

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN WALI SISWA DALAM MEMILIH
SD YPPK ST. PETRUS, NABIRE**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Studi Magister Manajemen



Oleh :

IMMANUEL CANDRA IRAWAN
2014611049

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2016

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN WALI SISWA DALAM MEMILIH
SD YPPK ST. PETRUS, NABIRE**

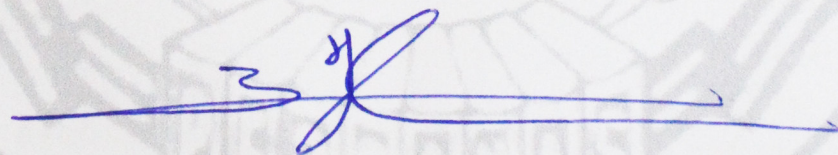
Diajukan oleh :

IMMANUEL CANDRA IRAWAN

2014611049

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 27 Juni 2016



(Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, MH.)

TESIS

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN WALI SISWA DALAM MEMILIH SD YPPK ST. PETRUS, NABIRE

Disusun oleh

IMMANUEL CANDRA IRAWAN

2014611049

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal 13 Juli 2016

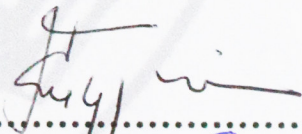
Tim Penguji

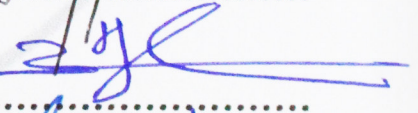
Ketua : Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM.

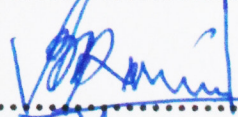
Sekretaris : Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, MH.

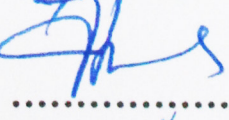
Anggota : Dr. Basuki Rachmat, S.E., MM.

Dr. Muazaroh, S.E., MT.


.....


.....


.....

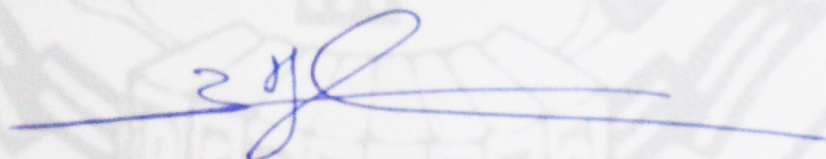

.....

PENGESAHAN TESIS

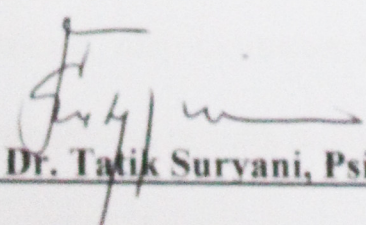
Nama : Immanuel Candra Irawan
Tempat, Tanggal Lahir : Nabire, 6 Agustus 1986
N.I.M : 2014611049
Program Pendidikan : Pascasarjana (Magister Manajemen)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa
Terhadap Keputusan Wali Siswa Dalam
Memilih SD YPPK St. Petrus, Nabire

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 20 Juli 2016


(Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, MH.)

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Tanggal : 20 Juli 2016


(Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM.)

KATA PENGANTAR

Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wali Siswa Dalam Memilih SD YPPK St. Petrus, Nabire”** . Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis menyelesaikan tesis ini. Terima kasih diucapkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala rencana dan kebaikan-Nya dalam setiap perjalanan hidup yang penulis lalui.
2. Dr. Lutfi, SE., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Perbanas Surabaya.
3. Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang selalu memberikan semangat sampai terselesainya tesis ini dengan baik.
4. Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, MH. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama proses penyusunan tesis ini.
5. Bapak dan Ibu dosen beserta civitas akademika Program Studi Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staf perpustakaan dan karyawan STIE Perbanas Surabaya atas bantuan dan kerja sama selama penulis menyusun tesis ini.

