

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
SISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA
UNIVERSITAS ISLAM RIAU DI SMA KECAMATAN SINGINGI**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan*



Disusun oleh:

LUTVIE OKTARIAWAN

156810259

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITA ISLAM RIAU**

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL

**"PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN SISWA
DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA UNIVERSITAS ISLAM
RIAU DI SMA KECAMATAN SINGINGI"**

Dipersiapkan Oleh :

Nama : Lutvie Oktariawan
NPM : 156810259
Jurusan/Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Pembimbing Utama


Dr. Sukarni, M.Si., Ph.D

NIP. 19610926198811001

NIDN. 0026096101

Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi


Dr. Endang, M.Si., Ph.D

NIP. 19610926198811001

NIDN. 0026096101

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 27 Oktober 2020

Wakil Dekan Bidang Akademik


Dra. Hl. Tity Hastuti, M.Pd

NIP. 195911091987032002

NIDN. 00110959041

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN SISWA
DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA UNIVERSITAS ISLAM RIAU
DI SMA KECAMATAN SINGINGI**

Dipersembahkan dan disusun oleh

LUTVIE OKTARIAWAN
NPM. 156810259

Pendidikan Akuntansi

Telah dipertahankan oleh tim penguji
Tanggal 07 November 2020

**Tim Pembimbing
Pembimbing Utama**

Dra. H. Sukarai, M.Si, Ph. D
NIP. 19610926198811001
NIDN. 0026096101

Tim Penguji

Penguji I

Agus Baskara, M.Pd
NIDN. 1014078502

Penguji II

Dr. Hj. Nurhuda, M.Pd
NIDN. 0027096301

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pendidikan pada fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 15 Desember 2020

Wakil Dekan Bidang Akademik










Dra. Hj. Titik Hastuti, M.Pd
NIP. 195911091987032002
NIDN. 00110959041

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap:

Nama : Lutvie Oktariawan
NPM : 156810259
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Jenjang Pendidikan : S1
Pembimbing Utama : Drs. H. Sukarni, M.Si., Ph.D
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN SISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA UNIVERSITAS ISLAM RIAU DI SMA KECAMATAN SINGINGI

No	Tanggal	Berita Bimbingan	Paraf
1	1 Agustus 2019	ACC judul	
2	8 Oktober 2019	Revisi BAB I,II, dan III	
3	2 November 2019	Revisi BAB I,II, dan III	
4	13 November 2019	ACC seminar proposal	
5	8 Januari 2020	Perbaikan Judul	
6	2 Maret 2020	Revisi BAB I,II, dan III	
7	17 Juli 2020	Revisi BAB IV dan V	
8	8 Agustus 2020	ACC Skripsi	

Pekanbaru, 27 Oktober 2020
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dra. H. Tity Hastuti, M.Pd
NIP. 195911091987032002
NIDN. 00110959041

SURAT KETERANGAN

Kami pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut dibawah ini:


Nama : Lutvie Oktariawan
NPM : 156810259
Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Telah selesai menyusun skripsi dengan judul:
**"PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN SISWA
DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA UNIVERSITAS ISLAM RIAU
DI SMA KECAMATAN SINGINGI"** dan siap untuk diajukan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 15 Desember 2020

Pembimbing


Drs. H. Sukarni, M.Si, Ph. D

NIP. 19610926198811001

NIDN. 0026096101

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lutvie Oktariawan
NPM : 156810259
Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi atau karya ilmiah ini merupakan karya saya sendiri kecuali ringkasan atau kutipan (baik langsung maupun tidak langsung), saya ambil dari berbagai sumber dan menyebutkan namanya secara ilmiah saya bertanggung jawab atas kebenarannya dan fakta skripsi ini.

Pekanbaru, 15 Desember 2020

Saya yang menyatakan



Lutvie Oktariawan
NPM. 156810259

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN SISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI
SWASTA UNIVERSITAS ISLAM RIAU DI SMA KECAMATAN
SINGINGI**

**LUTVIE OKTARIAWAN
156810259**

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui: Pengaruh promosi terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta universitas islam riau di SMA Kecamatan Singingi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini adalah penelitian populasi dengan subjek seluruh siswa kelas 3 SMA yang memiliki jurusan IPS di kecamatan Singingi tahun ajaran 2019/2020 yang berjumlah 117 siswa. Yang terdiri dari SMA Negeri 1 Singingi dan SMANegeri 2 Singingi. Pengumpulan data menggunakan angket serta observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: promosi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta universitas islam riau di SMA Kecamatan Singingi dengan besarnya pengaruh sebesar 86,2 %.

Kata kunci: Promosi, Pengambilan Keputusan

**THE EFFECT OF PROMOTION ON STUDENT DECISION MAKING IN
CHOOSING PRIVATE UNIVERSITIES RIAU ISLAMIC UNIVERSITY IN
SMA KECAMATAN SINGINGI**

LUTVIE OKTARIAWAN

156810259

ABSTRACT

The purpose of the research is to know the effect of promotion on student decision making in choosing private universities riau islamic university in SMA Kecamatan Singingi. It is a descriptive research with quantitative approach. The population of this research is the third grade or senior high school students who are in social program in Singingi regency on 2019/2020 of academic year. The amount of students is about 117 students. The students are from SMA Negeri 1 Singingi and SMA Negeri 2 Singingi. The researcher uses questionnaire and observation as the instrument of the research. The result of the research shows the significant effect of promotion on student decision making in choosing private universities riau islamic university in SMA Kecamatan Singingi which in number it is about 86,2%.

Keywords: Promotion, Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun judul penelitian adalah Pengaruh Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta Universitas Islam Riau Di SMA Kecamatan Singingi. Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai syarat guna mencapai gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL Rektor Universitas Islam Riau.
2. Ibu Dr. Sri Amnah, M.Si Dekan, Ibu Dra. Hj. Tity Hastuti, M.pd Wakil Dekan 1 Bidang Akademik, Ibu Dr. Hj. Nurhuda, Wakil Dekan II Bidang Administrasi dan Keuangan, Bapak Drs. Daharis, M.pd Wakil Dekan III Bidang Mahasiswa dan Alumni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau.
3. Bapak Drs. H. Sukarni, M.si, Ph. D. Selaku Ketua Prodi dan Bapak Purba Andy Wijaya, M.Pd Sekretaris Program Studi pendidikan Akuntansi FKIP Universitas Islam Riau.
4. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah memberi ilmu pengetahuan serta para

karyawan/i Tata Usaha Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah banyak membantu melayani selama kuliah di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

5. Dr. Sukarni, M.Si, Ph, D. Pembimbing utama yang selalu memberikan dorongan dan membekali ilmu pengetahuan.
6. Orang Tua tercinta Suhadi dan suratiyem Keluarga yang selalu memotivasi serta rangkaian doa yang tidak pernah putus.
7. Kepada abang kandungku Aden Dewan Dono dan kakak iparku Rita Susanti yang telah memberikan motivasi untuk terus semangat.
8. Teman-teman angkatan 2015 dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini yang tidak disebut satu persatu-satu.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, oleh sebab itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita sebagaimana yang diharapkan. Amin

Pekanbaru, Juli 2020

LUTVIE OKTARIAWAN

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	V
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	6
3. Rumusan Masalah	6
4. Tujuan Penelitian	6
5. Manfaat Penelitian	7
6. Definisi Operasional	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
1. Pengambilan Keputusan	9
2. Promosi	16
3. Penelitian yang Relevan	20
4. Kerangka Berfikir	21
5. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
1. Jenis Penelitian	23
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3. Populasi dan Sampel	24

4. Metode Pengumpulan Data	24
5. Analisis Instrumen Penelitian	27
6. Model dan Teknik Analisis Data	29
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
1. Gambaran Lokasi,Waktu dan Subyek Penelitian.....	32
2. Deskripsi Data Responden	37
3. Statistik Deskriptif	37
4. Uji Kualitas Data.....	39
5. Metode Analisa Data.....	41
6. Pembahasan Hasil Penelitian	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
1. Kesimpulan	46
2. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Populasi	24
Tabel 3.2 Skala Likert	25
Tabel 3.3 Kisi-kisi angket	25
Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner	37
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	38
Tabel 4.3. Uji Validitas Variabel Promosi	39
Tabel 4.4. Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	42
Tabel 4.8 Hasil Analisis Uji R	43

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pendidikan mempunyai peranan yang sangat sentral dan strategis, terutama jika dikaitkan dengan upaya peningkatan mutu sumber daya manusia (SDM). Karena hanya dengan sumber daya manusia yang berkualitaslah akan tercipta peningkatan harkat dan martabat manusia yang sejati. Hal ini relevan dengan yang diamanatkan dalam Undang-Undang Sisdiknas yang baru pasal 1 ayat 1 tentang pendidikan yang menyatakan "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengenalan diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya masyarakat, bangsa, dan negara.

