

**FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN ORANG TUA  
DALAM MEMILIH SEKOLAH  
(Studi pada SMPK 1 Harapan Denpasar)**

**Ni Putu Dyah Krismawintari**

Pogram Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Humaniora,  
Universitas Dhyana Pura, Bali

**ABSTRACT**

The role of science is very essential for the people who need to develop their abilities in following a tough competition in this multi-dimension crisis. This present study is aimed at finding out factors considered by parents in choosing schools. Population of this study was referred to parents' students who study at SMPK 1 Harapan and the public. The technique of sampling used was a non-probability sampling, A number of samples to determine respondents were done using the technique of purposive sampling based on the following reason: respondent group I came from parents whose children were studying at SMPK 1 Harapan, had already been through the process teaching and learning at SMP 1 Harapan, respondent group II was parents whose children were still studying at grade 5 or 6 of Elementary Schools or who chose other Secondary High Schools than SMPK 1 Harapan, and parents who chose Senior High Schools out of Harapan with the number of samples were 200 people.

The result of the study shows that based on survey of 100 respondents, factors generally considered by parents in choosing Secondary High School, namely: the first factor is because of the school image, based on survey of 100 respondents factors considered by parents in choosing SMPK Harapan 1 Denpasar, the first one is human resources who have competence and soft-skill

Key words: choosing school, marketing mix

**ABSTRAK**

Peran pengetahuan sangat penting bagi setiap masyarakat yang mau meningkatkan kemampuannya mengikuti persaingan yang kompetitif dalam krisis multidimensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi mengacu pada orang tua di SMPK 1 Harapan dan masyarakat umum. Teknik pengambilan sampling dengan non probability sampling, edangkan penentuan pengambilan sampel jumlah responden (sampel) dilakukan melalui teknik purposive sampling dengan pertimbangan tertentu yaitu kelompok responden I yaitu orang tua yang memiliki anak di SMPK 1 Harapan Denpasar karena diharapkan orang tua sudah merasakan proses pendidikan di SMPK 1 Harapan Denpasar sedangkan kelompok responden II adalah orang tua siswa yang saat ini memiliki anak kelas V (lima) atau kelas VI (enam) SD atau yang memilih SMP selain SMPK 1 Harapan dan orang tua yang sudah memilih sekolah SMA di Luar Harapan dengan jumlah sampel 200 orang. Pengujian analisis data dilakukan dengan analisis faktor dan analisis diskriminan dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 13.0

Hasil Penelitian menunjukkan Faktor- faktor yang dipertimbangkan orangtua umumnya dalam memilih sekolah untuk tingkat SMP berdasarkan survey pada 100 orang responden terdapat 6 faktor utama yang dipertimbangkan orangtua dalam memilih sekolah adalah citra sekolah, sedangkan faktor utama yang dipertimbangkan untuk memilih SMPK 1 Harapan Denpasar berdasarkan survey pada 100 orang responden adalah faktor SDM yang memiliki kompetensi dan softskill.

Kata Kunci : Memilih sekolah, bauran pemasaran

## PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut masyarakat untuk melakukan perubahan sehingga mampu mengikuti perkembangan zaman. Peran pengetahuan sangat penting bagi setiap masyarakat yang mau meningkatkan kemampuannya mengikuti persaingan yang kompetitif dalam krisis multidimensi.

Pendidikan dipercaya sebagai alat strategis meningkatkan taraf hidup manusia. Melalui pendidikan, manusia menjadi cerdas, memiliki kemampuan atau skill sikap hidup yang baik, sehingga dapat bergaul dengan baik di masyarakat. Pendidikan menjadi investasi yang memberi keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan bangsa bermartabat dan individunya menjadi manusia yang memiliki derajat (Engkoswara dan Komariah, 2010:1).

Pendidikan dalam kondisi krisis multidimensi yang berkepanjangan, telah menarik perhatian berbagai pihak dan bergeser menjadi salah satu pos pengeluaran yang semakin besar sehingga memberatkan sebagian besar anggota masyarakat. Bermunculnya sekolah-sekolah baru menimbulkan fenomena dalam dunia kependidikan. Bentuk dan pendekatan yang digunakan dalam pendidikan semakin berkembang dan kompleks. Tidak hanya pemain-pemain lama yang mengembangkan sekolah, namun juga dari pelaku usaha non kependidikan dan bahkan penyelenggara pendidikan dari luar negeri (Sumurung, 2005:109). Menurut Wijaya (2008 : 42) dewasa ini, persaingan antar sekolah semakin atraktif. Pemasaran untuk lembaga pendidikan mutlak diperlukan. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (siswa), karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk memenangkan kompetisi antar sekolah serta untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah.

Sekolah Harapan merupakan salah satu sekolah swasta di Bali yang didirikan tahun 1948 oleh Gereja Kristen Protestan di Bali (GKPB) yang membentuk sebuah Yayasan yang diberi nama : Yayasan Badan Pendidikan Kristen Maranatha. Yayasan ini kemudian mengurus ijin operasional Sekolah Rakyat Maranatha ke Pemerintah Bali yang berkedudukan di Singaraja. Tanggal 1 Januari 1949 ijin operasional ini keluar, dan mulai tahun 1950 Sekolah Rakyat Maranatha mulai beroperasi. Tahun 2010 Sekolah Harapan memiliki 13 Sekolah yang berada di Kabupaten Jembrana, Kabupaten Badung, dan Kota Denpasar. Hingga saat ini Yayasan ini telah dua kali berganti nama dari Yayasan Maranatha menjadi Yayasan Widhya Pura dan sekarang bernama Yayasan Perguruan Kristen Harapan.