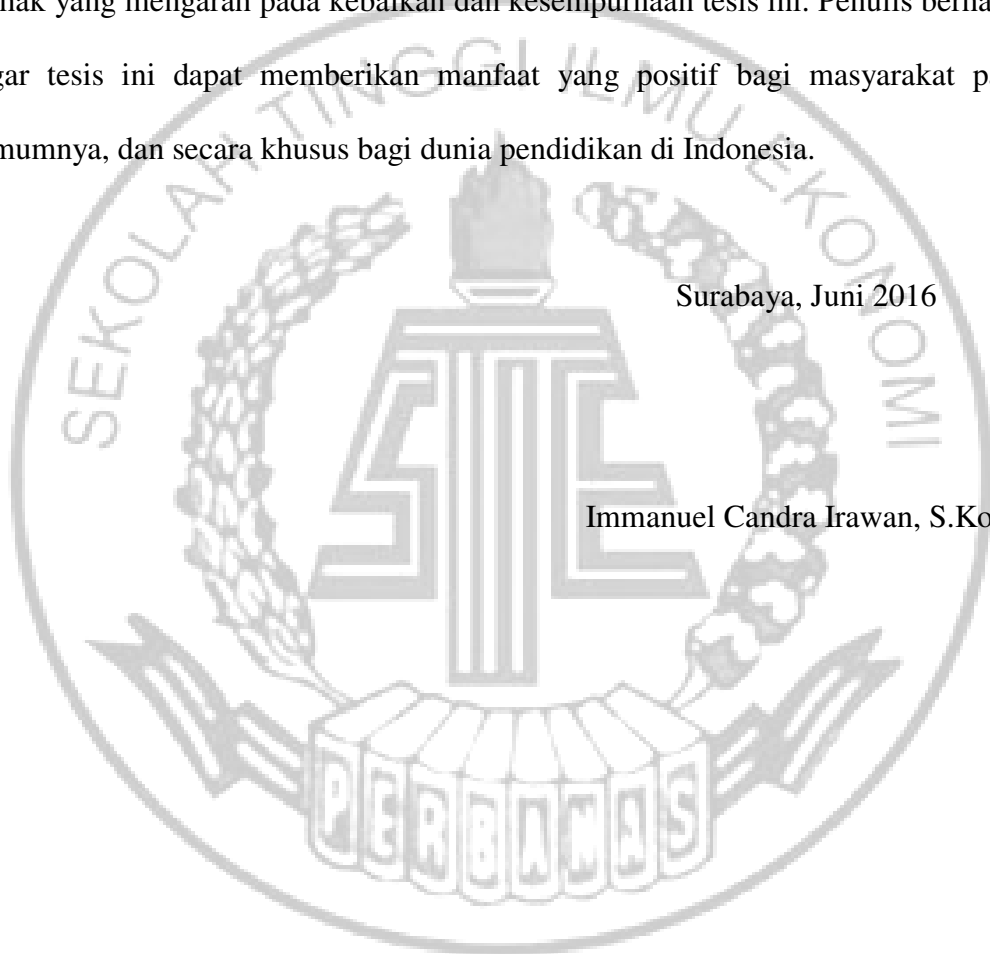
7. Seluruh staf administrasi Program Studi Magister Manajemen STIE Perbanas meliputi Ibu Sunartiningsih, SE., Ayu Pratiwi Eka Risti, SE., dan Desi Hardianti atas bantuan dan kerja sama dalam proses administrasi selama penulis perkuliahan.
8. Sr. Virginia Dalton selaku Kepala Yayasan Pendidikan dan Persekolahan Katolik (YPPK) Kabupaten Nabire yang telah mengizinkan penulis melaksanakan proses pengambilan data di SD YPPK St. Petrus, Nabire.
9. Sr. Serafika, AK. A.Ma.Pd selaku Kepala SD YPPK St. Petrus, Nabire dan para guru wali kelas 1 hingga 3 SD YPPK St. Petrus, Nabire yang meliputi Ibu Meity Poce Waas, S.Pd.SD; Ibu Debora Kiding, M.Pd; Ibu Maria Renda Mendila; Ibu Rofina Angelina Wea; Ibu Yuliana Dogopia; Ibu Marta Kusmini Sulastri, A.Ma.Pd; Meisye Iatupeirissa, A.Ma.Pd; Ibu Bernadeta Juminten, M.Pd; Ibu Yuliana Jemina, A.Ma.Pd; Bapak Rocky Matitahatiwen, S.Pd serta seluruh dewan guru yang telah membantu penulis selama proses pengambilan data di SD YPPK St. Petrus, Nabire.
10. Para wali siswa yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
11. Kedua orang tua, Papa Yohanes Hadut dan Mama Sisilia Suliasih, serta seluruh keluarga besar yang terus mendukung, memotivasi, dan memberikan semangat bagi penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
12. Teman-teman mahasiswa program studi Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya angkatan 16 meliputi Abu Amar Fauzi, Ajeng Lailil Ismiar Rosida, Dewi Ayu Wulandari, Ditha Dhora Damayanti, Lala

