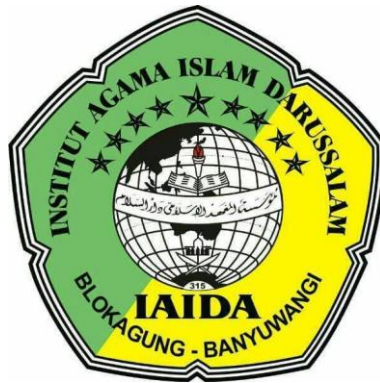


SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI (*PROMOTION*)
TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH
SATUAN PENDIDIKAN MUADALAH (SPM ULYA)
MADRASAH DINIYYAH AL AMIRIYYAH
PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BLOKAGUNG
TAHUN PEMBELAJARAN 2020/2021**



Oleh :

AGUS SETIAWAN

NIM : 17111110009

**PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM (MPI)
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN (FTK)
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
(IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2021**

SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI (*PROMOTION*)
TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH
SATUAN PENDIDIKAN MUADALAH (SPM ULYA)
MADRASAH DINIYYAH AL AMIRIYYAH
PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BLOKAGUNG
TAHUN PEMBELAJARAN 2020/2021

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Karangdoro
Tegalsari Banyuwangi Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Oleh :

AGUS SETIAWAN
NIM : 17111110009

PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM (MPI)
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN (FTK)
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
(IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2021

Skripsi Dengan Judul:

**PENGARUH PROMOSI (*PROMOTION*)
TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH
SATUAN PENDIDIKAN MUADALAH (SPM ULYA)
MADRASAH DINIAH AL AMIRIYYAH
PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BLOKAGUNG
TAHUN PEMBELAJARAN 2020/2021**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang skripsi

Pada tanggal: 26 Juli 2021

Mengetahui,
Ketua Prodi



MOH. HARUN AL ROSID, M.Pd.I.
NIPY. 3150929038601

Pembimbing



SYAMSUL MUARIF, S.Pd, M.Pd
NIPY. 3150128106401

PENGESAHAN

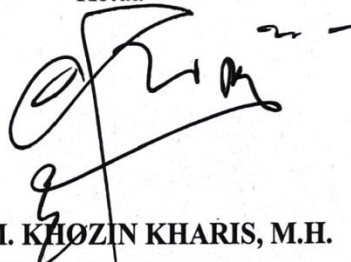
Skripsi saudara Agus Setiawan telah dimunaqosahkan kepada Penguji/ Reviewer Skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal :

31 Juli 2021

Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

Tim Penguji :

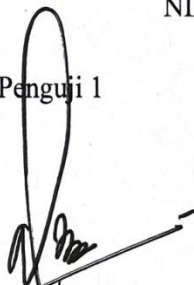
Ketua



Drs. H. M. KHOZIN KHARIS, M.H.

NIPY. 3150102036401

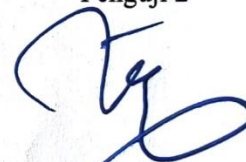
Penguji 1



MOH. HARUN AL ROSID, M.Pd.I.

NIPY. 3150929038601

Penguji 2



KOMARUDIN A, M.Pd.

NIPY. 3151726078801

Dekan



Dr. SITI AIMAH, S.Pd.I., M.Si.

NIPY. 3150801058001

MOTTO N PERSEMBAHAN

Motto :

Betapa bodohnya manusia

Dia menghancurkan masa kini dengan mengawatirkan masa depa , tetapi menangis di masa depan dengan mengingat masa lalunya“

(ALI BIN ABI THALIB)

Persembahan :