Jumlah siswa yang terdaftar di Sekolah Harapan berjumlah 6.229 orang. Secara umum jumlah siswa yang dapat diterima meningkat 107.12 % pada tahun 2009/2010 dari 5.690 siswa menjadi 6.095 orang dan meningkat 102.20% pada tahun 2010/2011 dari 6095 orang menjadi 6229 orang. Namun apabila dilihat dari jumlah siswa permasing-masing sekolah, terjadi penurunan yang cukup signifikan. Berdasarkan penerimaan siswa baru selama 3 tahun terakhir, terjadi penurunan yang signifikan pada hasil pendaftaran dan penerimaan siswa baru selama tiga tahun terakhir pada SMPK 1 Harapan, walaupun di beberapa sekolah mengalami peningkatan.

Data peserta ujian nasional selama tiga tahun terakhir pada menunjukkan bahwa jumlah siswa mengalami peningkatan pada tahun 2008/2009 sebesar 105,39% sedangkan mengalami sedikit penurunan menjadi 99,76 pada tahun 2009/2010. Data menunjukkan bahwa SMP di Kota Denpasar memiliki peluang yang tinggi dalam memperoleh siswa, sedangkan SMPK 1 Harapan mengalami penurunan siswa dalam 3 tahun terakhir.

Dilihat dari sudut pandang perilaku konsumen ada kecenderungan masyarakat yang memiliki penghasilan diatas rata-rata, memilih sekolah yang baik, meski untuk mendapatkan sekolah yang baik, tidak jarang orangtua bersedia mengeluarkan biaya pendidikan yang tidak sedikit. Karena itu, manajemen sekolah perlu mengetahui hal-hal apa saja yang dipertimbangkan orang tua dalam memilih sekolah. Pertimbangan-pertimbangan ini dapat dijadikan sebagai suatu

kajian untuk membandingkan pertimbangan-pertimbangan orang tua yang saat ini anaknya mengikuti proses pendidikan di SMPK 1 Harapan Denpasar. Perbandingan untuk kedua kelompok responden itu akan memberikan gambaran apakah kedua kelompok itu memberikan pertimbangan yang sama atau berbeda.

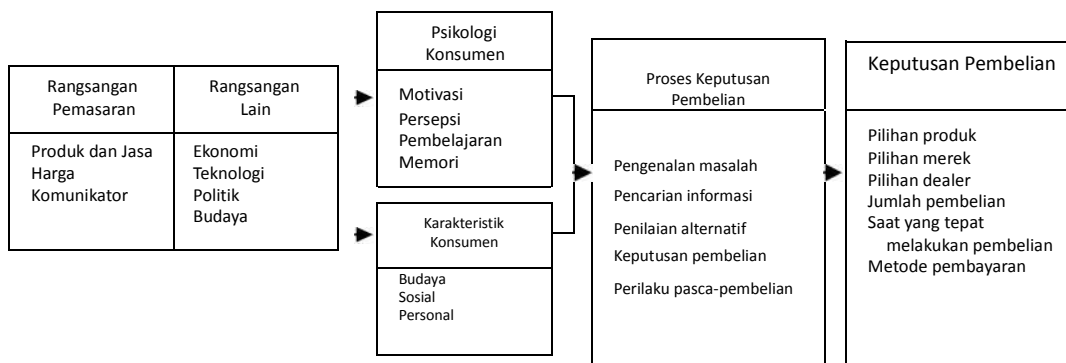
Tujuan penelitian :

- 1) Untuk mengetahui faktor- faktor yang dipertimbangkan orangtua umumnya dalam memilih sekolah untuk tingkat SMP dan yang dipertimbangkan untuk memilih SMPK 1 Harapan Denpasar.
- 2) Untuk mengetahui implikasi strategis bagi SMPK 1 Harapan setelah membandingkan hasil kedua kelompok responden

Titik awal untuk memahami perilaku konsumen adalah model yang diperlihatkan dalam Gambar 2.1. Rangsangan pemasaran dan rangsangan luar memasuki kesadaran konsumen. Satu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu, untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian. Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen, antara datangnya rangsangan pemasaran luar dan keputusan pembelian akhir (Koter dan Keller, 2009:226).

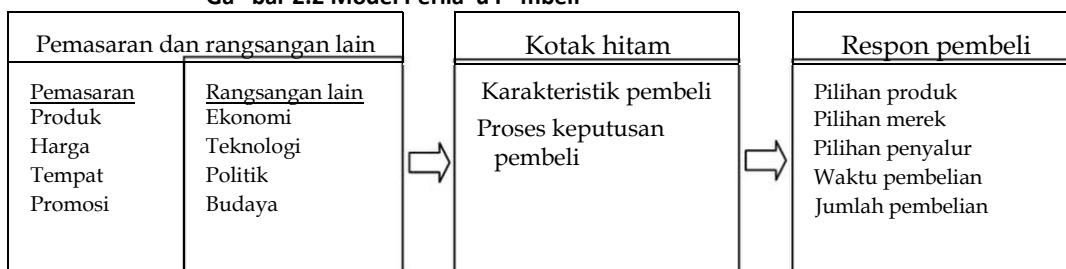
Model perilaku pembeli dapat dilihat pada Gambar 2.2. Gambar ini memperlihatkan bahwa pemasaran dan rangsangan lain memasuki “kotak hitam” konsumen dan menghasilkan respon tertentu. Pemasar harus menemukan apa yang ada dalam kotak hitam pembeli. Rangsangan pemasaran terdiri dari 4P : Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), Promotion (Promosi). Rangsangan lain, meliputi kekuatan dan faktor utama dalam lingkungan pembeli: ekonomi, teknologi, politik dan budaya. Semua masukan ini memasuki kotak hitam pembeli, dimana masukan ini diubah menjadi sekumpulan respon pembeli yang dapat diobservasi : pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Pemasar ingin memahami bagaimana rangsangan itu diubah menjadi respon di dalam kotak hitam konsumen, yang menjadi 2 bagian. Pertama, karakteristik pembeli mempengaruhi bagaimana pembeli menerima dan bereaksi terhadap rangsangan itu. Kedua, proses keputusan pembeli sendiri mempengaruhi perilaku pembeli (Kotler dan Armstrong, 2008 :157).

**Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen**



Sumber : Kotler dan Keller, 2009

**Gambar 2.2 Model Perilaku Pembeli**



Sumber : Kotler dan Armstrong, 2008

Simamora (2003 : 4) mengemukakan faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri atas:

- 1) Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, subkultur dan kelas sosial pembeli.
- 2) Faktor sosial juga mempengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen.
- 3) Faktor pribadi adalah keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan
- 4) Faktor psikologis. Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang utama yaitu: motivasi, persepsi, proses pembelajaran serta kepercayaan dan sikap.

Menurut Mowen dan Minor (2002:11-14) untuk menjeneralisasikan riset perilaku konsumen dilakukan berdasarkan tiga perspektif riset yang bertindak sebagai pedoman pemikiran dan pengindikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku perolehan (akuisisi konsumen). Ketiga perspektif ini adalah :

- 1) Perspektif Pengambilan keputusan (decision making perspective) menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah –langkah tertentu pada saat melakukan pembelian.
- 2) Perspektif pengalaman (experiential perspective) menyatakan bahwa pembelian akan dilakukan karena dorongan hati dan mencari variasi. Para peneliti yang menganalisis kasus pendahuluan dari perspektif pengalaman akan berfokus pada identifikasi perasaan, emosi dan simbol yang menyertai jasa tersebut.
- 3) Perspektif pengaruh perilaku (behavioral influence perspective) konsumen tidak saja melalui proses pengambilan keputusan rasional, namun juga bergantung pada perasaan untuk membeli produk atau jasa tersebut.

Bauran Pemasaran jasa adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen. Bauran pemasaran jasa merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran yang efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Bauran Pemasaran jasa menurut Zeithaml dan Bitner dalam Huriyati (2005:49) terdiri atas 7P yaitu Product, Price, Place Promotion, People, Physical Evidence dan Process.

- 1) Produk Jasa (The Service Product) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar yang bersangkutan. Produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih cepat dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.
- 2) Tarif Jasa (Price) penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha atau bisnis.
- 3) Tempat atau Lokasi Pelayanan (place/service location. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan karyawannya ditempatkan. Hal yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah:
  - (1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi.
  - (2) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas ditepi jalan.

- (3) Lalu lintas (traffic, yang perlu dipertimbangkan adalah banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadi kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi hambatan.
  - (4) Tempat parkir yang luas dan aman.
  - (5) Ekspansi tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha .
  - (6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa ditawarkan.
  - (7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing.
  - (8) Peraturan pemerintah.
- 4) Promosi (promotion).Merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.
  - 5) Orang atau partisipan (People adalah semua perilaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa, sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.
  - 6) Sarana Fisik (Physical evidence merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain, lingkungan fisik yang meliputi bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan pelayanan.
  - 7) Proses (process adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.

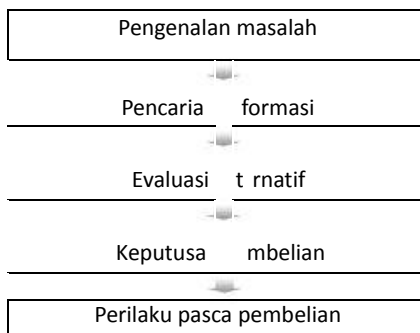
Bauran pemasaran jasa pendidikan oleh Koes (2008) dalam Alma dan Hurriyati (2008:303-325) adalah konsep 7P yang terdiri atas 4P tradisional dan 3P yang diperluas yaitu :

- 1) Produk atau jasa yang ditawarkan kepada siswa adalah reputasi, prospek dan variasi pilihan
- 2) Harga dalam kontes jasa pendidikan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu jasa pendidikan. Penetapan harga (SPP, biaya pembangunan, biaya laboratorium), adalah elemen harga jasa pendidikan, pemberian beasiswa, prosedur pembayaran dan syarat cicilan.
- 3) Lokasi adalah tempat jasa pendidikan yang akan mempengaruhi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi perlu mempertimbangkan lingkungan dimana lokasi itu berada. Dekat dengan pusat kota atau perumahan, kondisi lahan parkir, lingkungan belajar yang kondusif dan transportasi. Selain lokasi secara fisik, jasa pendidikan juga dapat dijangkau secara virtual melalui internet.
- 4) Promosi yang dapat dilakukan jasa pendidikan adalah periklanan (iklan TV, radio, spot dan billboard), promosi penjualan melakukan kontak langsung dengan calon siswa dan melakukan kegiatan hubungan masyarakat.
- 5) Sumber daya manusia atau people adalah semua orang atau perilaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen, seperti para personel penyedia jasa, pelanggan dan para pelanggan lain yang terkait dengan jasa tersebut. Sumber daya manusia dalam jasa pendidikan, dikelompokkan menjadi 3 yaitu administrator, guru dan karyawan.
- 6) Bukti fisik atau sarana dan prasarana merupakan suatu lingkungan dimana siswa dapat berinteraksi dan terdapat komponen tangible (berwujud) yang mendukung kinerja atau komunikasi dari jasa pendidikan, seperti gaya bangunan, fasilitas penunjang (kelengkapan sarana pendidikan, peribadatan, olahraga dan keamanan).
- 7) Proses atau manajemen layanan merupakan suatu prosedur, mekanisme dan serangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen. Proses ini sangat berkaitan dengan sumber daya manusia yang akan menyampaikan jasa kepada konsumen.

Proses atau manajemen layanan merupakan serangkaian kegiatan yang dialami siswa selama dalam pendidikan seperti proses belajar mengajar, ujian dan lainnya

Proses keputusan pembeli terdiri dari lima tahap yaitu : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian (Kotler dan Amstrong 2008: 179).