Pendidikan merupakan bentuk dari investasi jangka panjang (long-term investment) artinya bahwa investasi pada bidang sumber daya manusia memang tidak segera bisa dinikmati hasilnya. Namun pada jangka panjang diyakini manfaatnya akan segera terasakan yaitu dengan mempersiapkan SDM berkualitas melalui saluran pendidikan berkualitas di masa depan, sudah tentu segenap pilar kekuatan bangsa harus melakukan investasi sebesar-besarnya untuk peningkatan kualitas (proses dan hasil) dunia pendidikan..

Perguruan Tinggi sebagai salah satu bagian penting dalam dunia pendidikan yang ikut bertanggungjawab dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa mempunyai tanggungjawab dan peran yang sangat strategis untuk mengambil

bagian dalam mengatasi permasalahan kualitas sumber daya manusia. Kebijakan pemerintah yang memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada semua komponen masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan pendidikan di Indonesia serta untuk memberdayakan peran serta masyarakat menyelenggarakan pendidikan berdasarkan prinsip otonomi dalam konteks negara kesatuan Republik Indonesia khususnya pendidikan tinggi. Selain itu perubahan paradigma pengelolaan pendidikan tinggi telah bergeser dari pendekatan sentralistik ke arah pendekatan desentralisasi serta terikat pada satu tujuan sebagaimana dirumuskan dalam Visi 2010 Pendidikan Tinggi Indonesia, yaitu pada tahun 2015 telah dapat diwujudkan sistem pendidikan tinggi termasuk perguruan tinggi yang sehat sehingga mampu memberikan kontribusi pada daya saing bangsa dengan ciri berkualitas, memberi akses dan berkeadilan serta otonomi (HELTS 2003-2010).

Gambaran kualitas Sumber daya manusia dapat pula dilihat dari kualitas perguruan tinggi yang ada di Indonesia sebagai salah satu lembaga yang bertanggungjawab dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia . Salah satu indikator yang dapat dijadikan rujukan adalah tingkat persaingan perguruan tinggi antar negara baik di tingkat dunia maupun di tingkat negara-negara di Asia Tenggara.

Di Propinsi Riau sebagai salah satu pusat pendidikan di kawasan barat Indonesia jumlah perguruan tinggi berkembang cukup signifikan baik Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta. Pada tahun 2013 jumlah

perguruan tinggi swasta yang terdiri dari Universitas 6 bh, Sekolah Tinggi 27 bh, Politeknik 3 bh dan Akademi 36 bh.

Perkembangan perguruan tinggi swasta yang cukup pesat ini diharapkan bisa memberi kontribusi maksimal dalam pembangunan dalam berbagai sektor tidak hanya di Riau tetapi paling tidak Indonesia Barat. Selain itu diharapkan pula ke depan Perguruan tinggi swasta yang ada di Riau mampu berkiprah dan menunjukkan kualitasnya di level nasional.

Dari data yang ada menunjukkan bahwa dalam kurun waktu selama duatahun yaitu tahun ajaran 2018-2019, jumlah mahasiswa baru perguruan swasta Universitas Islam Riau tahun 2018 berjumlah 27.410 mahasiswa menjadi 27.210 mahasiswa mahasiswa. Hal ini karena semakin ketatnya persaingan antar perguruan tinggi swasta dan adanya kebijakan memperketat seleksi penerimaan. Dengan demikian indikator kualitas seleksi dimana semakin kecil proporsi tingkat keketatan menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas seleksi, yang bermakna semakin tingginya tingkat persaingan untuk bisa diterima di perguruan tinggi tertentu.

Mengantisipasi fakta-fakta tersebut maka proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta tertentu sangat penting untuk diketahui oleh para pengelola perguruan tinggi swasta melalui kajian perilaku konsumen.

Demikian pula yang dikemukakan oleh James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, (1992) yang menyatakan bahwa keputusan konsumen dalam memilih sebuah produk/jasa dipengaruhi oleh tiga hal yakni 1)

Pengaruh lingkungan/eksternal yang terdiri dari faktor budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi; 2) Pengaruh Perbedaan Individu/Internal yang terdiri dari Sumber daya konsumen (waktu, uang, perhatian), motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi 3) Pengaruh Psikologis yang terdiri dari pengolahan, informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku.

Tuntutan konsumen dan calon konsumen terhadap atribut dan kinerja jasa pendidikan yang mereka dapatkan memicu meningkatnya intensitas persaingan antar penyedia jasa pendidikan tinggi. Sekarang ini penyedia jasa pendidikan tinggi dituntut untuk bisa menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan berusaha menawarkan jasa pendidikan tinggi yang sesuai dengan yang diharapkan calon konsumen.

Dalam pengembangan atribut dan kinerja jasa perguruan tinggi, perguruan tinggi swasta perlu mempertimbangkan strategi pemasaran dalam bentuk kombinasi marketing mix yang tepat untuk memenangkan persaingan. Menurut Booms dan Bitner (Kotler, 1997:82), strategi bauran pemasaran yang terdiri dari people, physical evidence dan process (3P) perlu diperluas dengan menambahkan tiga komponen yang mereka dapatkan memicu meningkatnya intensitas persaingan antar penyedia jasa yaitu produk, price, place dan promotion (4P).

Dimensi bauran pemasaran jasa pendidikan tersebut perlu didesain dalam bentuk atribut yang bersifat akademik maupun non akademik menjadi sebuah proses pendidikan tinggi yang berkualitas dan mampu menghasilkan lulusan yang siap bersaing di bursa kerja. Pengembangan atribut baik bersifat

akademik maupun non akademik bisa dilakukan dengan adanya masukan mengenai tuntutan konsumen (*customer voice*) yang kemudian dapat dijadikan dasar sebagai kebijakan dan strategi manajemen pendidikan tinggi, Khususnya strategi pemasaran. (Risdiyanto dan Dharmmesta, 2001:403)

Di era globalisasi ini perguruan tinggi harus berbasis pada mutu atau kualitas yaitu dengan melakukan kegiatan jasa pendidikan yang harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan perguruan tinggi lain. Yang kedua adalah dengan pengembangan sebanyak mungkin tentang keinginan calon konsumen terhadap jasa yang akan mereka terima sangat penting untuk dilakukan. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka peneliti mengambil permasalahan untuk diteliti berkaitan dengan pengaruh promosi terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta Universitas Islam Riau di SMA Kecamatan Singingi.

Dari hasil wawancara dengan beberapa orang siswa bahwa masih ada siswa kelas 3 yang belum tahu Perguruan Tinggi swasta Universitas Islam Riau yang ada di pekanbaru dan ada juga yang mengatakan bahwa mereka belum tahu bahwa Universitas Islam Riau merupakan perguruan tinggi swasta yang favorit di pekanbaru. Bahkan masih banyak diantara mereka yang belum menentukan pilihan perguruan tinggi mana yang akan mereka pilih.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan tersebut diatas dimana terjadi disparitas yang cukup signifikan antara satu Perguruan Tinggi Swasta dengan Perguruan Tinggi Swasta yang lainnya, dan kurangnya peminat terhadap perguruan tinggi swasta tertentu menjadi sangat menarik untuk menjadi bahan

kajian penelitian untuk mengetahui hal-hal yang menjadi pertimbangan calon siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta tertentu, terutama pada universitas islam riau.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah antara lain:

1. Masih ada siswa kelas 3 yang belum tahu Perguruan Tinggi swasta Universitas Islam Riau yang ada di Pekanbaru
2. Masih ada siswa yang belum tahu bahwa Universitas Islam Riau merupakan perguruan tinggi swasta yang favorit di pekanbaru
3. Bahkan masih banyak diantara mereka yang belum menentukan pilihan perguruan tinggi mana yang akan mereka pilih.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dalam latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan beberapa masalah pokok penelitian sebagai berikut::

- 1) Berapa besar pengaruh promoserhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta Universitas Islam Riau di SMA Kecamatan Singingi.

4. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya studi ini berupaya untuk menjawab masalah yang telah dipaparkan di atas, secara operasional studi ini bertujuan untuk:

- 1) Untuk mengetahui pengaruhpromoserhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta Universitas Islam Riau di

SMA Kecamatan Singingi.