Dengan mengucapkan rasa syukur *alhamdulillah* Kepada Allah, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayah Ahmad Sofyan dan Ibu Musyarofah tercinta, yang tanpa mengeluh maupun lelah telah memberikan kasih sayangnya kepada saya, serta tanpa bosan mendoakan agar menjadi pribadi yang berkualitas serta dilengkapi dengan akhlak yang mulia.
2. Kemudian kepada yang mulia segenap pengasuh pondok pesantren Darussalam blokagung yang selalu memberikan fatwa fatwanya dengan harapan menjadi generasi yang bermanfaat bagi agama dan Negara.
3. Kepada dosen pembimbing bapak Syamsul Muarif M.Pd yang telah memberikan bimbingan kepad asaya dengan sabar.
4. Kepada seluruh dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung yang telah memberikan banyak ilmu, pendidikan serta tauladan.
5. Kepada teman teman baik yang berada di pondok pesantren Darussalam, maupun diluar pondok pesantren.
6. Kepada segenap teman teman MPI A 2017, semoga sukses selalu.
7. Untuk almamaterku tercinta IADA semoga selalu sukses dan semain jaya.
8. Kepada teman teman asrama Al Ikmal, semoga menjadi generasi yang bermanfaat.

**PERNYATAAN
KEASLIAN TULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrahim

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini, saya :

Nama : Agus Setiawan

NIM : 17111110009

NIMKO : 2017/4.071.0120.1.001154.

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Alamat Lengkap : Dusun Tegal Rejo, Desa Srikaton, Kecamatan Air Saleh,
Kabupaten Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

- a. Skripsi ini tidak pernah diserahkan kepada lembaga perguruan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- b. Skripsi ini benar benar hasil karya pribadi dan bukan merupakan hasil tindakan curang atas karya orang lain.
- c. Apabila kemudian hari ditemukan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari tindakan kecurangan, maka saya siap menanggung segala konsekuensi hokum yang dibebankan.

Banyuwangi, 21 Agustus 2021



Yang menyatakan,



AGUS SETIAWAN
NIM. 17111110009

ABSTRACT

Setiawan, Agus. 2021. Promotion Effect (Promotion) On The Decision Of Muadalah Ulya Students To Choose A School In Muadalah Education Unit (SPM) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah Islamic Bording Scool Darussalam Blokagung Academic Year 2020/2021. Islamic Education Manajement Study Program. Mentor : Syamsul Muarif, S.pd., M.pd.

Keywords: Promotion, Student Decision.

Educational marketing is the process of marketing an educational institution to get students. one of the education marketing mix is promotion. Promotion really needs to be done by an educational institution, especially an educational institution that is actually new, such as the muadalah education unit (SPM ULYA) Madrasah Diniyah AL Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi, so that the public knows this educational institution.

This research was carried out with the aim of knowing the Effect of Promotion on Students' Decisions to Choose a School in the Al Amiriyyah Ulya Darussalam Mudalam Education Unit (SPM) for the Academic Year 2020/2021. As one of the factors that influence students' decisions to choose the Al Amiriyyah Ulya Darussalam Mudalam Education Unit (SPM), promotion is one of the most important variables in the marketing mix carried out by a company or an educational institution.

This research is a quantitative research. This type of research uses descriptive qualitative. The data collection technique uses a questionnaire or questionnaire which has been tested for validity and reliability. To find out whether there is a significant influence between promotions on the decision of Mudalam Ulya students to choose a school in the Al Amiriyyah Ulya Darussalam Mudalam Education Unit (SPM) for the 2020/2021 academic year using the Pearson product moment formula.

After analyzing the collected data, it was found that: (1) the results of the questionnaire about promotion with 53 respondents were said to be very good with a percentage of 88, 60% (2) the results of the questionnaire on the decisions of Mudalam Ulya students were also very good with a percentage of 88, 86%. (3) the effect of promotion on the decision of Mudalam Ulya Darussalam students to choose a school in the Al Amiriyyah Ulya Darussalam Mudalam Education Unit (SPM) for the 2020/2021 academic year is 90.63% with a t-count result of 0.952 then it is between 0.80 - 1.00 means very strong.

ABSTRAK

Setiawan, Agus. 2021. Pengaruh Promosi (*Promotion*) Terhadap Keputusan Siswa Muadalah Ulya Memilih Sekolah Di Satuan Pendidikan Muadalah (Spm Ulya) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tahun Akademik 2020/2021. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Pembimbing : Syamsul Muarif, S.Pd., M.Pd.