**Gambar 2.4 Tahap- tahap keputusan pembelian**



Sumber : Kotler dan Amstrong 2008: 179

Studi empirik yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah : hasil penelitian Sanjaya (2009) tentang Faktor- Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Membeli Telepon Seluler Merek Nokia dan Implikasi Strategi Pemasarannya Di Kota Denpasar. Survei dilakukan pada 185 orang pengguna Nokia selama enam bulan atau lebih dengan menggunakan analisis faktor diuji tujuh faktor penting yang mempengaruhi pembelian telepon seluler. Prosedur pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder dengan skala pengukuran data menggunakan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor 2 dengan variabel motivasi merupakan faktor yang paling dipertimbangkan dalam pembelian

Dinawan (2010) melakukan penelitian tentang Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Sepeda Motor Mio. Faktor– faktor yang digunakan adalah kualitas produk, harga kompetitif, dan citra merek yang dihipotesiskan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Yamaha Mio. Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas produk, harga kompetitif, citra merek terhadap keputusan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitiannya, variabel penjual secara parsial tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian Maryati (2009) tentang Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) Di Kota Semarang. Hasil analisis faktor – faktor yang mempengaruhi siswa dalam pemilihan sekolah, faktor sekolah mempunyai pengaruh paling besar kemudian diikuti oleh faktor lokasi dan paling kecil pengaruhnya adalah faktor ekonomi. Berdasarkan hasil analisis statistik Crosstabdiketahui bahwa terdapat hubungan positif antara preferensi pemilihan sekolah dengan kondisi ekonomi. Dari hasil penelitian ini perlu adanya peningkatan mutu pengajaran serta ketersediaan sarana prasarana SMKN di Kota Semarang sehingga meningkatkan minat dan preferensi masyarakat untuk sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri.

Trimantara (2007) meneliti tentang Sekolah unggulan. Kuisisioner diberikan kepada 9 orang tua siswa BPK Penabur Bandung dan 6 orang tua siswa di luar lingkungan BPK Penabur. Ada lima aspek yang menentukan orang tua memilih sekolah bagi putra atau putrinya yaitu : 1) Kemampuan guru dalam mentransfer ilmu, 2) Lingkungan pergaulan siswa, 3) Fasilitas atau sarana-prasarana, 4) Citra sekolah dan 5) Penanaman nilai-nilai Kristiani. Adapun pengorbanan orang tua untuk mendapatkan sekolah unggulan meliputi ; uang pangkal, uang sekolah, biaya fasilitas, lokasi sekolah

dan keterlibatan orangtua. Ada tiga hal yang perlu diperhatikan orangtua maupun siswa sebelum menentukan atau memilih sekolah unggulan, yaitu input siswa, proses belajar-mengajar dan output. Sekolah unggulan harus mampu menghasilkan lulusan-lulusan yang unggul baik dari segi akademis maupun kepribadian. Keunggulan lulusan ini baru dapat diketahui setelah lulusan memasuki dunia kerja atau terlibat aktif dalam kehidupan bermasyarakat.

Kresnaningtyas (2010) meneliti pengambilan keputusan memilih jasa pendidikan pada Sekolah Dasar Anak Saleh Malang. Berdasarkan hasil analisis faktor menunjukkan bahwa enam faktor inti yang dipertimbangkan orang tua dalam pengambilan keputusan memilih jasa pendidikan pada sekolah dasar anak saleh malang meliputi faktor physical evidence, faktor promotion, faktor people, faktor product, faktor place dan faktor process. Faktor physical evidence merupakan faktor yang paling dipertimbangkan orang tua dalam memilih jasa pendidikan pada sekolah dasar anak saleh malang.

Komalawati (2004) meneliti pertimbangan mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya di PPLP Dhyana Pura. Pada penelitian ini telah ditemukan ketujuh faktor dominan yang dipertimbangkan mahasiswa yaitu faktor 1) promosi, personal dan sistem, 2) lingkungan fisik dan peraturan, 3) administrasi dan keunggulan bersaing, 4) harga dan garansi, 5) lokasi, 6) produk dan 7) kurikulum. Dari ketujuh faktor tersebut ada dua faktor penting yang paling menentukan siswa memilih PPLP Dhyana Pura dan harus dipertahankan oleh institusi yaitu kegiatan promosi dan lingkungan fisik dari lembaga.

Umi (2008) meneliti keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan. Pada penelitian ini, secara serempak strategi bauran pemasaran yang terdiri dari : produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan. Status Akreditasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan.

Sulistiowati (2008) meneliti faktor- faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) variabel internal individu yang meliputi motivasi dan kebutuhan, persepsi dan sikap mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih bidang keahlian khusus pendidikan Administrasi perkantoran.

Pada penelitian ini hanya mengukur pertimbangan memilih sekolah melalui rangsangan pemasaran, sedangkan rangsangan lain tidak diteliti karena bauran pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh sekolah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu riset yang dirancang untuk membantu membuat keputusan dalam menentukan, mengevaluasi serta memilih rangkaian tindakan yang harus diambil pada situasi tertentu. Riset deskriptif adalah satu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu- biasanya karakteristik.

Penelitian ini dilakukan di SMPK 1 Harapan yang beralamat di Jalan Raya Sesetan No 62 Denpasar. Yayasan Harapan memiliki 11 Sekolah dan 2 Playgroup yang berada di Kabupaten Badung, Jembrana dan Kota Denpasar. Waktu penelitian dilaksanakan bulan Juni - Juli 2011. Pada penelitian ini, peneliti dibantu oleh 6 orang rekan kerja yang telah dilatih dalam penyebaran kuisisioner dan hasil dari penyebaran kuisisioner sesuai dengan harapan peneliti, karena responden dengan jujur dapat memberikan saran untuk kemajuan Sekolah Harapan dan persepsi menurut masyarakat untuk responden di luar Harapan dan hasil penelitian ini digunakan juga sebagai bahan dalam strategi pemasaran dalam penerimaan siswa baru Tahun 2012/2013.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Data kuantitatif yaitu data yang berupa angka- angka yang dapat dihitung secara sistematis (Sugiyono 2006 : 14), seperti data jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan

2) Data kualitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar (Sugiyono, 2006 : 14) seperti sejarah berdirinya perusahaan dan struktur organisasi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini:

- 1) Sumber primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama dari individu seperti hasil wawancara atau pengisian kuisioner (Umar 2005:130) Jenis data ini diperoleh langsung dari hasil kuisioner kepada masyarakat dan orang tua siswa.
- 2) Sumber sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain (Umar 2005 : 130) seperti data kependudukan, data jumlah sekolah dan data siswa se- Bali di Badan Pusat Statistik, data jumlah siswa, sejarah dan data penerimaan siswa baru di Sekolah Harapan.