5. Manfaat Penelitian

Secara rinci hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Universitas Islam Riau, agar dapat digunakan sebagai informasi dan acuan untuk melihat siswa dalam pengambilan keputusan untuk kuliah di Perguruan Tinggi Swasta Universitas Islam Riau.
2. Memberikan masukan kepada para pengelola perguruan tinggi Universitas Islam Riau dalam rangka peningkatan manajemen pengelolaan dengan memperpendek jarak antara tawaran perguruan tinggi dan keinginan masyarakat pada umumnya dan siswa pada khususnya.
3. Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam mengkaji permasalahan problematika pengambilan keputusan.

6. Defenisi Operasional

Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Pengambilan keputusan

Keputusan siswa merupakan keputusan yang diambil siswa memilih Universitas Islam Riau sebagai tempat melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan mahasiswa adalah identifikasi masalah, pengumpulan informasi yang relevan, alternatif tindakan, analisis alternatif, memilih alternatif terbaik, melaksanakan keputusan dan evaluasi hasil.

b. Promosi

Promosi adalah alat yang digunakan dalam penyampaian dari sumber kepada penerima dengan menggunakan alat-alat komunikasi. Promosi adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan kepada masyarakat. Promosi yang di maksud disini merupakan alat bagi lembaga pendidikan untuk mempromosikan atau memasarkan sebuah jasa pendidikan. Promosi pendidikan disini yang dimaksud terdiri dari *personal selling*, *mass selling*, promosi penjualan, hubungan masyarakat, *direct marketing*, dan *word of mouth*. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil tiga bauran pemasaran yakni bagaimana pihak universitas islam riau menjaga hubungan baik dengan masyarakat (hubungan masyarakat), promosi dengan menggunakan media berupa TV, spanduk dan koran (pemasaran langsung) dan mempromosikan universitas islam riau melalui mulut ke mulut (*word of mouth*)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengambilan Keputusan

1) Pengertian Pengambilan Keputusan

Reed (2011:358) mengatakan bahwa setiap hari orang-orang akan membuat keputusan. Secara umum, menurut Schiffman & Kanuk (2008:485) keputusan adalah seleksi terhadap dua atau lebih alternatif pilihan. Dengan kata lain untuk membuat keputusan harus terdapat alternatif pilihan.

Menurut Eisenfuhr (dalam Lunenburg, 2010) pengambilan keputusan adalah proses membuat pilihan dari sejumlah alternatif untuk mencapai hasil yang diinginkan. Definisi ini memiliki tiga kunci elemen. Pertama, pengambilan keputusan melibatkan membuat pilihan dari sejumlah pilihan. Kedua, pengambilan keputusan adalah proses yang melibatkan lebih dari sekedar pilihan akhir dari antara alternatif. Ketiga, "hasil yang diinginkan" yang disebutkan dalam definisi melibatkan tujuan atau target yang dihasilkan dari aktivitas mental bahwa pembuat keputusan terlibat dalam mencapai keputusan akhir (dalam Lunenburg, 2010).

Dapat diartikan bahwa pengambilan keputusan itu adalah sebuah proses yang dinamik, dimulai dari pencarian kompleks untuk informasi, penuh jalan memutar, memperkaya tanggapan dari pemilihan tentang segala arah mengumpulkan dan membuang informasi.

2) Dasar-Dasar Pengambilan Keputusan

George R. Terry menjelaskan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, antara lain :

- a. Intuisi Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan faktor kejiwaan lain. Sifat subjektif dari keputusan intuitif ini terdapat beberapa keuntungan, yaitu :
 1. Pengambilan keputusan oleh satu pihak sehingga mudah untuk memutuskan.
 2. Keputusan intuitif lebih tepat untuk masalah-masalah yang bersifat kemanusiaan. Pengambilan keputusan yang berdasarkan intuisi membutuhkan waktu yang singkat Untuk masalah-masalah yang dampaknya terbatas, pada umumnya pengambilan keputusan yang bersifat intuitif akan memberikan kepuasan. Akan tetapi, pengambilan keputusan ini sulit diukur kebenarannya karena kesulitan mencari pembandingnya dengan kata lain hal ini diakibatkan pengambilan keputusan intuitif hanya diambil oleh satu pihak saja sehingga hal-hal yang lain sering diabaikan.
- b. Pengalaman Dalam hal tersebut, pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. Keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan

pemecahan masalah.

- c. Fakta Keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.
- d. Wewenang Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik diktatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.
- e. Rasional Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Masalah – masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif. Dalam masyarakat, keputusan yang rasional dapat diukur apabila kepuasan optimal masyarakat dapat terlaksana dalam batas-batas nilai masyarakat yang di akui saat itu. Jadi, dasar-dasar pengambilan Keputusan antara lain berdasarkan intuisi, pengalaman, fakta, wewenang dan rasional.

3) **Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan**

Menurut Hasan (2002:14) dalam pengambilan keputusan ada beberapa faktor atau hal yang mempengaruhinya, faktor-faktor tersebut antara lain posisi atau kedudukan, masalah, situasi, kondisi dan tujuan.

1. Posisi/kedudukan

Dalam kerangka pengambilan keputusan, posisi/kedudukan seseorang dapat

dilihat dalam hal berikut:

a. Letak posisi

Dalam hal ini apakah ia sebagai pembuat keputusan, penentu keputusan, ataukah yang menjalani.

b. Tingkatan posisi

Dalam hal ini apakah sebagai strategi, *policy*, peraturan, organisasional, operasional, teknis.

2. Masalah

Masalah adalah apa yang menjadi penghalang untuk tercapainya tujuan, yang merupakan penyimpangan dari pada apa yang diharapkan, direncanakan, atau dikehendaki dan harus diselesaikan.

3. Situasi

Situasi adalah keseluruhan faktor-faktor dalam keadaan yang berkaitan satu sama lain dan yang secara sama-sama memancarkan pengaruh terhadap kita beserta apa yang hendak kita perbuat.

4. Kondisi

Kondisi adalah keseluruhan dari faktor-faktor yang secara bersama-sama menentukan gaya gerak, daya berbuat atau kemampuan kita.

5. Tujuan

Tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan perorangan, tujuan unit (kesatuan), tujuan organisasi, maupun tujuan usaha, pada umumnya telah tertentu/ telah ditentukan. Tujuan yang ditentukan dalam pengambilan keputusan merupakan tujuan antara atau objektif.

4) Tahap-tahap dalam pengambilan keputusan

Menurut Sir Francis Bacon dalam Hasan (2002: 25) proses pengambilan keputusan terdiri dari enam tahap yaitu:

1. Merumuskan/Mendefinisikan Masalah
Merupakan suatu usaha untuk mencari permasalahan sebenarnya.
2. Pengumpulan Informasi yang Relevan
Merupakan pencarian faktor-faktor yang mungkin terjadi sehingga dapat diketahui penyebab timbulnya masalah.
3. Mencari Alternatif Tindakan
Merupakan pencarian kemungkinan yang dapat ditempuh berdasarkan data dan permasalahan yang ada.
4. Analisis Alternatif
Merupakan penganalisisan setiap alternatif menurut kriteria tertentu yang sifatnya kualitatif atau kuantitatif.
5. Memilih Alternatif Terbaik
Pemilihan alternatif terbaik dilakukan atas kriteria tertentu dan skala prioritas tertentu.
6. Melaksanakan keputusan dan evaluasi hasil
Merupakan tahap melaksanakan/mengambil tindakan. Umumnya tindakan ini dituangkan ke dalam rencana tindakan. Evaluasi hasil memberikan masukan/umpan balik yang berguna untuk memperbaiki suatu keputusan atau merubah tujuan semula karena telah terjadi perubahan-perubahan.
Berdasarkan uraian di atas maka indikator yang digunakan untuk mengukur

keputusan mahasiswa pada penelitian ini adalah mengidentifikasi masalah, pengumpulan informasi yang relevan, mencari alternatif tindakan, analisis alternatif, memilih alternatif terbaik, melaksanakan keputusan dan evaluasi hasil.

5) **Aspek-aspek dalam pengambilan keputusan**

Aspek-aspek pengambilan keputusan studi lanjut menurut Hasan (dalam Faqih, 2012) antara lain sebagai berikut:

- a. Memahami potensi diri. Memahami potensi diri dimaksudkan siswa memiliki kesanggupan untuk membentuk suatu gambaran tentang dirinya sendiri, tentang kelebihan, kekurangan, sifat-sifat, bakat dan minat yang ada dalam dirinya.
- b. Memahami lingkungan. Memahami lingkungan dimaksudkan siswa memiliki kesanggupan untuk memahami dan menggambarkan keadaan lingkungannya baik lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan sekitar sehingga menunjukkan suatu keadaan yang jelas.
- c. Menemukan hambatan-hambatan dalam mengambil keputusan studi lanjut. Menemukan hambatan-hambatan dalam mengambil keputusan berarti siswa sanggup menemukan, mengidentifikasi, dan mencari jalan keluar dari keadaan yang menghambatnya dalam mengambil keputusan studi lanjut.
- d. Memutuskan pilihan berdasarkan alternatif-alternatif yang ada. Memutuskan pilihan berdasarkan alternatif yang ada berarti siswa mampu memahami diri, memahami keadaan lingkungan, dan mampu menemukan hambatan dalam mengambil keputusan studi lanjut yang kemudian hal tersebut akan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan dari uraian diatas, aspek-aspek gaya pengambilan keputusan ialah dari diri individu; kemampuan mempertimbangkan beberapa alternatif yang tersedia, kemampuan menghadapi tantangan untuk mencapai situasi yang diinginkan. kemampuan untuk menerima risiko yang ada dan melaksanakan keputusan yang telah dipilih, preferensi masing-masing serta memahami potensi diri sendiri.