Kata Kunci : Promosi, Keputusan Siswa.

Marketing pendidikan merupakan proses memasarkan sebuah lembaga pendidikan untuk mendapatkan peserta didik. Salah satu bauran marketing adalah promosi. Promosi sangat perlu dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan apalagi lembaga pendidikan yang notabeneunya baru seperti Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi, agar masyarakat mengenal lembaga pendidikan tersebut.

Penelitian yang dilakukan ini berujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Muadalah Ulya Memilih Sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam Tahun Akademik 2020/2021. Sebagai salah satu factor yang mempengaruhi keputusan siswa memilih Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam, promosi merupakan salah satu variabel yang sangat penting dalam bauran pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau suatu lembaga pendidikan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner yang mana telah diuji validitas dan reabilitas. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan siswa Muadalah Ulya memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam tahun akademik 2020/2021 dengan menggunakan rumus *product moment pearson*.

Setelah melakukan analisis data yang dikumpulkan, ditemukan bahwa : (1) hasil angket tentang promosi dengan 53 responden dikatakan sangat baik dengan prosentase 88, 60% (2) hasil angket tentang keputusan siswa Muadalah Ulya juga sangat baik engan prosentase sebesar 88, 86%. (3) pengaruh promosi terhadap keputusan siswa Muadalah Ulya Darussalam memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam tahun akademik 2020/2021 sebesar 90, 63% dengan hasil t hitung 0, 952 maka berada diantara 0,80 – 1, 00 artinya sangat kuat.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil'alamin segala puji bagi Allah atas segala rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program strata S-1 di program studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) dengan judul “Pengaruh Promosi (Promotion) terhadap Keputusan Siswa Muadalah Ulya Darussalam Memilih Sekolah di Muadalah Ulya Darussalam Tahun Ajaran 2020/2021.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi kita Muhammad SAW, nabi yang kita harapkan syafa'atnya kelak diyaumul qiyamah. Tanpa adanya bantuan dari banyak pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan dorongan yang mampu mendorong penulis untuk terus berusaha tanpa menyerah, penulis menyadari proposal skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan saat ini penulis mengucapkan banyak terimakasih dengan tulus kepada:

1. KH. Hisyam Syafa'at, pengasuh pondok pesantren Darussalam, beserta seluruh keluarga Bani Syafa,at.
2. KH. Ahmad Munib Syafa'at, LC, M.E.I. selaku Rektor Institut Agama Islam Darussalam.
3. Dr. Siti Aimah, S.Pd.,I.,M.Si Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam.
4. Moh. Harun Al Rosid, M.Pd.I. selaku ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Darussalam.
5. Syamsul Muarif, S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing
6. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi.
7. Kepala sekolah Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.
8. Rekan-rekan angkata 2017 Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Darussalam.
9. Seluruh Asatidz Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.
10. Dan seluruh pihak-pihak yang mendukung penulisan proposal skripsi ini.

Dalam penulisan proposal skripsi ini penulis sadar bahwa masih terdapat kekurangan, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis berharap saran dan kritik yang sifatnya membangun dan atas kesalahan dan kehilafan dalam penulisan proposal skripsi ini penulis mohon maaf yang sebesar besarnya.

Ahirnya kepada *Allah Azza Wajalla*, penulis kembalikan sesuatunya dengan harapan semoga proposal ini dapat dapat tersusun dan dengan ridloNya serta dapat memberikan manfaat. *Amin Ya Robbal Alamin*

Blokagung, 26 Juli 2021

Penulis

Daftar Isi

Cover	
Cover Dalam	i
Halaman Prasyarat Gelar.....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto dan Persembahan.....	v
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	vi
Abstrak (Bahasa Inggris)	vii
Abstrak (Bahasa Indonesia)	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	iv
Daftar Tabel	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Batasan Masalah.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Ruang Lingkup Penelitian	8
G. Definisi operasional.....	8
H. Asumsi Peneliti	11

I. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Landasan Teori.....	16
1. Promosi	16
2. Keputusan Siswa.....	20
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis dan Langkah Langkah Penelitian	28
1. Jenis Penelitian	28
2. Langkah Langkah Penelitian	28
B. Populasi	29
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
1. Tempat Penelitian	30
2. Waktu Penelitian.....	30
D. Sumber Data.....	30
E. Instrument Penelitian.....	31
1. Variabel X	31
2. Variabel Y	32
F. Teknik Pengumpulan Data	32
G. Validitas dan Reabilitas	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas.....	35
H. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN	38
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
1. Latar Belakang.....	38
2. Selayang Pandang SPM Ulya Al-Amiriyyah.....	39

3. Visi dan Misi SPM Ulya Al-Amiriyyah	39
4. Tujuan Instiusional SPM Ulya Al-Amiriyyah	40
5. Struktur Kepengurusan SPM Ulya Al-Amiriyyah.....	41
6. Mekanisme Kerja Pengelolaan SPM Ulya Al-Amiriyyah	42
B. Paparan Data Penelitian.....	46
1. Data Responden.....	46
2. Rekapitulasi Nilai Angket Variabel X	50
3. Rekapitulasi Nilai Angket Variabel Y	54
4. Uji Validitas Instrumen.....	58
5. Uji Reabilitas Instrumen	60
6. Uji Hipotesis dan Analisis Data	62
7. Diskusi Interpretasi.....	67
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
Daftar Pustaka	72
Lampiran-Lampiran.....	74

DAFTAR TABEL

4.1. Tabel Mekanisme Kerja.....	40
4.1. Data Responden	44
4.2. Tabulasi Angket Variabel X.....	48
4.3. Tabulasi Angket Variabel Y.....	52
4.4. Validitas Instrumen Variabel X.....	56
4.5. Validitas Instrumen VariabelY.....	57
4.6. Hasil Uji Reliabilitas Data.....	59
4.7. Uji Hepotesis dan Analisis Data.....	60

DAFTAR GAMBAR

2. 1. Tabel Kerangka Pemikiran.....	24
--	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 2 : Surat Telah Melaksanakan Penelitian

Lampiran 3 : Kartu Bimbingan

Lampiran 4 : Angket Penelitian

Lampiran 5 : Tabel Hitung Validitas Variabel X

Lampiran 6 : Tabel Hitung Validitas Variabel Y

Lampiran 7 : Tabel Hitung Cronbach's Alpha

Lampiran 8 : Cek Plagiasi

Lampiran 9 : Riwayat Hidup Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia usaha yang semakin ketat setiap orang dituntut untuk berkembang sesuai dengan bakatnya yang mana tujuannya agar mereka mampu bersaing dalam menentukan pekerjaan yang diinginkan. Dengan adanya dunia kerja yang semakin ketat tersebut banyak lembaga-lembaga pendidikan yang menawarkan jasa guna mempersiapkan diri untuk masuk dalam dunia kerja. Menurut sebagian orang yang ingin berorientasi bekerja, lembaga pelatihan kerja merupakan pilihan yang sangat diminati seperti bentuk bimbingan, pelatihan dan lain sebagainya. Dan efek dari berkembangnya dunia kerja maka semakin banyak pula lembaga-lembaga pendidikan ataupun pelatihan yang bermunculan sehingga menimbulkan sebuah persaingan di antara lembaga-lembaga penyediaan jasa pendidikan tersebut. Pendidikan itu sendiri merupakan sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia karena dengan pendidikan dapat merubah keadaan manusia menjadi lebih baik. Adapun tujuan sistem pendidikan di Indonesia menurut Undang-Undang Sisdiknas No. 20 Tahun 2003 disebutkan bahwa :