Pada penelitian ini, kelompok responden tidak hanya dari orang tua siswa SMPK 1 Harapan Denpasar saja, namun juga orang tua yang saat ini sedang memikirkan untuk memilih tingkat sekolah SMP, khususnya orang tua siswa kelas V dan VI Sekolah Dasar, Orang tua yang sudah memilih sekolah bagi putra-putri di SMP selain Harapan dan orang tua siswa SMA yang telah memilih sekolah tingkat SMP. Harapannya agar hasil dari penelitian ini lebih memberikan gambaran tentang pertimbangan orang tua dalam memilih sekolah.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2006:73). Menurut Hair et al. dalam Ferdinand (2002:51) yang sesuai dengan model analisis faktor adalah antara 100-200. Selanjutnya dinyatakan pedoman untuk ukuran sampel tergantung dari parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali variabel yang diestimasi. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 28, sedangkan jumlah responden yang digunakan adalah 7 kali jumlah variabel sehingga menjadi 196 responden dan dibulatkan menjadi 200 responden. Pada penelitian ini kelompok sampel di bagi menjadi 2 yaitu kelompok pertama adalah orang tua siswa di SMPK 1 Harapan sebanyak 100 responden dan kelompok kedua adalah orang tua siswa yang saat ini memiliki anak kelas 5 (lima) atau kelas 6 (enam) SD atau yang memilih SMP selain SMPK 1 Harapan Denpasar. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan penentuan pengambilan sampel dilakukan melalui teknik purposive sampling Pada teknik ini, ditentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu kelompok pertama orang tua yang memiliki anak di SMPK 1 Harapan Denpasar karena diharapkan orang tua sudah merasakan proses pendidikan di SMPK 1 Harapan Denpasar sedangkan kelompok kedua adalah orang tua siswa yang saat ini memiliki anak kelas V (lima) atau kelas VI (enam) SD atau yang memilih SMP selain SMPK 1 Harapan Denpasar dan orangtua yang sudah memilih sekolah SMP, untuk mengetahui pertimbangan orangtua dalam memilih sekolah.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu :angket, wawancara, studi kepustakaan. Sugiyono (2003 : 86) menyatakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang tentang fenomena sosial. Seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 untuk jawaban responden.

Reliabilitas atau kehandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama pada waktu berlainan. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicoba berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan ketentuan alpha cronbach ebih besar dari 0.60, (Simamora, 2004 : 177).

Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan pendekatan Alpha Cronbach dengan rumus:

$$r^2 \alpha = \frac{k r^2}{1 + (k-1)r^2}$$



$\alpha$  : Keandalan alpha cronbach

k : Jumlah butir dalam skala

$\bar{X}$  : Rata-rata korelasi diantara butir

F : Jika nilai alpha cronbach  $\geq 0.60$ , maka instrumennya dikatakan reliabel, sebaliknya jika  $< 0.60$ , dikatakan tidak reliabel.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel (Agung 2005:67). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan, sehingga memberikan hasil yang sesuai tujuannya. Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrument dapat dilihat dari besarnya nilai korelasi produk momen dari Pearson dengan nilai alpha sebesar 5 persen atau 0.05. Rumus yang dipakai dalam pengukuran ini (Umar, 2005:190) :

$$R = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

- R : Koefisien korelasi .  
 X : Skala per item kuesioner / responden  
 Y : Total skor semua item kuesioner / responden  
 N : ukuran sampel

Analisis Faktor merupakan analisis statistik yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengelompokkan dan meringkas faktor-faktor yang merupakan dimensi suatu variabel, definisi dan sebuah fenomena tertentu (Agung, 2005:91).

Analisis Diskriminan adalah teknik multivariat yang termasuk pada dependence method, dengan ciri adanya variabel dependend dan independen dengan demikian ada variabel yang hasilnya tergantung pada data variabel independen. Ciri khusus analisis diskriminan adalah data variabel dependen harus berupa data ketegori, sedangkan data untuk variabel independen justru berupa data rasio. Kegunaan utama dari analisis diskriminasi ada dua. Pertama adalah kemampuan memprediksi terjadinya variabel dependend dengan masukan data variabel independen; kedua adalah kemampuan memilih mana variabel independen secara nyata mempengaruhi variabel dependend dan mana tidak (Santoso, 2010:155). Menurut Agung (2005:77) analisis diskriminan bertujuan untuk mengidentifikasi, mengelompokkan dan membedakan. Mengidentifikasi suatu objek, mengelompokkannya dan kemudian menganalisis perbedaan pada kelompok tersebut. Perbedaan rata-rata variabel diskriminan dua kelompok juga dapat diketahui melalui nilai Wilks Lambda yang disesuaikan dengan nilai chi-square. Perbedaan rata-rata variabel diskriminan secara bersama-sama berbeda jika p-value (Sig) < Level of significant Agung, 2005 : 86).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian pada kelompok responden pertama yaitu orang tua siswa SMPK 1 Harapan yang berjumlah 100 orang responden yang terdiri atas 64% laki-laki dan 36% perempuan, dengan usia rata-rata 43 tahun. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden yang terbanyak, yaitu SMU sejumlah 45%, Diploma sejumlah 24%, dan S1 sejumlah 22%. Pekerjaan yang terbanyak dari responden adalah wiraswasta sejumlah 40% dan pegawai swasta sejumlah 39%. Rata-rata penghasilan keluarga (suami + Istri) antara Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000,- hal ini tergolong masyarakat menengah kebawah, sehingga banyak orang tua siswa yang merasa keberatan dengan peningkatan biaya SPP. Informasi mengenai SMPK Harapan terbanyak diperoleh dari keluarga.