6) **Konsekuensi dalam pengambilan keputusan**

Konsekuensi merupakan hasil atau dampak dari sejumlah tindakan yang diambil oleh pembuat keputusan. Konsekuensi dari sebuah tindakan yang diharapkan akan terwujud oleh seseorang, terutama sekali yang memberikan hasil positif terhadap pencapaian tujuan, disebut sebagai manfaat (benefit). Manfaat merupakan konsekuensi yang akan dapat menghindari terwujudnya resiko. Konsekuensi yang tidak masuk dalam perhitungan, karena dianggap bernilai kecil atau tidak terlalu penting dalam analisis pencapaian tujuan, namun tetap memiliki pengaruh terhadap pencapaian tujuan kelompok atau orang lain diistilahkan sebagai spillover atau externalities. (Dermawan, 2004: 76).

7) **Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian**

Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan individual dapat dibedakan menjadi dua faktor utama, (Moordiningsih dan Faturochman, 2006:6) yaitu :

- a. faktor internal, yang berasal dari dalam individu Faktor internal meliputi promosi individu, persepsi, nilai-nilai yang dimiliki individu, motivasi dan kemampuan analisis permasalahan.

- b. Faktor eksternal, yang berasal dari luar individu. Faktor eksternal meliputi rentang waktu dalam membuat keputusan, informasi dan komunitas individu saat mengambil keputusan, seperti peran pengaruh sosial maupun peran kelompok

2. Promosi

1) pengertian Promosi

Menurut Prawirosentono (2004: 158) promosi adalah kegiatan yang memperkenalkan sekaligus menjelaskan manfaat produk dan mutu yang dipasarkan kepada konsumen, dengan tujuan agar volume penjualan dapat meningkat. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Dari definisi-definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa promosi adalah suatu usaha untuk mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

2) Metode Promosi Jasa

Suryadi mengemukakan beberapa metode promosi yang dapat dilakukan yaitu; pertama, personal selling yaitu kegiatan promosi secara lisan kepada calon pembeli; kedua, iklan yaitu bentuk promosi yang memperkenalkan produk melalui suatu media massa atau poster di tempat umum; dan yang ketiga, publisitas yaitu promosi penjualan suatu produk dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa

Pendapat tersebut sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Buchari Alma dan Ratih Harriyati, 2008) tentang metode promosi yaitu mencakup beberapa hal sebagai berikut:

- 1) *Personal Selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.
- 2) *Mass Selling* merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Ada dua bentuk utama mass selling, yaitu periklanan dan publisitas.
- 3) Promosi Penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera.
- 4) Hubungan Masyarakat merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.
- 5) *Direct Marketing* adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi.
- 6) *Word of Mouth* pentingnya penyerahan (*greater importance of referral*) dan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) merupakan salah satu ciri khusus dari promosi dalam bisnis jasa.

Menurut uraian di atas, metode promosi yang dilakukan adalah dengan cara; komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan, menggunakan media komunikasi, melalui berbagai insentif yang dapat diatur, komunikasi menyeluruh, memanfaatkan beberapa media iklan, dan komunikasi dari mulut ke mulut. Di dalam jasa pendidikan tinggi, promosi yang dapat dilakukan adalah *advertising*/periklanan (seperti iklan TV, radio, spot, dan *billboard*), promosi penjualan (seperti pameran dan investasi), melakukan kontak langsung dengan calon mahasiswa, dan melakukan kegiatan hubungan masyarakat.

2) Indikator Promosi

Indikator Promosi Menurut (Tjiptono, 2008) Indikator Promosi yaitu :

a. Periklanan

Merupakan salah satu bentuk promosi yang menggunakan media cetak untuk menyampaikan komunikasi kepada konsumen, biasanya melalui media seperti banner, poster, dan lain sebagainya.

b. Penjualan personal

Penjualan personal adalah interaksi langsung, komunikasi tatap muka antara penjual dengan pembeli untuk memperkenalkan produknya.

c. Promosi penjualan

Promosi penjualan adalah promosi untuk menambah dan mengkoordinasikan kegiatan pengambilan keputusan pembelian, tujuannya untuk menarik pelanggan.

d. Hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat yaitu upaya komunikasi menyeluruh untuk mempengaruhi opini, keyakinan dan sikap konsumen terhadap perusahaan.

3) Tujuan Promosi

Menurut (Swastha dan Irawan, 2008: 353) Praktek promosi dapat dilakukan dengan mendasarkan pada tujuan-tujuan sebagai berikut:

a. Modifikasi tingkah laku

Seseorang melakukan komunikasi itu mempunyai beberapa alasan, antara lain: mencari kesenangan, mencari bantuan, mengemukakan ide dan pendapat. Promosi bisa merubah tingkah laku dan pendapat konsumen tentang produk tersebut dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk.

b. Memberitahu

Kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan tentang suatu produk.

c. Membujuk

Memberikan pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli. Promosi ini diarahkan untuk mendorong untuk melakukan pembelian.

d. Mengingat

Promosi dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk di hati masyarakat. Perusahaan berusaha untuk mempertahankan pembeli yang ada

3. Penelitian yang relevan

1. Sri Mulyatini, Suharyati, Tati Handayani meneliti dengan judul **Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Program Studi** di Universitas Veteran Yogyakarta. Dari analisa yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi terdiri dari 18 variabel yang terbentuk menjadi 5 faktor yang berbeda. Kelima faktor tersebut adalah : Faktor kesatu terdiri dari variabel fasilitas program studi, lingkungan program studi, gedung dan perpustakaan. Kemudian faktor satu ini dinamakan faktor fisik. Faktor kedua terdiri dari variabel ketersediaan bea siswa, dosen , teman, keberhasilan alumni, memperoleh pekerjaan dan issue positif. Kemudian faktor dua ini diberi nama faktor jaminan kerja. Faktor ketiga terdiri dari variabel biaya pendidikan, persyaratan pembayaran, keluarga dan penghasilan orang tua. Kemudian faktor tiga ini dinamakan faktor biaya kuliah. Faktor keempat terdiri dari variabel kurikulum dan silabus, serta citra. Kemudian faktor empat ini dinamakan faktor persepsi. Faktor kelima terdiri dari variabel status akreditasi dan potongan biaya pendidikan. Faktor kelima ini dinamakan faktor promosi
2. **Analisis Faktor Pengambilan Keputusan Mendaftar Di Institusi Pendidikan Tinggi Swasta (Studi Pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom Angkatan 2014)** Statistik memperkirakan bahwa selama beberapa dekade mendatang permintaan

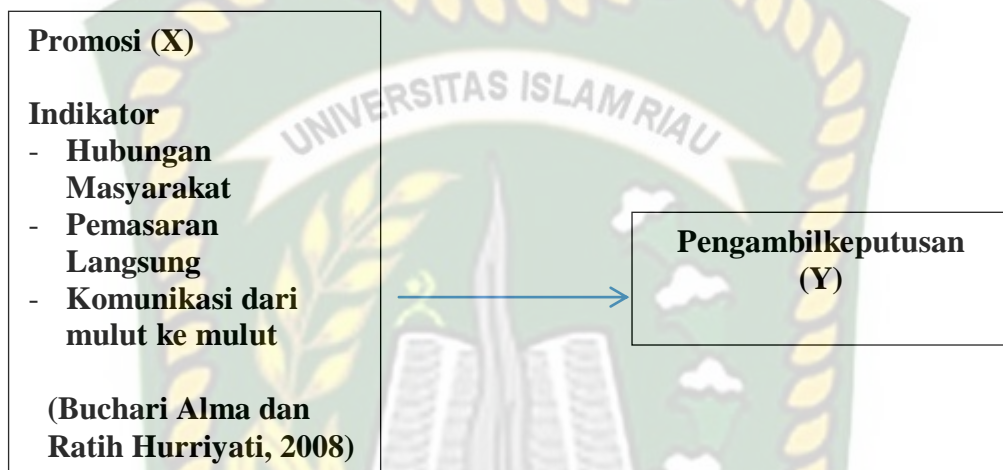
untuk tempat pendidikan tinggi di Indonesia akan terus mengalami peningkatan. Pada penelitian ini, faktor-faktor pengambilan keputusan mendaftar di institusi pendidikan tinggi swasta yang dimaksudkan menggunakan 4 (empat) teori literatur penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriani Kusumawati (2010) Jamaluddin Sawaji, Djabir Hamzah dan Idrus Taba (2010), Yazid Yud Padmono (2011), dan Rizwana Bashir (2013) yang dikombinasi menjadi 17 faktor. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian populasi atau sensus, yang mana responden terdiri dari 119 siswa D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2014. Penelitian ini menghasilkan 1 (satu) faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan mendaftar di Universitas Telkom pada siswa D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2014 yang diperoleh melalui proses analisis faktor. Faktor tersebut adalah faktor biaya pendidikan yang mempengaruhi sebesar 71,979% sehingga terdapat faktor lain sebesar 28,021% yang juga mempengaruhi siswa mendaftar di Universitas Telkom.