Resyan Nanda Putra, Nedy Dining Agustiana, Paulus Suharto, Sabirin,
dan Winda Rosa Anggira. Semoga sukses selalu.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang mengarah pada kebaikan dan kesempurnaan tesis ini. Penulis berharap agar tesis ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat pada umumnya, dan secara khusus bagi dunia pendidikan di Indonesia.

Surabaya, Juni 2016

Immanuel Candra Irawan, S.Kom.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK..	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Hamma Ahmed dan Sahar Amjad Sheikh (2014)	14
2.1.2 Elisabeth Koes Soedijati dan Sri Astuti Pratminingsih (2011).....	15
2.1.3 Sefnedi (2013)	16
2.1.4 Zainuri Bin Dahari dan Mohd Sabri bin Ya (2011)	17
2.1.5 Yi Hsu dan Chen Yuan-fang (2013)	18
2.1.6 Arnoldi Zainal (2013)	19
2.1.7 I Dewa Ayu Juli Artini, I Ketut Kirya, dan I Wayan Suwendra (2014)	20
2.2 Landasan Teori	26
2.2.1 Bauran Pemasaran Jasa	26
2.2.2 Keputusan Pembelian	40
2.2.3 Hubungan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian	42
2.3 Kerangka Pemikiran	46
2.4 Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Rancangan Penelitian	48
3.2 Batasan Penelitian	49
3.3 Identifikasi Variabel	50

3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.4.1	Definisi Operasional	51
3.4.2	Pengukuran Variabel	57
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	59
3.6	Instrumen Penelitian	61
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	63
3.8	Data dan Metode Pengumpulan Data	64
3.9	Teknik Analisis Data	65
3.9.1	Uji Asumsi Klasik	65
3.9.2	Analisis Regresi Berganda	68
3.9.3	Analisis Koefisien Korelasi (R)	69
3.9.4	Pengujian Hipotesis	70
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	73
4.1	Gambaran Subyek Penelitian	73
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	80
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	81
4.2.1	Hasil Uji Validitas	81
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	84
4.3	Analisis Data.....	85
4.3.1	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	85
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	109
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda	116
4.3.4	Analisis Koefisien Korelasi (R)	119
4.3.5	Pengujian Hipotesis	119
4.4	Pembahasan.....	128
4.4.1	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	128
4.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	131
4.4.3	Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	133
4.4.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	135
4.4.5	Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Pembelian	138
4.4.6	Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian ...	140
4.4.7	Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Pembelian	142

BAB V	PENUTUP	145
	5.1 Kesimpulan	145
	5.2 Keterbatasan Penelitian	148
	5.3 Saran	150