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, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Pada saat ini banyak lembaga yang menawarkan jasa pendidikan ataupun pelatihan secara khusus mengenai keterampilan seperti pelatihan bahasa Inggris dan lain sebagainya. Di beberapa lembaga pelatihan kerja tertentu juga ada yang menawarkan penyaluran tenaga kerja secara langsung yakni apabila setelah selesai melakukan pelatihan di lembaga tersebut maka akan langsung dapat bekerja. Hal semacam ini pula yang juga menimbulkan sebuah persaingan untuk mendapatkan calon peserta didik baru. Banyak pula lembaga pelatihan atau pendidikan yang melakukan berbagai cara yang unik untuk menarik minat para calon peserta didik baru. Situasi persaingan yang seperti inilah yang menuntut setiap lembaga pendidikan untuk mampu bersaing mendapatkan peserta didik baru agar dapat tetap bertahan dan lebih berkembang. Untuk itu maka sangat diperlukan cara-cara tertentu guna menghadapi persaingan tersebut. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang pokok yang perlu dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sebagian pemasar pendidikan menggunakan sebuah alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan oleh pasar sasaran mereka yang mana alat tersebut membentuk sebuah bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan sebuah alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan atau lembaga pendidikan untuk terus continue mencapai tujuan pemasarannya di medan pasar sasaran.

Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berada di bawah naungan yayasan pondok pesantren Darussalam Blokagung yang terletak di Kabupaten Banyuwangi. Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung itu sendiri didirikan pada tahun 2019 dan masih tergolong baru, sehingga banyak masyarakat yang belum mengenalnya. Maka perlu melakukan sebuah pemasaran guna menarik peserta didik baru. Pemasaran itu sendiri atau biasa disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4p, yaitu *produk*, *price*, *place* dan *promotion*. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, *price* adalah atribut yang melihat erat pada keberadaan sebuah produk, *place* adalah sebuah penyaluran barang yang diproduksi sampai pada konsumen atau pasar sedangkan *promotion* merupakan sebuah variabel *marketing mix* yang digunakan untuk berkomunikasi dengan konsumen atau pasar akan tetapi dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti hanya mengambil salah satu bauran pemasaran yaitu promosi.

Kegiatan promosi pada sebuah lembaga pendidikan mempunyai peranan yang sangat penting guna mengembangkan lembaga tersebut dimasa mendatang. Promosi juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah pemasaran karna meskipun sebuah produk itu berkualitas bila konsumen belum pernah mendengarnya atau tidak yakin akan kualitas produk tersebut maka secara otomatis mereka tidak akan

membelinya. Hakikat pemasaran menurut Buchari Alma (2004:179) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang mana merupakan aktifitas pemasaran yang berusaha menyampaikan informasi, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan. Dari sini dapat kita pahami bahwasanya tujuan pokok promosi yakni menginformasikan, mempengaruhi membujuk serta mengingatkan konsumen tentang perusahaan dan produknya sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Proses pengambilan keputusan konsumen itu dapat dipandang sebagai serangkaian lima tahapan, yaitu kesadaran akan kebutuhan, pencarian alternatif, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perasaan setelah membeli. Dari semua tahapan proses pengambilan keputusan selalu dipengaruhi factor-faktor yang mempengaruhi keputusan salah satunya yakni promosi. Setiap individu akan merasakan perbedaan personalitas, seperti kepribadian konsep diri, persepsi subjektif konsumen terhadap informasi barang atau situasi pembelian (Yazid, 1999:49). Perilaku konsumen (siswa muadalah) memilih studinya adalah Karena awalnya terdapat kesadaran akan kebutuhan atau keinginan yang ingin dicapai. Zeithaml dan Bitner dalam Yazid (1999:50) menyatakan bahwa situasi seperti ini sebagai gap antara yang diharapkan dengan kenyataan yang dialami atau yang diterima begitu suatu keinginan atau kebutuhan akan tempat studinya didapatkan seorang konsumen akan mencari alternatif pemuasan kebutuhan dan keinginannya dari berbagai sumber baik internal