4. Kerangka berpikir

H1. Berdasarkan uraian di atas serta beberapa kajian pustaka yang telah dikemukakan sebelumnya, maka pada penelitian ini faktor-faktor promosi yang terdiri dari : iklan surat kabar, iklan medsos, promosi langsungberpengaruh positif terhadap proses pengambilan keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta Universitas Islam Riau di

SMA Kecamatan Singingi.

Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan melalui diagram berikut:



Gambar 1. Kerangka konseptual

5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan dalam paradigma penelitian serta kajian pustaka dan tinjauan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H2. Promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta Universitas Islam Riau di SMA Kecamatan Singingi.

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe *explanatory research*. Singarimbun dan Effendi (2008:4) menjelaskan *explanatory research* yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa yang dirumuskan atau sering kali disebut sebagai penelitian penjelas. Penelitian ini memiliki tingkat yang tinggi karena tidak hanya mempunyai nilai mandiri maupun membandingkan tetapi juga berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan juga mengontrol suatu gejala dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:14) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang memiliki tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan digeneralisasikan.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada SMA Negeri 1 Singingi dan SMA Negeri 2 Singingi

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini adalah bulan Maret sampai selesai

3. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi penelitian ini ialah seluruh siswa kelas 3 SMA yang memiliki jurusan IPS dikecamatan Singingi tahun ajaran 2019/2020 yang berjumlah 117 siswa. Yang terdiri dari SMANegeri 1 Singingi dan SMANegeri 2 Singingi sebagai berikut:

Jadwal 3.1: Jumlah Populasi

No.	Nama Sekolah	Jumlah
1	SMANegeri 1 Singingi	48 Siswa
2	SMA N egeri 2 Singingi	69 Siswa
Total		117 Siswa

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan krakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:116). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012:90)

4. Metode Pengumpulan Data

1) Instrumen Penelitian

Pengumpulan maklumat menggunakan borang angket . Responden dikehendaki menjawab sendiri angket yang diberikan. Responden diberi waktu 30-45 menit untuk menjawab kesemua soalyang dikemukakan dalam angket.

Instrumen penelitian dalam bentuk angket, diubah suai dari angket yang pernah digunakan oleh para peneliti sebelumnya. Selain itu, untuk beberapa variabel item angket dibuat sendiri oleh peneliti dengan tujuan untuk mendapatkan respon yang di inginkan dari responden.

Setiap item angket pengumpul data interval menggunakan Skala Likert lima peringkat yang berbeda bagi menunjukkan tahap persetujuan responden daripada ekstrem yang negatif ke ekstrem positif. Skala Likert dikatakan mempunyai kepercayaan yang tinggi dan mempunyai kelebihan dibanding skala-skala lain .

Dalam angket ini, responden dikehendaki memberi jawapan dengan memilih salah satu daripada limapilihan item yang dikemukakan. Pembagian skor mengikut lima aras persetujuan dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Perincian mengenai skala liker ini boleh dirujuk pada Jadual 3.3.

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala Likert	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Tidak tahu	TT	3
Setuju	S	4
Sangat setuju	SS	5

Tabel 3.3 menunjukkan kisi kisi angket berdasarkan persoalan penelitian yang telah dipilih.

2) Kisi kisi angket

Tabel 3.3kisi kisi Angket

	Variabel	Komponen	Indikator-Indikator	No Pertanyaan
1	Promosi (Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2008)	Hubungan Masyarakat	Memperkenalkan pentingnya universitas bagi masyarakat	1,2
			Memberikan informasi kepada masyarakat tentang isi dan pelaksanaan program	3,4
			Mendapatkan dukungan moral maupun finansial yang diperlukan bagi pengembangan universitas	5,6,7,8,9
		Pemasaran Langsung	Melakukan promosi dengan menggunakan media elektronik seperti TV, facebook, instagram.	10,11,12
			Melakukan promosi dengan menggunakan media koran	13,14
			Melakukan promosi dengan menggunakan spanduk	15,16,17
Komunikasi dari mulut ke	Melakukan promosi secara realistis sesuai	18		

		mulut	dengan kondisi universitas yang sebenarnya	
			Melakukan promosi dari mulut ke mulut	19,20,21
2	Keputusan memilih. Sir Francis Bacon dalam Hasan (2002: 25)	Keputusan memilih	Identifikasi masalah	1
			Pengumpulan informasi yang relevan	2
			Alternatif tindakan	3
			Analisis alternatif	4
			Memilih alternatif terbaik	5
			Melakukan keputusan dan alternatif evaluasi	6

Seterusnya dilakukan ujian kesesuaian pengukuran tiap variabel dilakukan dengan ujian konfirmatori. Masing masing variabel di analisis kesesuaian item borang angket. Manakala item tidak berkesesuaian akan dikeluarkan daripada analisis, akan tetapi tetap diperiksa apakah semua indicator yang disusun terwakili dalam angket.

5. Analisis Instrumen Penelitian

Langkah awal yang akan dilakukan sebelum memulai analisis data adalah melakukan analisis instrumen penelitian atau alat penelitian. Adapun langkah-langkah yang akan ditempuh dalam melakukan analisis adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dengan menggunakan SPSS versi 22.0 Uji validitas untuk daftar pertanyaan dan pernyataan yang diajukan adalah untuk mengukur sah atau validitas tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner akan dikatakan valid bila pertanyaan dari kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrumen akan bisa dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat.

Untuk mengukur validitas dari kuesioner bisa dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing item dari pertanyaan dengan total skor yang terdapat pada konstruksinya sehingga hal tersebut disebut analisis butir/item. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (r hitung) dengan nilai r table untuk derajat kebebasannya ($df = \text{degree of freedom}$) $n - k$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha=0,05$).

Apabila nilai r hitung (dalam output SPSS dinotasikan sebagai *corrected item total correlation*) hasilnya positif dan r hitung $>$ r tabel, maka akan dapat dikatakan bahwa item pertanyaan tersebut adalah valid. Demikian juga berlaku sebaliknya, apabila r hitung $<$ r table maka dapat dikatakan bahwa item dari pertanyaan tersebut tidak valid. Item pertanyaan yang tidak valid akan dikeluarkan dan tidak dimasukkan ke dalam proses analisis

selanjutnya, sedangkan untuk pertanyaan yang valid akan diteruskan hingga ke tahap pengujian reliabilitas.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya untuk melakukan pengukuran. Kehandalan berkaitan dengan estimasi, sejauh mana suatu alat ukur konsisten apabila pengukuran akan dilakukan secara berulang pada sampel yang berbeda. Apabila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat ukur tersebut bisa dikatakan handal (*reliable*) dan sebaliknya, bila suatu alat ukur digunakan secara berulang dan hasil dari pengukuran yang diperoleh tidak konsisten dengan hasil pengukuran sebelumnya maka alat tersebut akan dianggap tidak *reliable*. Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha (α). Kalkulasi koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS 22.0 dan bataskritis untuk nilai alpha untuk mengidentifikasi kuesioner yang *reliable* adalah 0,60, jadi nilai koefisien alpha $> 0,60$ merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut *reliable*/handal

6. Model dan Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Metode Analisis Data

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian analisis statistik deskriptif korelasional, dimana dalam penelitian ini ingin mengetahui pengaruh antara promosi terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi.. Pada penelitian kuantitatif, analisis data meliputi kegiatan mengelompokkan data yang berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2010).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data penelitian yang dapat dilihat dari kurva normal. Pada hitungan uji normalitas dihitung dengan menggunakan program komputer *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 22.0*. Untuk dapat melihat normal atau tidaknya sebaran data penelitian dengan ketentuan, jika $p > 0,05$ maka sebaran data normal dan sebaliknya, jika $p < 0,05$ maka sebaran data tidak normal.