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

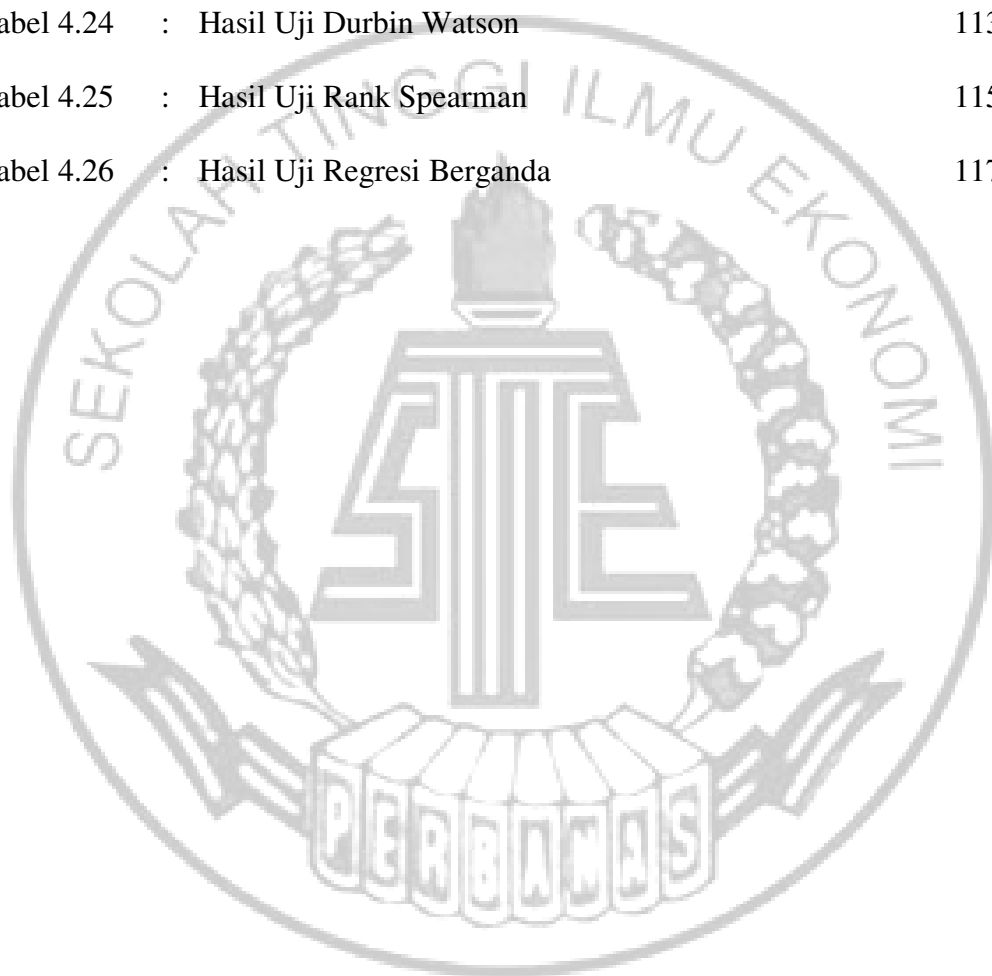


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Persentase Angka Partisipasi Murni (APM) Penduduk Indonesia dalam Pendidikan SD/MI/Paket A Tahun 2009-2013	3
Tabel 1.2 : Jumlah Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) di Indonesia Tahun 2011-2014	4
Tabel 1.3 : Jumlah Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) Provinsi Papua Tahun 2011-2014	5
Tabel 1.4 : Jumlah Siswa Baru SD YPPK St. Petrus, Nabire Tahun 2013-2015	8
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Saat Ini dengan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 : Kategori Rata-Rata Tanggapan Responden	58
Tabel 3.2 : Indikator-Indikator Pernyataan Untuk Masing-Masing Variabel	62
Tabel 3.3 : Pengambilan Keputusan Gejala Autokorelasi	67
Tabel 3.4 : Tingkat Keeratan Korelasi	70
Tabel 4.1 : Deskripsi Data Responden Wali Siswa SD YPPK St. Petrus, Nabire	74
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kuesioner	83
Tabel 4.3 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	84
Tabel 4.4 : Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Produk (X_1)	86
Tabel 4.5 : Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka pada Variabel Produk (X_1)	87
Tabel 4.6 : Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Harga (X_2)	89

