bahwa mereka cenderung untuk berkompromi pada kualitas produk dari pada harga agak lebih tinggi. Dengan demikian sehubungan dengan strategi bisnis, bisa dibilang, ini bisa berarti dua hal: (1) produsen dapat menghasilkan produk hijau berkualitas tinggi dan menggunakan strategi harga premium sepadan dengan biaya produksi yang lebih tinggi atau (2) mereka dapat bersaing di pasar yang menawarkan sebanding standar kualitas produk di kategori harga yang kompetitif di pasar. Ada faktor pribadi pelanggan dalam hal ini.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat

diambil simpulan sebagai berikut: Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara citra sekolah, kualitas lulusan, promosi, dan biaya sekolah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belajar siswa jurusan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus sebesar 60.6%. Sehingga kenaikan citra sekolah, kualitas lulusan, promosi, dan biaya sekolah akan mempengaruhi minat belajar siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran. Ada pengaruh positif dan signifikan antara citra sekolah terhadap minat belajar siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus sebesar 12.67%. sehingga kenaikan citra sekolah akan mempengaruhi minat belajar siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas lulusan terhadap minat belajar siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 1 Mejubo Kudus sebesar 7,34%. Sehingga setiap kenaikan kualitas lulusan akan mempengaruhi minat belajar siswa masuk jurusan administrasi perkantoran. Ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat belajar siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran SMK PGRI 1 Mejubo Kudus sebesar 5,19% sehingga setiap kenaikan promosi akan mempengaruhi minat belajar siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran. Ada pengaruh positif dan signifikan antara biaya pendidikan terhadap minat belajar siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran SMK PGRI 1 Mejubo Kudus sebesar 7,95%. sehingga setiap kenaikan biaya pendidikan akan mempengaruhi minat belajar siswa masuk jurusan Administrasi Perkantoran.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dr. Muhsin, M. Si., Dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan mengarahkan penyusun sampai terselesaikannya skripsi ini. Seluruh Dosen dan Staf Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan pelaksanaan

penelitian. Kepala sekolah dan dewan guru SMK PGRI 01 Mejobo Kudus yang telah membantu penelitian ini. Seluruh siswa SMK PGRI 01 Mejobo Kudus. Semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, Harper W, Walker Orville, dan Larreche, Jean Claude. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategi dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Dalyono, M. (2015). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djaali. (2013). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Haq, Muhammad Amiqul & Setiyani, Rediana. (2016). Pengaruh Prestasi Belajar, Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Self Efficacy Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Siswa Ips. *Economic Education Analysis Journal*. Volume 6 No. 2. Hal. 1035. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Hayurika, Turina Lasriza & Arief, Sandy. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Siswa Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Jurusan Akuntansi Kelas X Di Smk N 1 Demak. *Dinamika Pendidikan*. Volume 10 No. 1. Hal. 89. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, Philips, dan Kelller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupioadi, Rambat & Hamdani, A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ningsih, Israyati Tresna & Pramusinto, Hengky. (2017). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Smk Ype Sumpiuh Kab. Banyumas. *Economic Education Analysis Journal*, 6 (2), Hal 410. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Murwatiningsih & Apriliani, Erin Puri. (2013). Apakah Kepercayaan Konsumen Lebih Efektif Daripada Risiko Dan Harga. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Volume 4 No. 2. Hal. 182. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Ningsih, Israyati Tresna & Pramusinto, Hengky. (2017). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Smk Ype Sumpiuh Kab. Banyumas. *Economic Education Analysis Journal*. Volume 6 No. 2. Hal. 410. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Muhsin, Slamet, Achmad, & Wahyudin Agus. (2017). Educational Mixed Marketing Strategies And Sustainable Competitive Advantages In Mediating The Influence Of Marketing Orientation Over Marketing Performance. *The Journal of Educational Development*. Volume 5 No. 2. Hal 167. Semarang: Pascasarjana Universitas Negeri Semarang.
- Santoso, Jarot Tri Bowo & Latifah, Lyna. (2012). Minat Siswa Smp N Rsbj Dan Ssn Di Kota Semarang Dalam Memilih Smk. *Dinamika Pendidikan*. Volume 7 No. 2. Hal. 112. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Slameto. (2015). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Syah, Muhibbin. (2010). *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.