2. Uji Hipotesis

Setelah uji asumsi normalitas, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya pengaruh Promosi terhadap Pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi. Teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear sederhana, untuk menguji hipotesis hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dan analisis koefisien determinan

Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan. Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi yang dikalikan dengan 100%. Koefisien determinan dianalisis untuk mengetahui seberapa besar variabel X (promosi) mempunyai kontribusi atau ikut menentukan variabel Y (pengambilan keputusan). Derajat koefisien determinasi ditentukan dengan menggunakan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Diterminasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

Semua analisis data pada penelitian ini dibantu dengan program komputer

Statistical Product and Service Solution (SPSS) 22.0.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Lokasi, Waktu dan Subyek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMA kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi. Berikut gambaran lokasi penelitian :

a. SMA Negeri 1 Singingi

a) Sejarah SMA Negeri 1 Singingi

SMA Negeri 1 Singingi berdiri pada tahun 1988 dengan nama SMA N Muara Lembu (Lokal Jauh) SMA N Teluk Kuantan. Pada Tahun itu hanya ada satu lokal (lebih kurang 48 siswa) dibawah pimpinan Bpk.Drs. IRHASRI yang berlokasi di kelurahan muara lembu kecamatan Kab. Indragiri Hulu (INHU) Seiring dengan berjalannya waktu SMA N Muara Lembu berubah nama menjadi SMAN 1 Singingi dengan keluarnya Surat Keterangan SK kenegerian No.08/AE.508264 tepatnya pada tanggal 2 juni 1994 dibawah pimpinan Bpk. ASRI YUNUS,BA. Berdasarkan informasi yang saya kumpulkan melalui wawancara dengan Bapak EKO MULYONO. S.Pd sebagai Waka Kesiswaan di SMA Negeri 1 Singingi pada saat ini, beliau menyatakan bahwa pemerintah mengeluarkan SK ini berdasarkan potensi maupun otonomi daerah yang dimiliki oleh kelurahan

Muaralembu. Pada saat itu Muaralembu sudah resmi sebagai kelurahan dan juga sebagai pusat Kecamatan Singingi.

Semenjak Berdirinya SMA Negeri 1 Singingi hingga saat ini telah mengalami beberapa kali pergantian kepala sekolah diantaranya :

1. Drs. IRHASRI masa tugas tahun 1989 s/d 1991
2. Drs. ALHARDI HASRI masa tugas tahun 1991 s/d 1994
3. ASRI YUNUS, BA masa tugas tahun 1994 s/d 2000
4. YURNALIS,BA masa tugas tahun 2000 s/d 2002
5. Drs. KASNUR masa tugas tahun 2002 s/d 2009
6. Drs. MASPAN. MM masa tugas tahun 2009 s/d 2015
7. MULKISMAWATI,S.Pd. masa Tugas Tahun 2015 s/d 2019
8. MASWANDI,S.Pd masa tugas tahun 2019 s/d 2020

Dan pada saat ini Wakil kepala sekolah nya adalah Ibu SRI EVITA, S.Pd Sekarang sekolah ini telah terdiri dari 13 lokal (Kelas X ada 5 lokal, Kelas XI ada 4 Lokal, Kelas XII ada 4 Lokal) Dengan 28 orang Guru Pengajar. Dengan perjalanan kegiatan sekolah ini telah banyak mencapai prestasi prestasi akademis maupun non akademis. Hal ini terlihat dari hasil kumpulan piala dan penghargaan yang diperoleh oleh sekolah. Dan sekarang ini SMAN 1 Singingi lebih dikenal dengan KAMPUS BUKIT BERBUNGA dan dinamakan kampus bukit berbunga dikarenakan SMA N 1 Singing terletak diatas bukit dimana pekarangan sekolah terdapat bermacam-macam bunga yang dikelola oleh siswa dan didampingi oleh masing-masing wali kelasnya.

b) Visi dan Misi SMA Negeri 1 Singingi

VISI

Mewujudkan sekolah yang berkualitas dilandasi iman, taqwa dan menguasai teknologi pendidikan.

MISI

- 1) Meningkatkan dan membudayakan disiplin bagi semua warga sekolah
- 2) Meningkatkan kualitas tenaga pendidik dan tenaga kependidikan
- 3) Menumbuhkan rasa bersaing pada setiap siswa untuk meraih prestasi
- 4) Mendirikan shalat berjama'ah bagi seluruh warga sekolah
- 5) Meningkatkan dan membudayakan membaca Al-Qur'an bagi seluruh warga sekolah
- 6) Menciptakan lingkungan yang bersih, sehat dan aman
- 7) Menjadikan lulusan SMA Negeri 1 Singingi yang berkualitas dan menguasai teknologi informasi
- 8) Menumbuhkan sikap saling menghargai dan menghormati di lingkungan SMA Negeri 1 Singingi.
- 9) Menciptakan suasana sekolah yang menyenangkan, damai dan harmonis.

b. SMA Negeri 2 Singingi

a) Sejarah SMA Negeri 2 Singingi

SMA Negeri 2 singingi dulunya adalah SMA Swasta Perintis yang terletak dilokasi transmigrasi desa Sungai Sirih F.4 Singingi, yangsekarang sudah menjadi desa Sungai Sirih. Mengingat ekonomitransmigrasi pada saat itu sangat sulit sehubungan dengan kebun plasmasawit yang belum dibagi kepada warga namun hanya sebagai buruh lespada perkebunan sawit PT. Wanasari Nusantara. Sehingga masyarakattransmigrasi pada tahun 1995 dan

tokoh masyarakat, serta sebagian dari guru SD dan SLTP untuk menggagas pendirian SMA. Pada tahun 1996 mulai menerima calon siswa baru sebanyak 60 orang dengan kepala sekolahnya Budiono, proses belajarnya numpang di SD 035 Sungai Sirihseiring dengan berjalanya proses belajar mengajar maka rintangan yang dialami sangat sulit.

Pada awal tahun ajaran 1997/1998 siswanya sudah kelas III sehingga panitia Singingi meminta izin operasional ke Pemda berkali-kali namun belum juga keluar, kepala sekolah mulai khawatir kalau siswa kelas III tidak bisa ujian akhir sekolah. Akhirnya panitia dan kepala sekolah berkoordinasi ke SMAN Marsawah agar siswa kelas III bisa mengikuti ujian akhir sekolah di Marsawah dan sekaligus menjadi SMA Induk Pembina, namun harus ada izin ke Departemen P dan K Kabupaten Indragiri Hulu, setelah ditanggapi dan diterima dengan baik, oleh Departemen P dan K Kabupaten Indragiri Hulu, diputuskan bahwa SMANegeri 2 Singingi, Kecamatan Singingi, Kabupaten Kuantan Singingi untuk ikut ujian ke SMA Serumpun Air molek.³⁴

Pada tahun 2004/2005 mendapat bantuan dana dari pemda Riau bangun gedung 2 lokal, dan pada tahun 2006 mendapat bantuan dana Block Pemda Riau. Sampai tahun 2012 sekarang ini sekolah SMA Negeri 2 Singingi, Kecamatan Singingi, Kabupaten Kuantan Singingi dapat di terima dengan baik di masyarakat.

b) Visi dan Misi SMA Negeri 2 Singingi

Visi SMA Negeri 2 Singingi:

Menjadikan SMA Negeri 2 Singingi Berprestasi di Bidang Akademis dan Ekstrakurikuler”

Misi SMA Negeri 2 Singingi :

- 1) Memenuhi pengajaran.
- 2) Meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler.
- 3) Mengadakan bimbingan.
- 4) Menciptakan kerjasama.
- 5) Mempersiapkan lulusan melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi.

Tujuan SMA Negeri 2 Singingi:

- 1) Mempersiapkan peserta didik yang bertaqwa kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa dan berakhlak mulia.
- 2) Mempersiapkan peserta didik agar menjadi manusia yang berkepribadian, cerdas, berkualitas dan berprestasi dalam bidang olahraga dan seni.
- 3) Membekali peserta didik agar memiliki keterampilan teknologi informasi dan komunikasi serta mampu mengembangkan diri secara mandiri.
- 4) Menanamkan peserta didik sikap ulet dan gigih dalam berkompetisi, beradaptasi dengan lingkungan dan mengembangkan sikap sportifitas.
- 5) Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan dan teknologi agar mampu bersaing dan melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Subjek penelitian ini adalah seluruh siswa dan siswi jurusan IPS pada SMA Negeri di kecamatan Singingi, kabupaten Kuantan Singingi yaitu SMANegeri 1 Singingi dengan 48 Siswa dan SMANegeri 2 Singingi dengan 69 Siswa.

