

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAKNYA
PADA TK AISYIYAH BUSTANUL ATHFAL DI KABUPATEN
SANGGAU**

SKRIPSI

OLEH :

**ADE WISNU HARJUNA
NIM: 171310302**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2022**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAKNYA PADA TK AISYIYAH
BUSTANUL ATHFAL DI KABUPATEN SANGGAU**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

ADE WISNU HARJUNA

NIM. 171310302

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif**

Pada Tanggal : 22 April 2022

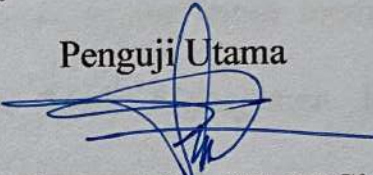
Majelis Penguji :

Pembimbing Utama


Dr. Helman Fachri, SE, MM


NIDN. 1107056101

Penguji Utama


Samsuddin, SE, M.Si

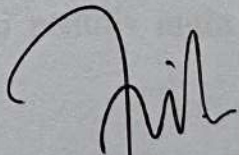
NIDN. 1113117701

Pembimbing Pembantu


Sumiyati, SE, MM

NIDN. 1125117801

Penguji Pembantu


Fita Kurniasari, S.M.B., M.A.B


NIDN. 1104079002

Pontianak, 16 November 2022

Disahkan Oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

DEKAN


Dedi Hariyanto, SE, MM

NIDN. 1113117702

ABSTRAK

The purpose of this study was to determine the effect of marketing mix on the decision of parents to send their children to kindergarten Aisyiyah Bustanul Athfal in Sanggau. This research is an associative research. The population in this study is all parents of students who send their children to TK Aisyiyah Bustanul Athfal in the academic year 2021/2022.

The sampling technique used is saturated sampling, with a sample of 40 respondents. Data analysis techniques used are simple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, and feasibility test model (F test). The test results showed a simple linear regression equation is: $Y = 2.875 + 0.417 X$. The results of the correlation coefficient shows the value of R is equal to 0.498, meaning that the Variable Marketing Mix and the decision of the parents have a sufficient relationship. The results of the coefficient of determination (R^2) shows that the value of R^2 is 0.248. This means that 24.8% of parental decisions can be explained by the marketing mix, while the remaining 75.2% are influenced by other variables not examined in the study. The results of the feasibility test model (F test) showed that f count 12.513 > F table 4.10, then H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that a simple linear regression model can be used to predict the decision of parents to send their children to kindergarten Aisyiyah Bustanul Athfal influenced marketing mix.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal di Kabupaten Sanggau. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua siswa yang menyekolahkan anaknya di TK Aisyiyah Bustanul Athfal pada Tahun Pelajaran 2021/2022.

Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh, dengan sampel berjumlah 40 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji kelayakan model (Uji F). Hasil pengujian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana adalah: $Y = 2,875 + 0,417X$. Hasil koefisien korelasi menunjukkan nilai R yaitu sebesar 0,498, artinya antara variabel Bauran Pemasaran dan Keputusan Orang Tua memiliki hubungan yang cukup. Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,248. Hal ini berarti bahwa 24,8% keputusan orang tua dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya 75,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model (uji F) menunjukkan bahwa F hitung $12,513 > F$ tabel 4,10, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di TK Aisyiyah Bustanul Athfal yang dipengaruhi bauran pemasaran.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan.....	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	11
F. Kerangka Pemikiran.....	12
G. Metode Penelitian.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran.....	24
B. Manajemen Pemasaran.....	25
C. Bauran Pemasaran	26
D. Keputusan Pembelian Konsumen	33
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Profil Singkat TK Aisyiyah Bustanul Athfal	37
B. Visi Misi TK Aisyiyah Bustanul Athfal	37
C. Struktur Organisasi TK Aisyiyah Bustanul Athfal	38
D. Aspek Sumber Daya Manusia.....	42
E. Aspek Pemasaran	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	46
B. Uji Instrumen	49
C. Uji Normalitas	53

D. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	53
E. Koefisien Korelasi (R).....	54
F. Koefisien Determinasi (R^2).....	55
G. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	55
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Satuan Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Di Kota Sanggau per Kecamatan.....	2
Tabel 1.2 Satuan Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Di Kecamatan Kapuas	3
Tabel 1.3 Daya Tampung Siswa, Jumlah Siswa Yang Mendaftar, Jumlah Siswa Diterima.....	5
Tabel 1.4 Jumlah Kelulusan Siswa.....	6
Tabel 1.5 Jumlah Uang SPP Dan Biaya Pendaftaran.....	7
Tabel 1.6 Jumlah Guru dan Staff Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan.....	8
Tabel 1.7 Jumlah Pendapatan.....	10
Tabel 1.8 Skor Pengukuran.....	18
Tabel 1.9 Tingkat Korelasi Dan Kekuatan Hubungan.....	21
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variable Bauran Pemasaran.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Orang Tua.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Bauran Pemasaran.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Orang Tua.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	54
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R).....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	61
Lampiran 2. Data Identitas Responden.....	65
Lampiran 3. Tabulasi Responden Mengenai Bauran Pemasaran.....	67
Lampiran 4. Tabulasi Responden Mengenai Keputusan Orang Tua.....	69
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variable Bauran Pemasaran (X).....	71
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	83
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variable Bauran Pemasaran (X).....	91
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variable Keputusan Orang Tua (Y)...	92
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas.....	93
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	94
Lampiran 11. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	95
Lampiran 12. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	96

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan bentuk usaha sadar yang dilakukan oleh tenaga pendidik dalam rangka untuk pengembangan diri calon generasi penerus bangsa. Dalam pelaksanaannya, selama ini pendidikan dikenal sebagai usaha yang berupa bimbingan terhadap anak didik guna mengantarkan anak ke arah pencapaian cita-cita dan proses perubahan tingkah laku ke arah yang lebih baik, sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 3 yaitu: “Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab”.

Jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang telah ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai serta kemampuan yang akan dikembangkan.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 14 tentang Sistem Pendidikan Nasional disebutkan bahwa “Jenjang pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, pendidikan tinggi”. Sebelum memasuki jenjang pendidikan dasar, bagi anak usia 0-6 tahun diselenggarakan Pendidikan Anak Usia Dini, Taman Kanak-kanak atau *Raudhatul Athfal*.

Sanggau adalah sebuah kota yang berada di Kalimantan Barat yang berjarak kurang lebih 185 km dari Kota Pontianak. Penyebutan “Sanggau” sendiri berasal dari nama tanaman yang tumbuh di tepi Sungai Sekayam bernana pohon rambutan atau beletik. Kota Sanggau terletak pada jalur lalu lintas sektor timur menuju Kabupaten Sekadau, Melawi, Sintang, dan Kapuas Hulu. Kota Sanggau merupakan daerah yang memiliki keberagaman suku dan budaya, suku asli yang mendiami Kota Sanggau adalah Suku Dayak dan Suku Melayu.

Jumlah satuan pendidikan Taman Kanak-kanak yang berada di Kota Sanggau per kecamatan dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Sanggau
Jumlah Satuan Pendidikan Taman Kanak-Kanak Per Kecamatan
Tahun 2022

No	Kecamatan	Jumlah TK
1	Kecamatan Kapuas	17
2	Kecamatan Balai	2
3	Kecamatan Beduai	-
4	Kecamatan Bonti	1
5	Kecamatan Entikong	3
6	Kecamatan Jangkang	1
7	Kecamatan Kembayan	6

Tabel 1.1
(lanjutan)

No	Kecamatan	Jumlah TK
8	Kecamatan Meliau	4
9	Kecamatan Mukok	2
10	Kecamatan Noyan	-
11	Kecamatan Parindu	6
12	Kecamatan Sekayam	4
13	Kecamatan Tayan Hilir	1
14	Kecamatan Tayan Hulu	9
15	Kecamatan Toba	2
	Total	58

Sumber: Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Sanggau, 2022

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat 58 satuan pendidikan Taman Kanak-kanak di Kabupaten Sanggau, yang paling banyak terdapat di Kecamatan Kapuas. Adapun satuan pendidikan Taman Kanak-kanak di Kecamatan Kapuas dapat dilihat pada Tabel 1.2:

Tabel 1.2
Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Sanggau
Satuan Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) di Kecamatan Kapuas
Tahun 2022

No	Nama	Alamat	Status
1	TK Kartika XVII-II	Jl. Jend Ahmad Yani	Swasta
2	TK Aisyah Bustanul Athfal	Jl. Taratai No. 03	Swasta
3	TK Binang Harapan	Jl. Liku Kapuas	Swasta
4	TK Raudhatul Jannah	Jl. PH. Sulaiman No. 56 RT/RW 2	Swasta
5	TK Kapuas Jaya	Jl. Desa Penyelimau Jaya	Swasta
6	TK Kasih Ibu	Komp. Rimba Belian	Swasta
7	TK Kemala Bhayangkari	Jl. R.E. Martadinata	Swasta
8	TK Kristen Antokia	Jl. Jend. Sudirman No. 16	Swasta
9	TK Melati	Jl. Daranante Gg. Entabai RT 15/RW 06	Swasta
10	TK Muktitama Belangin	Jl. Poros Belangin	Swasta
11	TK Paroki Katedral	Jl. Jend. Sudirman No. 16	Swasta

Tabel 1.2
(lanjutan)

No	Nama	Alamat	Status
12	TK Pembina Negeri	Jl. Cempaka Bogor	Negeri
13	TK Pertiwi Sanggau	Jl. Ariel Rahman Hakim	Swasta
14	TK Sejati	Jl. Gunung Biang Desa Nanga Biang	Swasta
15	TK Setompok Aisyiyah	Jl. Dr. Surono RT 05/ RW 02 Sungai Sengkuang	Swasta
16	TK Tunas Bangsa PKS Rimba Belian	Desa Semerangkai	Swasta
17	TK Tunas Erna	Komp. PT Erna Kayu Tunu	Swasta

Sumber: Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Sanggau, 2022

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat 17 satuan pendidikan Taman Kanak-kanak di Kecamatan Kapuas, yang terdiri dari 1 satuan pendidikan Taman Kanak-kanak yang berstatus negeri dan 16 satuan pendidikan Taman Kanak-kanak yang berstatus swasta.

Salah satu satuan pendidikan Taman Kanak-kanak yang ada di Kecamatan Kapuas yang berstatus swasta adalah TK Aisyiyah Bustanul Athfal. TK Bustanul Athfal berdiri Tahun 1989, berada di bawah naungan Yayasan Aisyah Kabupaten Sanggau. Yayasan Aisyiyah Kabupaten Sanggau sendiri memiliki unit usaha yang bergerak di bidang pendidikan khususnya Taman Kanak-kanak yaitu TK Aisyiyah Bustanul Athfal dan TK Setompok Aisyiyah. TK Aisyiyah Bustanul Athfal memiliki akreditasi B. TK Aisyiyah Bustanul Athfal beralamat di Jl. Teratai No. 3, Kecamatan Kapuas, Kabupaten Sanggau.

TK Aisyiyah Bustanul Athfal menawarkan jasa pendidikan berbasis Islami dengan tujuan agar peserta didik memahami kegiatan ibadah sehari-hari dan doa-doa harian sesuai dengan perkembangan anak usia dini. TK Aisyiyah Bustanul Athfal menyediakan pendidikan TK B, yaitu pendidikan bagi anak-anak berusia 5 hingga 6 tahun. Berikut ditampilkan daya tampung siswa, jumlah siswa yang mendaftar, serta jumlah siswa yang diterima di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Tahun Pelajaran 2019/2020 sampai dengan Tahun 2021/2022:

Tabel 1.3
TK Aisyiyah Bustanul Athfal
Daya Tampung Siswa, Jumlah Siswa Mendaftar, Jumlah Siswa
Diterima
Tahun Pelajaran 2019/2020 s/d 2021/2022

Tahun Pelajaran	Daya Tampung Siswa	Jumlah Siswa Yang Mendaftar	Jumlah Siswa Yang Diterima
2019/2020	80	60	60
2020/2021	80	75	75
2021/2022	80	40	40