		Halaman
Tabel 4.7	: Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka 1 pada Variabel Harga (X_2)	90
Tabel 4.8	: Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka 2 pada Variabel Harga (X_2)	92
Tabel 4.9	: Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Tempat (X_3)	93
Tabel 4.10	: Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka pada Variabel Tempat (X_3)	94
Tabel 4.11	: Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Promosi (X_4)	95
Tabel 4.12	: Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka pada Variabel Promosi (X_4)	96
Tabel 4.13	: Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Orang (X_5)	98
Tabel 4.14	: Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka pada Variabel Orang (X_5)	99
Tabel 4.15	: Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Bukti Fisik (X_6)	100
Tabel 4.16	: Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka 1 pada Variabel Bukti Fisik (X_6)	101
Tabel 4.17	: Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka 2 pada Variabel Bukti Fisik (X_6)	102
Tabel 4.18	: Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Proses (X_7)	104
Tabel 4.19	: Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka pada Variabel Proses (X_7)	105
Tabel 4.20	: Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	107

	Halaman
Tabel 4.21 : Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	108
Tabel 4.22 : Hasil Uji Normalitas pada Residual	110
Tabel 4.23 : Hasil Uji Multikolinearitas	112
Tabel 4.24 : Hasil Uji Durbin Watson	113
Tabel 4.25 : Hasil Uji Rank Spearman	115
Tabel 4.26 : Hasil Uji Regresi Berganda	117