2. Deskripsi Data Responden

Responden dalam penelitian ini adalah siswa siswi SMANegeri 1 Singingi dan SMANegeri 2 Singingi. Peneliti menyerahkan 117 eksemplar kuesioner penelitian dari Maret hingga April 2020 kepada responden dengan tanggal pengembalian yang disepakati. Dari 117 kuesioner yang disebar dan 117 kuesioner diterima kembali, dengan kata lain penelitian ini mempunyai response rate sebesar 100%, sehingga data yang dapat digunakan untuk di analisis sebanyak 117 kuesioner. Rincian mengenai tingkat pengembalian kuesioner disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Kuesioner yang disebar	117	100%
Kuesioner yang kembali	117	100%
Kuesioner yang tidak kembali	0	0%
Kuesioner yang layak diolah	117	100%

Sumber: Data olahan peneliti, 2020

3. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif atau statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2013:19). Analisis data dilakukan terhadap 117 jawaban

responden yang memenuhi kriteria untuk pengolahan data. Data yang diolah merupakan hasil rata-rata jawaban responden untuk masing-masing variabel, yaitu promosi dan pengambilan keputusan. Statistik deskriptif variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengambilankeputusam	117	16.00	30.00	23.8889	3.83221
Promosi	117	53.00	105.00	83.8376	13.11485
Valid N (listwise)	117				

Sumber: Data olahan peneliti, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa n atau jumlah data responden yaitu 117, yang berasal dari Siswa siswi SMANegeri 1 Singingi dan SMANegeri 2 Singingi. Masing-masing variabel akan dijabarkan sesuai dengan data pada tabel diatas sebagai berikut

1. Promosi (X1)

Berdasarkan pengujian statistik diketahui bahwa nilai minimum sebesar 53.00, nilai maksimum 105.00 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 83.8376 dengan standar deviasi sebesar 13.11485. Nilai rata-rata dan standar deviasi promosi ini menunjukkan bahwa sebagai penyebaran data yang baik karena nilai rata-ratanya lebih besar dari pada standar deviasinya.

2. Pengambilan Keputusan (Y)

Berdasarkan pengujian statistik diketahui bahwa nilai minimum sebesar 16.00, nilai maksimum 30.00 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 23.8889 dengan

standar deviasi sebesar 3.83221. Nilai rata-rata dan standar deviasi pengambilan keputusan ini menunjukkan bahwa sebagai penyebaran data yang baik karena nilai rata-ratanya lebih besar dari pada standar deviasinya.

3. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3. Uji Validitas Variabel Promosi

No	Keterangan	r table	r hitung	Hasil
1	Pernyataan 1	0.1816	0.807	Valid
2	Pernyataan 2	0.1816	0.835	Valid
3	Pernyataan 3	0.1816	0.836	Valid
4	Pernyataan 4	0.1816	0.803	Valid
5	Pernyataan 5	0.1816	0,764	Valid
6	Pernyataan 6	0.1816	0,801	Valid
7	Pernyataan 7	0.1816	0,682	Valid
8	Pernyataan 8	0.1816	0,763	Valid
9	Pernyataan 9	0.1816	0,721	Valid
10	Pernyataan 10	0.1816	0,838	Valid
11	Pernyataan 11	0.1816	0,842	Valid
12	Pernyataan 12	0.1816	0,729	Valid
13	Pernyataan 13	0.1816	0,674	Valid
14	Pernyataan 14	0.1816	0,756	Valid
15	Pernyataan 15	0.1816	0,733	Valid
16	Pernyataan 16	0.1816	0,755	Valid
17	Pernyataan 17	0.1816	0,762	Valid
18	Pernyataan 18	0.1816	0,740	Valid
19	Pernyataan 19	0.1816	0,787	Valid
20	Pernyataan 20	0.1816	0,742	Valid
21	Pernyataan 21	0.1816	0,741	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel 4.3. uji validitas data variabel promosi terdapat 21 butir pernyataan. Seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan bisa dimasukkan dalam uji reliabilitas, normalitas dan hipotesis

Tabel 4.4. Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan

No	Keterangan	r table	r hitung	Hasil
1.	Pernyataan 1	0.1816	0.735	Valid
2.	Pernyataan 2	0.1816	0.847	Valid
3.	Pernyataan 3	0.1816	0.872	Valid
4.	Pernyataan 4	0.1816	0.889	Valid
5.	Pernyataan 5	0.1816	0.894	Valid
6.	Pernyataan 6	0.1816	0,691	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel 4.4. uji validitas data variabel pengambilan keputusan terdapat 6butir pernyataan. Seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan bisa dimasukkan dalam uji reliabilitas, normalitas dan hipotesis

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Untuk mengukur uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien lebih besar dari pada 0,60 (Ghozali, 2013). Hasil uji reabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach' Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Promosi (X1)	0.964	0,60	Reliabel
Pengambilan Keputusan (Y)	0.902	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Dari tabel 4.5 dapat dilihat hasil pengujian reabilitas data untuk setiap

variabel, diperoleh data lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa data tersebut reliabel. Jika nilai reliabel kurang dari 0,60 maka nilainya kurang baik. Artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan tidak reliabel

4. Metode Analisa Data

1) Uji Normalitas Data

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah tiap variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan statistik Kolmogorov-Smirnov dengan SPSS 22.0. Kriteria yang digunakan adalah melalui nilai Asymp. Sig (2-Tailed). Pengukuran dengan membandingkan nilai Asymp. Sig(2-Tailed) dengan nilai alpha yang ditentukan yaitu 5%, sehingga apabila nilai Asymp. Sig(2-tailed) > 0,05 maka disimpulkan bahwa data tersebut berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada tabel 10 berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		117
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.42349914
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		1.341

Asymp. Sig. (2-tailed)	.055
a. Test distribution is Normal.	

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, karena nilai Asymp.Sig sebesar 0,055>0,05, maka dapat dinyatakan bahwa data-data penelitian telah memenuhi distribusi normal.

2) Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang dirumuskan. Oleh sebab itu, jawaban sementara ini harus diuji kebenarannya secara empiris. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik regresi sederhana. Penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.144	.859		1.332	.185
	promosi	.271	.010	.928	26.804	.000

a. Dependent Variable: pengambilankeputusan

Sumber: Data primer diolah, 2020

Hasil analisis regresi linier sederhana seperti pada tabel 4.7 di atas dapat ditulis persamaan regresi yaitu sebagai berikut :

$$Y=1.144+0.271X_1$$

Nilai konstanta sebesar 1.144, hal ini berarti bahwa pengambilan keputusan

akan sebesar 1.144 jika promosi sama dengan nol. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pengambilan keputusan akan menurun jika tidak ada promosi.

Variabel promosi (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan, dengan koefisien regresi sebesar 0.271 menunjukkan bahwa apabila promosi meningkat sebesar 1 persen maka pengambilan keputusan akan meningkat sebesar 0.271 persen dengan asumsi variabel bebas yang lain konstan. Nilai signifikan (sig) sebesar 0,000, nilai ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan 0,05 maka pengaruh promosi terhadap pengambilan keputusan adalah signifikan.

Berdasarkan perhitungan SPSS, nilai t hitung sebesar 26.804, sedangkan p value sebesar 0,000, sehingga p value <5% ($0,000 < 0,05$), artinya ada pengaruh signifikan variabel promosi terhadap pengambilan keputusan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat promosi yang dilakukan maka semakin banyak siswa mengambil keputusan untuk kuliah di universitas islam riau, begitu pula sebaliknya.