Hasil Penelitian pada kelompok responden kedua yaitu orang tua siswa yang memiliki anak mulai dari kelas V – kelas VI Sekolah Dasar yang berencana untuk memilih sekolah dan orang tua siswa di luar SMPK 1 Harapan dan yang memiliki anak di SMU atau sederajat, untuk mengetahui faktor yang sudah dipertimbangkan dalam memilih sekolah. Responden kelompok dua ini berjumlah 100 orang responden yang terdiri atas 51% laki-laki dan 49% perempuan, dengan usia rata-rata 40 tahun. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden yang terbanyak yaitu SMU sejumlah 53%, kemudian S1 sejumlah 27%, dan Diploma sejumlah 13%. Pekerjaan dari responden yang terbanyak adalah pegawai swasta 49% dan wiraswasta 27%. Rata-rata penghasilan keluarga (suami + istri) responden antara Rp.5.000.000,- sampai Rp. 10.000.000,- hal ini tergolong masyarakat menengah keatas. Sekolah asal dari responden menyebar dari Kota Denpasar dan Kabupaten Badung.

Penelitian ini adalah penelitian eksplanatory factordengan jumlah 7 faktor dan 28 variabel. Dari ketujuh faktor yang dianalisis semua faktor memiliki nilai signifikan. Berdasarkan output Rotated Component Matrix Analisis Faktor kelompok responden I, terbentuk 7 Faktor yang menentukan orang tua siswa memilih SMPK 1 Harapan yaitu :

- 1) Faktor 1 (SDM yang memiliki kompetensi dan softskill terdiri atas : guru yang berkualitas (V12), guru yang ramah (V13), karyawan administrasi yang handal (V14), karyawan administrasi yang ramah (V15), karyawan non administrasi yang handal (V16)
- 2) Faktor 2 (citra sekolah, proses pendidikan yang berkualitas dan kebersihan toilet) terdiri atas : reputasi yang baik (V1), prospek melanjutkan pendidikan (V2), toilet yang bersih (V25), peraturan Sekolah yang tegas (V26), proses pembelajaran yang jelas(V27), sistem ujian atau test yang rutin (V28)
- 3) Faktor 3 (sarana pembelajaran yang memadai) terdiri atas : karyawan non administrasi yang ramah (V17), gedung sekolah yang nyaman (V18), sarana pembelajaran yang modern (V19), ruang kelas yang nyaman(V20).
- 4) Faktor 4 (biaya yang terjangkau) terdiri atas : Biaya SPP yang mampu dijangkau (V3), sumbangan peningkatan fasilitas yang mampu dijangkau (V4), biaya ujian yang mampu dijangkau (V5), beasiswa bagi siswa berprestasi (V6), adanya syarat cicilan (V7)
- 5) Faktor 5 (prasarana yang memadai) terdiri atas : alat laboratorium yang lengkap (V21), perpustakaan yang nyaman (V22), sarana parkir yang memadai (V23), sarana olahraga yang memadai (V24)
- 6) Faktor 6 (relationshipterhadap masyarakat dan lingkungan) terdiri atas : lingkungan belajar langsung (V11)
- 7) Faktor 7 (kemudahan akses) terdiri atas : akses ke lokasi sekolah lancar (V8)

terbentuk 6 Faktor yang menentukan orang tua siswa memilih sekolah yaitu :

- 1) Faktor 1 (citra sekolah, relationshipterhadap masyarakat dan lingkungan, SDM yang kompeten dan memiliki softskill) terdiri atas : reputasi yang baik (V1), prospek melanjutkan pendidikan (V2), akses ke lokasi sekolah lancar (V8), lingkungan belajar yang kondusif (V9) memberikan penghargaan bagi siswa berprestasi (V10), sosialisasi kontak langsung (V11), guru yang berkualitas (V12), guru yang ramah (V13)
- 2) Faktor 2 (biaya yang terjangkau) terdiri atas : Biaya SPP yang mampu dijangkau (V3), sumbangan peningkatan fasilitas yang mampu dijangkau (V4), biaya ujian yang mampu dijangkau (V5), beasiswa bagi siswa berprestasi (V6), adanya syarat cicilan (V7)
- 3) Faktor 3 (prasarana yang memadai) terdiri atas : alat laboratorium yang lengkap (V21), perpustakaan yang nyaman (V22), sarana parkir yang memadai (V23), sarana olahraga yang memadai (V24), toilet yang bersih (V25)

- 4) Faktor 4 (SDM yang memiliki kompeten dan memiliki softskill terdiri atas : karyawan administrasi yang handal (V14), karyawan administrasi yang ramah (V15), karyawan non administrasi yang handal (V16), karyawan non administrasi yang ramah (V17)
- 5) Faktor 5 (proses pendidikan yang berkualitas) terdiri atas : peraturan sekolah yang tegas (V26), proses pembelajaran (V27), sistem ujian atau test rutin (V28).
- 6) Faktor 6 (sarana pembelajaran yang memadai) terdiri atas : gedung sekolah yang nyaman (V18), sarana Pembelajaran yang modern (V19), ruang kelas yang nyaman (V20).