Sumber: TK Aisyiyah Bustanul Athfal, 2022

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa daya tampung siswa dalam tiga tahun terakhir pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal tidak mengalami perubahan, yaitu sebanyak 80 siswa yang terdiri dari 4 kelas. Untuk jumlah siswa yang mendaftar pada Tahun Pelajaran 2020/2021 mengalami peningkatan sebesar 25,00% dari Tahun Pelajaran 2019/2020, sedangkan pada Tahun Pelajaran 2021/2022 jumlah siswa yang mendaftar mengalami penurunan sebesar 46,67% dari Tahun Pelajaran 2020/2021. Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah Ibu

Yuliana M., S.Pd.AUD diperoleh informasi bahwa jumlah siswa menurun dikarenakan sebagian besar pendapatan orang tua wali murid terganggu akibat efek dari Covid-19 yang mengharuskan mereka tidak memasukan anaknya pada pendidikan anak usia dini atau taman kanak-kanak. Jumlah siswa yang diterima sama dengan jumlah siswa yang mendaftar setiap tahunnya, artinya semua siswa yang mendaftar akan diterima tanpa ada tes apapun selama usia calon siswa memenuhi syarat.

Adapun jumlah kelulusan siswa pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal pada Tahun Pelajaran 2019/2020 sampai dengan 2021/2022 dapat dilihat pada Tabel 1.4 dibawah ini:

Tabel 1.4
TK Aisyiyah Bustanul Athfal
Jumlah Kelulusan Siswa
Tahun Pelajaran 2019/2020 s/d 2021/2022

Tahun Pelajaran	Jumlah Siswa
2019/2020	60
2020/2021	72
2021/2022	40

Sumber: TK Aisyiyah Bustanul Athfal, 2022

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa jumlah kelulusan siswa pada Tahun Pelajaran 2019/2020 mencapai 100%, jumlah kelulusan siswa pada Tahun Pelajaran 2020/2021 sebesar 96,00% atau mengalami penurunan sebesar 4,00%, dan jumlah kelulusan siswa pada Tahun Pelajaran 2021/2022 mencapai 100% atau mengalami peningkatan sebesar 4,17%. Pada Tahun Pelajaran 2020/2021 ada 3 siswa yang

belum dapat diluluskan karena belum memenuhi standar syarat kompetensi untuk diluluskan.

Adapun uang SPP dan biaya pendaftaran TK Aisyiyah Bustanul Athfal dapat dilihat pada Tabel 1.5 berikut:

Tabel 1.5
TK Aisyiyah Bustanul Athfal
Jumlah Uang SPP dan Biaya Pendaftaran
Tahun Pelajaran 2019/2020 s/d 2021/2022
(dalam rupiah)

NO	Keterangan	Tahun Pelajaran		
		2019/2020	2020/2021	2021/2022
1	Uang SPP	120.000	125.000	130.000
2	Biaya Pendaftaran (uang masuk dan uang gedung)	700.000	705.000	710.000

Sumber: TK Aisyiyah Bustanul Athfal, 2022

Tabel 1.5 menunjukkan bahwa terdapat kenaikan uang SPP setiap tahun pelajaran, di mana uang SPP pada Tahun Pelajaran 2020/2021 mengalami kenaikan sebesar 4,17% dan pada Tahun Pelajaran 2021/2022 mengalami kenaikan sebesar 4,00%. Sedangkan untuk biaya pendaftaran pada Tahun Pelajaran 2020/2021 mengalami kenaikan sebesar 0,71% dan pada Tahun Pelajaran 2021/2022 juga mengalami kenaikan sebesar 0,71%. Biaya pendaftaran terdiri dari uang masuk dan uang gedung.

TK Aisyiyah Bustanul Athfal menyediakan pendidikan untuk anak-anak berusia 5-6 tahun dengan mengajarkan dasar-dasar ajaran agama Islam dengan tujuan agar siswa dapat memahami, mengamalkan, dan mengimani ajaran agama Islam yang nantinya

dapat membantu dalam proses perkembangan anak agar menjadi anak yang baik.