Tabel 4.8 Hasil Analisis Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.928 ^a	.862	.861	1.42967

a. Predictors: (Constant), promosi

b. Dependent Variable: pengambilankeputusam

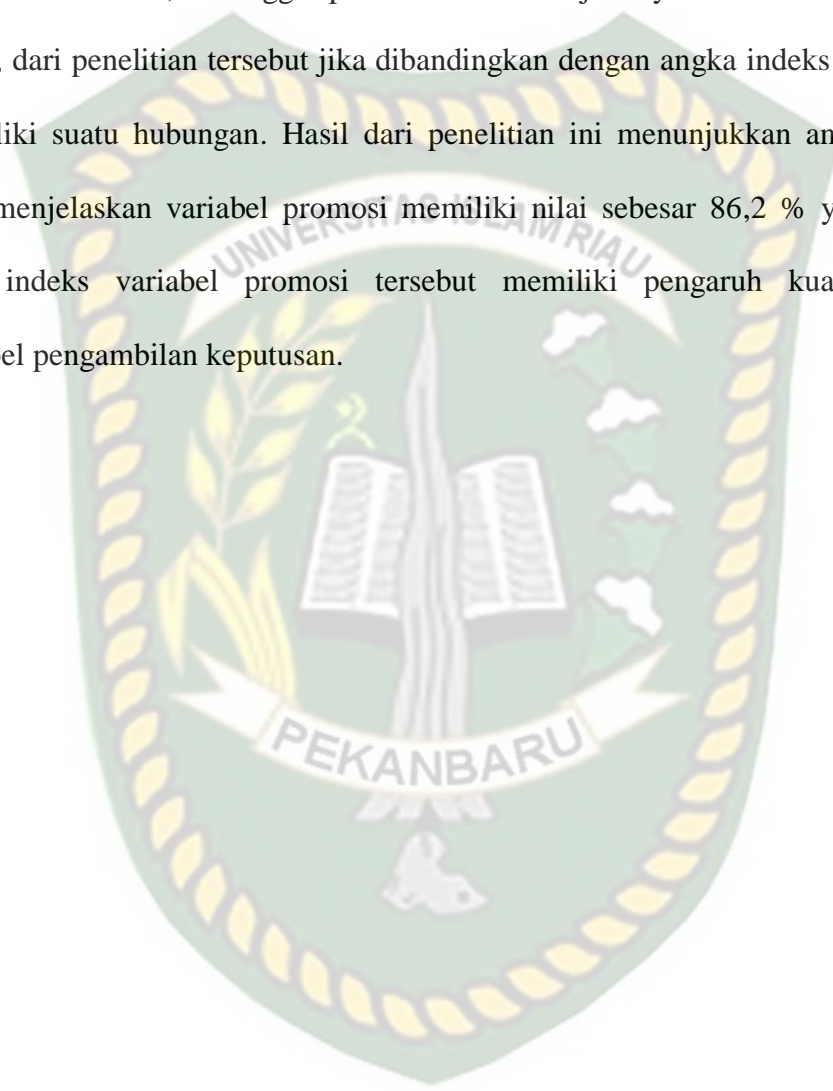
Koefisien determinasi R² sebesar 0,862 yang berarti 86,2% variasi pada variabel dependen pengambilan keputusan dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen promosi. Sedangkan sisanya 13,8% dipengaruhi oleh variabel yang

tidak dijelaskan dalam model tersebut. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “Promosi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusansiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta Universitas Islam Riau di SMA Kecamatan Singingi” diterima.

4. Pembahasan Hasil Penelitian

Faktor promosi memiliki kontribusi sebesar 0,862 terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi swasta Universitas Islam Riau di SMA Kecamatan Singingi. Promosi yang dilakukan oleh perguruan tinggi seperti kegiatan periklanan di media massa, mensponsori suatu kegiatan, pemampangan iklan di tempat umum, memanfaatkan media internet dan ikut dalam kegiatan pameran pendidikan, menjadi suatu cara dalam mempromosikan perguruan tinggi tersebut kepada masyarakat sehingga masyarakat menjadi lebih tau program studi apa saja yang ada di dalam perguruan tinggi tersebut. Semakin terkenalnya suatu perguruan tinggi secara tidak langsung akan menarik perhatian masyarakat untuk memilih program studi yang ada di perguruan tinggi tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2010) menjelaskan bahwa faktor promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan melanjutkan ke perguruan tinggi. Berdasarkan penelitian Swastha (1990) Promosi merupakan salah satu variabel dalam *marketing mix* yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa, istilah promosi dapat diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran, yang di maksud tindakan mengarahkan seseorang ini

memiliki maksud bahwa dengan promosi konsumen memiliki gambaran akan produk atau jasa yang akan digunakan, dari gambaran tersebutlah tujuannya akan membentuk minat, sehingga promoser tersebut tujuannya untuk meningkatkan minat, dari penelitian tersebut jika dibandingkan dengan angka indeks maka akan memiliki suatu hubungan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan angka indeks yang menjelaskan variabel promosi memiliki nilai sebesar 86,2 % yang berarti angka indeks variabel promosi tersebut memiliki pengaruh kuat terhadap variabel pengambilan keputusan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Sebagaimana yang telah diuraikan pada bab 1, bahwa penelitian ini bertujuan untuk menguji Promosi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta Universitas Islam Riau di SMA Kecamatan Singingi. Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bagian sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat promosi yang dilakukan maka semakin banyak siswa mengambil keputusan untuk kuliah di universitas islam riau, begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat promosi yang dilakukan maka semakin sedikit siswa yang mengambil keputusan untuk kuliah di universitas islam riau.

2. Saran

Dari kesimpulan diatas, penulis mencoba memberikan saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi Universitas Islam Riau dimasa yang akan datang. Adapun saran-saran dari penulis yang dapat diberikan sebagai berikut :

a. Bagi Universitas

Untuk pengembangan Universitas Islam Riau agar dapat memperbaiki kualitas agar lulusan bisa berkompetisi dengan perguruan lain agar membangun reputasi lebih baik dipandang calon mahasiswa dan masyarakat umum sehingga dapat meningkatkan promosi.

- b. Bagi Peneliti selanjutnya
Untuk Penelitian selanjutnya disarankan melakukan pengembangan penelitian ini dengan menambah variabel lain guna lebih meningkatkan pengaruh tingkat pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Irianto, 2004. Statistik Konsep Dasar & Aplikasinya , Kencana, Jakarta.
- Anas Sudijono. 2009. Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: Rajawali pers
- Assael, Henry, 1998, *Consumer Behavior And Marketing Action*; Sixth Edition, South Western College Publishing
- Berita Universitas Islam Riau. UIR wisuda 1.707 mahasiswa, Surgawi Pertiwi Raih Ipk tertinggi 3,93, 28 September 2019, (diakses 10 juli 2020). Tersedia dari <https://uir.ac.id/uir-wisuda-1-707-mhasiswa-surgawi-pertiwi-raih-ipk-tertinggi-393.html#:~:text=jumlah%20mahasiswa%20UIR%20saat%20ini,UIR%20dalam%20beberapa%20bulan%20terakhr>.
- Eliza Meilyaningsih Dan Kristina Sisilia , 2012,” Analisis Faktor Pengambilan Keputusan Mendaftar Di Institusi Pendidikan Tinggi Swasta (Studi Pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom Angkatan 2014)” E-Proceeding Of Management.
- Faqih, F. (2012). Efektifitas Layanan Informasi Karier Untuk Meningkatkan Kemampuan Mengambil Keputusan Studi Lanjut Siswa Kelas Xi SMA Negeri 3 Sukoharjo Tahun Pelajaran 2011/2012.
- Hasan, M.Iqbal. (2002). Pokok-Pokok Materi Pengambilan Keputusan. Jakarta :

Penerbit Ghalia Indonesia.

Kotler, Philip. 1997, Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu.

Jakarta: Prentice Hall

Kotler P, Dkk. 2000. Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. Yogyakarta : Andi

Offset. Hlm 223

Lunenburg, Fred C. 2010. *The Decision Making Process*, National Forum Of Educational Administration And Supervision Journal 27 (4): 1-12.

Meenaghan, Tony Dan Shipley. 1999. *Media Effect In Commercial Sponsorship*.

European Journal Of Marketing.

Moordiningsih Dan Faturochman. 2006. "Proses Pengambilan Keputusan

Dokter". Jurnal Psikologi. 33, (2), 79-93.

Nugroho, Satriyo, 2010. Analisis Pengaruh Pencitraan, Promosi, dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Minat Kuliah di Diploma III Fakultas Ekonomi

Universitas Diponegoro. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Reed, S.K.(2011) Psikologi Kognisi: Teori Dan Aplikasi. Penerjemah: Aliya

Tusyani. Salemba Humanika: Jakarta

Risdwiyanto, & Basu Swastha Dharmmesta. 2001. "Pengembangan Konsep Jasa

Pendidikan Tinggi Berbasis Keinginan Konsumen Potensial. Jurnal

Ekonomi & Bisnis Indonesia, Oktober.

Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. Consumer Behaviour 7 Th.

Edition. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks

Singarimbun, Masri Dan Sofian Effendi, Metode Penelitian Survei, Jakarta:

Lp3es, 2008.

Sri Mulyatini, Suharyati Dan Tati Handayani, “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Fakultas Ekonomi Upn “Veteran” Jakarta)” Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Soedirman, 2013

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sukarni dan Agus Baskara, 2016,” Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Pekanbaru.

Syamsi, Ibnu. 2000. Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi. Jakarta: Bumi Aksara.