Berdasarkan output Rotated Component Matrixa Analisis Faktor gabungan terbentuk 6 Faktor yang menentukan orang tua siswa memilih sekolah yaitu :

- 1) Faktor 1 (citra sekolah, relationship terhadap masyarakat dan lingkungan, SDM yang kompeten dan memiliki softskill terdiri atas : reputasi yang baik (V1), prospek melanjutkan pendidikan (V2), akses ke sekolah lancar (V8), lingkungan belajar yang kondusif (V9), memberikan penghargaan bagi siswa berprestasi (V10), sosialisasi kontak langsung (V11), guru yang berkualitas (V12), guru yang ramah (V13).
- 2) Faktor 2 (biaya yang terjangkau) terdiri atas : biaya SPP yang mampu dijangkau (V3), sumbangan peningkatan fasilitas yang mampu dijangkau (V4), biaya ujian yang mampu dijangkau (V5), beasiswa bagi siswa berprestasi (V6), adanya syarat cicilan (V7)
- 3) Faktor 3 (SDM yang kompeten dan memiliki softskill terdiri atas : karyawan administrasi yang handal (V14), karyawan administrasi yang ramah (V15), karyawan non administrasi yang handal (V16).
- 4) Faktor 4 (Prasarana yang memadai) terdiri atas : alat laboratorium yang lengkap (V21), perpustakaan yang nyaman (V22), sarana parkir yang memadai (V23), sarana olahraga yang memadai (V24)
- 5) Faktor 5 (kebersihan toilet dan proses pendidikan yang berkualitas) terdiri atas : toilet yang bersih (V25), peraturan sekolah yang tegas (V26), proses pembelajaran yang jelas (V27), sistem ujian yang rutin (V28)
- 6) Faktor 6 (sarana pembelajaran yang memadai) terdiri atas: karyawan non administrasi yang ramah (V17), gedung sekolah yang nyaman (V18), sarana pembelajaran yang modern (V19), ruang kelas yang nyaman (V20).

Pada output WiksLambda menunjukkan 0.482 dengan Chi-square 134.255 dan Signifikansi 0.000 atau  $< 0.05$  artinya ada perbedaan yang signifikan antara kelompok responden I dan Kelompok responden II. Variabel yang membedakan dapat dilihat dari Test of equality of group means terdapat 28 variabel yang diamati, hanya 3 variabel yang tidak membedakan yaitu karyawan administrasi yang ramah (V15), karyawan non administrasi yang handal (V16), karyawan non administrasi yang ramah (V17) karena signifikansi  $> 0.05$ . Artinya dalam pengambilan kebijakan, variabel ini tidak perlu diperhatikan. Variabel yang paling membedakan dibaca pada tabel strukture matrik tertinggi yaitu biaya SPP (V3) dengan function 0,689 artinya Biaya SPP merupakan hal yang paling sensitif terhadap pertimbangan pemilihan sekolah.

Implikasi strategis bagi SMPK 1 Harapan terhadap faktor dominan berdasarkan hasil analisis faktor kelompok responden I adalah SDM yang memiliki kompetensi dan softskill. Seorang guru yang berkualitas adalah guru yang memiliki kemampuan mengajar sesuai dengan disiplin ilmunya. Berdasarkan Permendiknas nomor 16 tahun 2007 tentang standar kualifikasi akademik dan kompetensi guru, tertulis pada tabel 3 halaman 18, standar kompetensi guru mata pelajaran di SD/ MI, SMP/MTs, SMA/MA, dan SMK/MAK terdiri atas :

- 1) Kompetensi pedagogik. Seorang guru harus menguasai karakteristik peserta didik dari aspek fisik, moral, spiritual, sosial
- 2) Kompetensi kepribadian. Seorang guru harus bertindak sesuai dengan norma agama, hukum, sosial, dan kebudayaan nasional Indonesia, menampilkan diri sebagai pribadi yang jujur, berahlak mulia dan teladan bagi peserta didik dan masyarakat

- 3) Kompetensi sosial. Seorang guru harus bersikap inklusif, bertindak objektif, serta tidak diskriminatif
- 4) Kompetensi profesional. Seorang guru harus menguasai materi, struktur, konsep dan pola pikir keilmuan yang mendukung mata pelajaran yang diampu, menguasai standar kompetensi dan kompetensi dasar mata pelajaran

Jika faktor ini dipertimbangkan dalam pengembangan pendidikan di SMPK 1 Harapan dengan meningkatkan pendidikan para guru dan karyawan baik pada lembaga formal maupun non formal yang berupa pelatihan- pelatihan, maka akan berdampak pada peningkatan kualitas lulusan walaupun dengan upaya ini, menimbulkan bertambahnya biaya yang harus dianggarkan untuk biaya pengembangan SDM. Membudayakan sikap ramah tidak saja dari tingkat guru dan karyawan administrasi, tetapi juga penting di terapkan pada lapisan karyawan non administrasi seperti petugas keamanan di garda depan yang memberikan pelayanan yang ramah akan memberikan kesan yang baik pada siswa dan orangtuanya, demikian pula dengan petugas cleaning service yang selalu ramah dan rajin untuk menyapa siswa dan orang tuanya sehingga terciptalah suatu suasana kekeluargaan yang akan memberikan kesan positif pada proses pendidikan di Sekolah Harapan. Hal ini hendaknya diterapkan setiap saat dan dimulai dari diri sendiri sehingga akan menularkan sikap ramah kepada seluruh warga sekolah. Kesuksesan suatu sekolah tidak saja bergantung pada guru yang kompeten, namun juga di dukung oleh karyawan administrasi dan non administrasi yang mendukung suasana dan lingkungan belajar.

Meningkatkan reputasi adalah citra baik yang dimiliki sekolah, merupakan suatu langkah meraih kepercayaan masyarakat, namun hal ini tidak dapat dilakukan dalam waktu yang cepat, karena membutuhkan kerjasama seluruh warga sekolah untuk mewujudkan hal yang terbaik yang mampu dinilai baik oleh masyarakat. Biaya periklanan atau biaya publikasi lainnya merupakan salah satu biaya yang berdampak pada peningkatan citra sekolah, karena dengan mengiklankan suatu kegiatan positif yang dilakukan oleh siswa maka secara perlahan akan memberikan pemahaman kepada masyarakat. Hal ini hendaknya dilakukan secara berkala untuk terus meningkatkan reputasi yang baik dan menunjukkan kepada masyarakat bahwa SMPK 1 Harapan merupakan sekolah yang unggul dalam mutu pendidikannya.