Calon orang tua siswa harus membayar biaya pendaftaran pada saat calon siswa diterima. Biaya pendaftaran boleh dibayar sebanyak dua kali yaitu pada saat orang tua siswa membayar biaya pendaftaran dan pelunasan dilakukan paling lambat pada bulan Agustus tahun pelajaran berjalan. Selain itu, orang tua siswa juga harus membayar uang SPP setiap bulan.

TK Aisyiyah Bustanul Athfal beralamat di Jl. Teratai No. 3 Kecamatan Kapuas, Kabupaten Sanggau. Lokasi sekolah sangat strategis karena berada di tepi jalan raya yang dapat diakses dengan mudah menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. TK Aisyiyah Bustanul Athfal melakukan promosi dengan memasang spanduk di depan sekolah dan menyebarkan brosur kepada orang tua siswa saat mendaftar.

Jumlah guru dan staf di TK Aisyiyah Bustanul Athfal berdasarkan latar belakang pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.6
TK Aisyiyah Bustanul Athfal
Jumlah Guru dan Staf Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan
Tahun Pelajaran 2019/2020 s/d 2021/2022

No	Latar Belakang Pendidikan	Jumlah	
		Guru	Staff
1	SMA	-	-
2	D2	-	-
3	S1	4 orang	1 orang
Jumlah		4 orang	1 orang

Tabel 1.6 menunjukkan bahwa seluruh guru yang mengajar di TK Aisyiyah Bustanul Athfal berpendidikan S1, yang terdiri dari 2 orang guru honorer dan 2 orang guru berstatus PNS.

Taman Kanak-kanak Aisyiyah Bustanul Athfal memiliki 7 ruangan, di mana 4 ruangan digunakan sebagai kelas untuk proses belajar mengajar, 1 ruangan Kepala Sekolah, 1 ruangan untuk para guru, dan 1 ruangan digunakan untuk tempat bermain dan tempat alat peraga edukasi *indoor* seperti *puzzle*, balok, dan sempoa. Selain itu, TK Aisyiyah Bustanul Athfal juga memiliki halaman yang menyediakan ayunan besi, jungkat jungkit, dan perosotan viber.

Pendaftaran pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal sama dengan TK pada umumnya yaitu dengan mengisi formulir pendaftaran, membayar uang pendaftaran, melampirkan fotokopi Kartu Keluarga, akta kelahiran calon siswa, fotokopi KTP orang tua, dan pas foto calon siswa.

Proses belajar mengajar yang dilakukan yaitu dengan belajar secara berkelompok dengan memberikan pelajaran sesuai dengan Kurikulum 2013 Pendidikan Anak Usia Dini dengan memperhatikan 6 aspek bidang pengembangan (nilai agama dan moral, fisik motorik, kognitif, sosial emosional, bahasa, dan seni).

Berikut ditampilkan jumlah pendapatan TK Aisyiyah Bustanul Athfal Tahun Pelajaran 2019/2020 sampai dengan 2021/2022:

Tabel 1.7
TK Aisyiyah Bustanul Athfal
Jumlah Pendapatan
Tahun Pelajaran 2019/2020 s/d 2021/2022

No	Tahun Pelajaran	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	2019/2020	95.450.000
2	2020/2021	125.440.000
3	2021/2022	91.840.000

Sumber: TK Aisyiyah Bustanul Athfal, 2022

Tabel 1.7 menunjukkan bahwa jumlah pendapatan pada Tahun Pelajaran 2020/2021 mengalami kenaikan sebesar 31,42% dan jumlah pendapatan pada Tahun Pelajaran 2021/2022 mengalami penurunan sebesar 26,78%.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Anaknya Pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal Di Kabupaten Sanggau”.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah : “Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal di Kabupaten Sanggau?”.

C. Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini jelas, maka penulis membatasi masalah pada :

1. Variabel Bauran Pemasaran diukur dengan dimensi produk, harga, tempat/lokasi, promosi, orang, bukti fisik dan proses.
2. Variabel Keputusan Orang Tua diukur dengan dimensi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal di Kabupaten Sanggau.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan mengaplikasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama di bangku kuliah agar diterapkan dalam keadaan nyata.