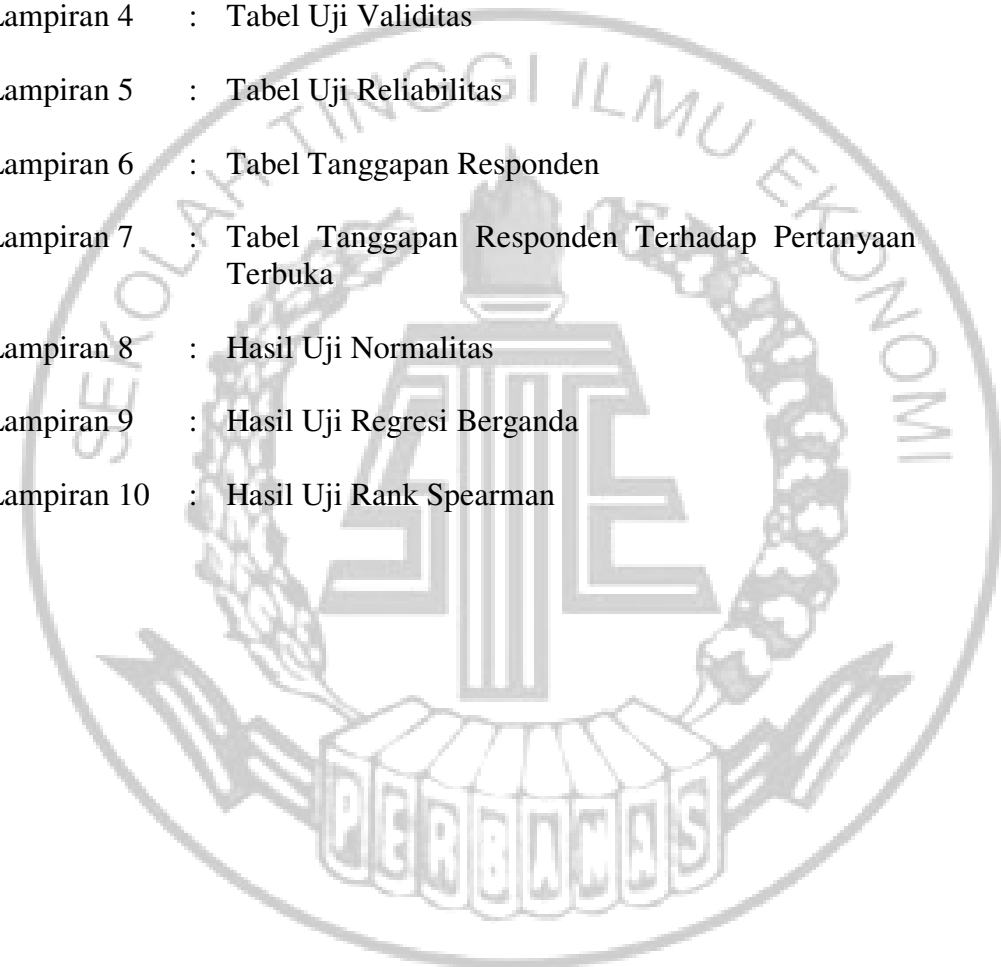


DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Tahapan Dalam Proses Pembelian	41
Gambar 2.2 : Model Perilaku Konsumen Terhadap Jasa	42
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Hubungan Faktor Bauran Pemasaran Jasa Dengan Keputusan Pembelian	46
Gambar 4.1 : Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambar 4.2 : Proporsi Responden Berdasarkan Usia	76
Gambar 4.3 : Proporsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
Gambar 4.4 : Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Gambar 4.5 : Proporsi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	80
Gambar 4.6 : Uji Normalitas Dengan Diagram Histogram dan Grafik Scatter Plot	111
Gambar 4.7 : Uji Heteroskedastisitas Dengan Grafik Scatter Plot	116

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabel Data Tanggapan Responden
- Lampiran 3 : Tabel Frekuensi Profil Responden
- Lampiran 4 : Tabel Uji Validitas
- Lampiran 5 : Tabel Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Tabel Tanggapan Responden
- Lampiran 7 : Tabel Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Terbuka
- Lampiran 8 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Berganda
- Lampiran 10 : Hasil Uji Rank Spearman



ABSTRAK

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Hak anak-anak Indonesia dalam memperoleh pendidikan dipandang sebagai hak utama anak. Meningkatnya partisipasi penduduk dalam pendidikan dasar, membuat para orang tua berlomba-lomba mencari lembaga pendidikan yang berkualitas bagi putra-putrinya sehingga tercipta pula iklim kompetitif bagi lembaga-lembaga pendidikan dasar baik yang berstatus negeri maupun swasta. Faktor agama menjadi pertimbangan orang tua memilih sekolah swasta berbasis agama terutama di wilayah Papua. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh bauran pemasaran jasa yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses terhadap keputusan wali siswa dalam memilih SD YPPK St. Petrus, Nabire. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wali siswa SD YPPK St. Petrus, Nabire dengan sampel sebanyak 180 orang responden yang anaknya duduk di kelas 1 hingga 3. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh bauran pemasaran jasa yang signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan wali siswa dalam memilih SD YPPK St. Petrus, Nabire. Berdasarkan hasil pengujian statistik, menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga dan tempat secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Di antara variabel-variabel tersebut, variabel promosi merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci : pendidikan dasar, bauran pemasaran jasa, keputusan memilih sekolah dasar

ABSTRACT

Education is a very important things in human lives. The rights of Indonesian children in acquiring education is the primary rights. Increased participation of the population in elementary education, make the parents trying to looking for quality educational institutions for their children so that also create a competitive climate for basic education institutions both public and private status. Parents choose private schools based on religion especially in Papua. This study aimed to assess the influence of service marketing mix (product, price, place, promotion, people, physical evidence and process) to the parent's decision in choosing St.Peter Elementary School in Nabire. The population in this study are all parent of St. Peter Elementary School students in Nabire with a sample of 180 respondents whose their children is in grade 1 to 3. The analysis technique is descriptive analysis and multiple linear regression analysis to examine the effect of the service marketing mix either simultaneously or partially to the parent's decision in choosing St.Peter Elementary School in Nabire. Based on the results of statistical tests, showed that the variables of product, price, place, promotion, people, physical evidence and process simultaneously influence the parent's decision. Additionally, variable of product, promotion, people, physical evidence and process partially significantly affect on parent's decision, while the variable of price and place partially no significantly affect on parent's decision. Variable of promotion is a dominant variable that affecting parent's decision.

Keywords : elementary education, service marketing mix, parent's decision choosing elementary school