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dikemukakan simpulan yaitu :

- 1) Faktor- faktor yang dipertimbangkan orangtua umumnya dalam memilih sekolah untuk tingkat SMP berdasarkan survey pada 100 orang responden terdapat 6 faktor yang dipertimbangkan orangtua dalam memilih sekolah yaitu : faktor pertama terdiri atas Citra sekolah, relationship erhadap masyarakat dan lingkungan, SDM yang kompeten dan memiliki softskill, faktor kedua adalah biaya yang terjangkau, faktor ketiga adalah prasarana yang memadai, faktor keempat adalah SDM yang kompeten dan memiliki softskill faktor kelima adalah proses pendidikan yang berkualitas dan faktor yang keenam adalah sarana pembelajaran yang memadai sedangkan faktor yang dipertimbangkan untuk memilih SMPK 1 Harapan Denpasar terdapat 7 faktor yang terdiri atas : faktor pertama adalah faktor SDM yang memiliki kompetensi dan softskill faktor kedua terdiri atas : citra sekolah, proses pendidikan yang berkualitas dan kebersihan toilet, faktor ketiga adalah sarana pembelajaran yang memadai, faktor keempat adalah biaya yang terjangkau, faktor kelima adalah prasarana yang memadai, faktor keenam adalah relationship terhadap masyarakat dan lingkungan dan faktor ketujuh adalah kemudahan akses.
- 2) Implikasi strategis bagi SMPK 1 Harapan setelah membandingkan hasil kedua kelompok responden bahwa hal yang paling dominan dalam pertimbangan memilih sekolah adalah citra sekolah, relationship terhadap masyarakat dan lingkungan serta SDM yang berkompeten dan memiliki softskill Oleh karena itu, Sekolah Harapan harus terus meningkatkan reputasi yang

baik dengan mempertahankan nilai akreditasi A dan terus meningkatkan prestasi siswa dalam bidang akademis dan non akademis. Pentingnya hubungan yang baik dengan masyarakat dan lingkungan akan berpengaruh pada citra sekolah, apalagi jika dilihat dari sumber informasi terbanyak dalam mengetahui orang tua adalah karena informasi dari keluarga, karena itu penting menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat dan lingkungan. Guru yang berkompeten dalam bidangnya dan selalu bersifat ramah pada siswa dan orangtuanya akan mendukung kenyamanan siswa dalam proses pembelajaran. Biaya SPP yang mampu dijangkau adalah hal yang paling sensitif dalam pertimbangan memilih sekolah. Karena itu, perlu pemberian informasi kepada masyarakat bahwa biaya SPP yang ditetapkan oleh SMPK 1 Harapan adalah sesuai dengan manfaat yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian melalui pertanyaan terbuka terdapat banyak saran yang disampaikan orang tua siswa SMPK 1 Harapan yang perlu mendapat perhatian manajemen adalah penanganan kemacetan lalu lintas, penyesuaian harga SPP sehingga tidak terkesan mahal, memperbaiki sarana yang kurang memadai, menjaga kebersihan toilet, meningkatkan keamanan daerah parkir, meningkatkan kenyamanan belajar. Terus meningkatkan kualitas guru dan pegawai serta terus menumbuhkan sikap ramah kepada seluruh siswa dan orangtuanya. mempertahankan reputasi yang baik dengan mempertahankan nilai Akreditasi A dan meningkatkan kompetensi sekolah seperti sekolah favorit.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Bhuana.2005. Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS, Yogyakarta: ANDI
- Alma, Buchari. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Alma, Hurriyanti. 2008. Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta
- Dinawan, M Rhendria.2010. Analisis faktor. Faktor yang Mempengaruhi pembelian (studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo jaya Semarang. Tesis. Program Magister Manajemen UNDIP.
- Engkoswara dan Komariah, Aan. 2010. Administrasi Pendidikan. Bandung: Alfabeta
- Hair et al. 1998. Multivariate Data Analisis with Readings. Fifth Edition. Prentice-Hall International.
- Hurriyanti, Ratih. 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta
- Komalawati. 2004. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Mahasiswa Untuk Melanjutkan Pendidikan Di PPLP Dhyana Pura (Studi Kasus). Tesis. Program Magister Manajemen Universitas Udayana, Denpasar.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin lane. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi keduabelas, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks,
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga,
- Maryati, Sri. 2009. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri di Kota Semarang. . Tesis. Program Magister Manajemen UNDIP
- Mowen, Minor.2002 Perilaku Konsumen. Edisi kelima Jilid 1. Jakarta: PT Indeks,
- Sanjaya. 2009. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Membeli Telepon Seluler Merek Nokia dan Implikasi Strategi Pemasarannya di Kota Denpasar. Tesis. Program Magister Manajemen Universitas Udayana
- Santoso, Singgih. 2010. Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS, Jakarta: Gramedia.

- Simamora, Bilson. 2003. Membongkar Kotak Hitam Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,
- Sudibyo, Bambang. 2007. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2007 Tentang Standar Kualifikasi Akademik dan Kompetensi Guru ([www.kemdiknas.go.id/media/96016/permen\\_16\\_2007.pdf](http://www.kemdiknas.go.id/media/96016/permen_16_2007.pdf))
- Sugiyono, 2006. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta,
- Sulistiowati, Tutik. 2008. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa, Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Sumurung, Hendri. 2005. Manajemen Pemasaran Sekolah sebagai salah satu kunci keberhasilan persaingan sekolah. Jurnal Pendidikan Penabur No 05/ThIV/Desember 2005
- Trimantara, Petrus. 2007. Sekolah Unggulan antara Kenyataan dan Impian. Jurnal Pendidikan Penabur No 08 Vol VI 2007
- Umar. Husein, 2005. Riset Pemasaran dan perilaku konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Umi,Eka. 2008. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan. Tesis. Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan.
- Wijaya, David. 2008. Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing sekolah. Jurnal Pendidikan Penabur No 11/tahun ke 7 /desember 2008 hal 42-56