2. Bagi TK Aisyiyah Bustanul Athfal

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan saran yang bermanfaat bagi TK Aisyiyah Bustanul Athfal untuk mengambil kebijakan dan keputusan terkait dengan strategi pemasaran yang akan dilakukan.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan atau referensi bagi mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Hurriyati (2019:48): “*Marketing mix* merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”.

Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2019:48) mengemukakan:

Konsep bauran pemasaran tradisional (*traditional marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi) dan *promotion* (promosi). Sementara itu, untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix for services*) dengan penambahan unsur *non-traditional marketing mix*, yaitu *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses), sehingga menjadi tujuh unsur (7P).

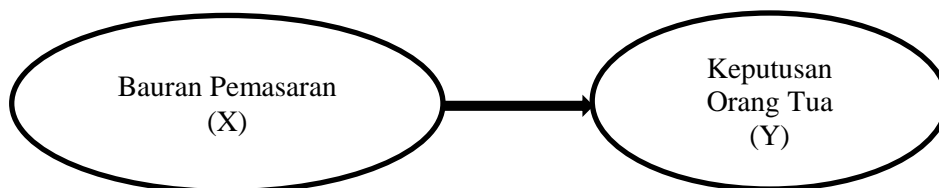
Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:120) mendefinisikan: “Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih”. Kotler dan Armstrong (2008:179) mengemukakan bahwa: “Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian”.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wati dan Satrio (2015) dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya” menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan siswa memilih SMA Barunawati Surabaya. Yang berpengaruh dominan terhadap keputusan siswa memilih SMA Barunawati Surabaya adalah orang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hukama dan Simon (2018) dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas YARSI” menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu produk, harga, lokasi, promosi, dan bukti fisik memberikan pengaruh yang positif terhadap variabel terikat yaitu keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas YARSI.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Menurut Siregar (2015:15): “Penelitian asosiatif/hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Siregar (2015:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui:

1) Wawancara

Menurut Siregar (2015:40): “Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab, sambil bertatap muka antar pewawancara dan responden”.

Dalam penelitian ini penulis melakukan tanya jawab (wawancara) dengan Kepala Sekolah untuk mendapatkan informasi mengenai kebijakan yang dilakukan oleh TK Aisyiyah Bustanul Athfal, dengan hasil wawancara yang diperoleh yaitu kebijakan yang dilakukan TK Aisyiyah Bustanul mengenai jangka waktu pembayaran uang masuk

boleh dicicil sebanyak dua kali dengan pelunasan pada bulan Agustus; promosi yang dilakukan pihak sekolah menggunakan brosur, pamflet dan media sosial (*Facebook*) bernama TK Aisyiyah Bustanul Athfal Sanggau; serta jumlah guru dan siswa yang mendaftar, diterima maupun yang lulus pada tiga tahun terakhir.

2) Observasi

Menurut Siregar (2015:42): “Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian”. Hasil observasi yang diperoleh yaitu TK Aisyiyah Bustanul Athfal memiliki alat bermain dan belajar, memiliki halaman bermain, memiliki 4 ruangan kelas yang digunakan sebagai tempat belajar mengajar, dan memiliki kantin. Berdasarkan observasi didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

3) Kuesioner

Menurut Siregar (2015:44): “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang

ada”. Dalam penelitian ini penulis memberikan kuesioner yang berisi pertanyaan atau pernyataan yang kemudian diisi oleh orang tua siswa untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti oleh penulis.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2015:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder dalam penelitian ini adalah jumlah Satuan Pendidikan Taman Kanak-kanak per Kecamatan, Satuan Pendidikan Taman Kanak-kanak di Kecamatan Kapuas, daya tampung siswa, jumlah siswa yang mendaftar, jumlah siswa yang diterima, jumlah kelulusan siswa, jumlah uang SPP dan biaya pendaftaran, jumlah guru dan staf berdasarkan latar belakang pendidikan, dan jumlah pendapatan TK Aisyiyah Bustanul Athfal dari Tahun Pelajaran 2019/2020 sampai dengan 2021/2022.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Siregar (2015:56): “Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua siswa yang

menyekolahkan anaknya di TK Aisyiyah Bustanul Athfal pada Tahun Pelajaran 2021/2022.

b. Sampel

Menurut Siregar (2015:56): “Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi”.

Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2016:156): “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. Sampel dalam penelitian ini adalah orang tua siswa TK Aisyiyah Bustanul Athfal Tahun Pelajaran 2021/2022 yang berjumlah 40 orang.

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:95): “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2016:96): “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi

sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran yang diberi notasi tanda X.

b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2016:97): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan orang tua yang diberi tanda Y.

5. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2016:168): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skala Likert digunakan untuk perhitungan yang memiliki bobot secara kuantitatif, sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.8
Pernyataan Responden Dengan Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2015:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it succesfully measure the phenomenon*)”. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software SPSS*.

Menurut Siregar (2015:77):

Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:

- a) Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Azwar, 1992; Soegiyono, 1999).
- b) Koefisien korelasi *product moment* $> r\text{-tabel}(\alpha ; n - 2)$
 $n = \text{jumlah sampel}$.
- c) Nilai $\text{sig} \leq \alpha$.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2015:87): “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*.

Menurut Siregar (2015:90): “Kriteria suatu instrumen

penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$ ". Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2015:153): "Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak". Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov. Adapun kriteria dari uji normalitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $\text{sig} > 0,05$, maka data terdistribusi normal.
- 2) Jika $\text{sig} \leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Siregar (2015:379): "Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*)". Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu bauran pemasaran (X) terhadap variabel terikat yaitu keputusan orang tua (Y).

Rumus regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

Sumber: Siregar (2015:379)

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan Orang Tua)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel bebas (Bauran Pemasaran)

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2015:337): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Dalam hal ini penelitian menggunakan teknik korelasi *product moment* dibantu dengan *software* SPSS.

Berikut tabel yang menunjukkan tingkat korelasi dan kekuatan hubungan:

Tabel 1.9
Tingkat Korelasi Dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar (2015:337)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2015:338): “Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk

mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah atau lebih variabel X (bebas) terhadap Y (terikat)”.

Menurut Ghozali (2011:97) mengemukakan:

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di TK Aisyiyah Bustanul Athfal yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

Langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) Membuat hipotesis

H_0 : Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di TK Aisyiyah Bustanul Athfal yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

H_a : Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orang tua

menyekolahkan anaknya di TK Aisyiyah Bustanul

Athfal yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

2) Menentukan nilai F tabel dengan kriteria: $\alpha = 0,05$

(5%)

3) Menentukan kriteria keputusan:

a) jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b) jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berusia antara 24-34 tahun, berpendidikan SMA/SMK, mempunyai pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, dan berpenghasilan per bulan antara Rp. 0,00 – Rp 1.999.999,00.
2. Persamaan regresi linier sederhana adalah: $Y = 2,875 + 0,417X$.
3. Hasil koefisien korelasi menunjukkan nilai R yaitu sebesar 0,498, artinya antara variabel bauran pemasaran dan keputusan orang tua menyekolahkan anaknya pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal memiliki hubungan yang cukup.
4. Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,248. Hal ini berarti bahwa 24,8% keputusan orang tua menyekolahkan anaknya pada TK Aisyiyah Bustanul Athfal dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya yaitu sebesar 75,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji kelayakan model (uji F) menunjukkan bahwa F hitung 12,513

> F tabel 4,10, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di TK Aisyiyah Bustanul Athfal yang dipengaruhi bauran pemasaran.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. TK Aisyiyah Bustanul Athfal agar dapat memperhatikan besaran uang SPP karena sebagian responden menganggap bahwa uang SPP kurang terjangkau.
2. TK Aisyiyah Bustanul Athfal dapat mempertahankan akreditasi yang sudah baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha, dan T. Hani Handoko. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hukama, La Diadhan, dan Zainal Zawir Simon. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas YARSI. *Jurnal Derivatif*. Vol. 12 (01), 17-28.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. MadPress, Jakarta.
- Hermawan, Agus. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2019. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-12. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Wati, Ulfa Indah, dan Budhi Satrio. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Bauranawati Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 04 (01), 1-19.