maupun eksternal. Setelah proses pengumpulan informasi yang dilakukan konsumen kemudian mengevaluasi alternatif berdasarkan apa yang telah didupatkannya dan akan meminimalkan berdasarkan kualifikasi jasa tertentu yang diterimanya. Puas atau tidaknya konsumen terhadap jasa yang telah dibelinya akan sangat bergantung kepada hasil evaluasi terhadap jasa yang dipilihnya. Berdasarkan paparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “*Pengaruh Promosi (promotion) Terhadap Keputusan Siswa Muadalah Ulya Memilih Sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam Blokagung Tahun Ajaran 2020/2021*”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana promosi dan keputusan siswa memilih sekolah Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung tahun pembelajaran 2020/2021?
2. Adakah pengaruh promosi (*promotions*) terhadap keputusan siswa memilih sekolah Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung tahun pembelajaran 2020/2021?
3. Seberapa besar pengaruh promosi (*promotions*) terhadap keputusan siswa memilih sekolah Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung tahun pembelajaran 2020/2021?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui promosi dan keputusan siswa memilih Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam tahun akademik 2020/2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi (*Promotions*) terhadap keputusan siswa Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam tahun akademik 2020/2021.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Promosi (*Promotions*) terhadap keputusan siswa Muadalah Ulya Darussalam memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam tahun akademik 2020/2021.

D. Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian merupakan pembatasan masalah agar dapat lebih terarah serta mudah dipahami. Sehingga tidak terjadi pelebaran permasalahan dan terhindar dari penafsiran yang salah. Menurut Philip Kotler dan Amsatrong (1997:21) terdapat 7 komponen *Marketing Mix* atau sering juga disebut dengan istilah 7 P, yakni : produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Namun demikian peneliti hanya focus pada salah satu elemen bauran pemasaran yakni promosi (*promotions*).

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun ataupun praktis di antaranya yaitu :

1. Manfaat Teoritis

- (a) Untuk menambah wawasan tentang promosi lembaga pendidikan.
- (b) Memberikan kontribusi dan sumbangsih ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran pendidikan.
- (c) Menambah khazanah mengenai perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

- (a) Bagi peneliti hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan baru tentang pemasaran pendidikan dan sebagai bekal mengamalkan ilmu yang telah didapat di bangku perkuliahan dalam dunia kerja yang sesungguhnya.
- (b) Bagi pihak pengelola studi Manajemen Pendidikan Islam hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dalam melakukan pemasaran.
- (c) Sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

F. Ruang lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan dengan judul “ Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Muadalah Ulya Memilih Sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya

Darussalam tahun akademik 2020/2021 ini terdapat dua variabel, yakni:

- a. Variabel dependen (x) yakni Promosi.
- b. Variabel independen (y) yakni keputusan siswa.

2. Indikator Variabel

Adapun untuk indikator Promosi (*Promotion*), menurut Kotler dan Amstrong (2008:117) yaitu:

- a. Advertising
- b. Personal selling
- c. Sales Promotion
- d. Public Relation
- e. Direct Marketing

Sedangkan menurut Hasan (2002:14) indikator keputusan siswa yakni:

- a. Posisi atau kedudukan
- b. Masalah
- c. Situasi
- d. Kondisi
- e. Tujuan

G. Definisi Operasional

1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) “pengaruh yaitu daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang”(Moeliono,1990:664).

Dari pendapat di atas dapat kita artikan bahwa pengaruh merupakan daya yang timbul dari sesuatu baik dari orang ataupun benda yang dapat membentuk watak, kepercayaan maupun perbuatan sehingga dapat membentuk sebuah kekuasaan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk bertindak dengan cara cara tertentu.

2. Promosi (*Promotion*)

Menurut Sofjan Assauri (2000:264) promosi merupakan usaha untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada konsumen dengan tujuan menarik konsumen atau calon konsumen untuk membeli barang atau jasa produk tersebut.

Dengan demikian promosi merupakan kegiatan mengenalkan, menawarkan barang atau jasa termasuk jasa pendidikan kepada para masyarakat sehingga terpengaruh untuk menentukan pilihan sekolah putra/putrinya.

3. Keputusan Siswa

Menurut Kotler dan Keller (2008:204) keputusan konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, atau ,menempatkan barang, jasa, ide, atau

pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Dalam hal ini keputusan siswa adalah keputusan individu untuk memilih jasa pendidikan.

4. Mu'adalah Ulya

Muadalah secara terminologi memiliki arti penyetaraan, sedangkan Ulya memiliki arti tinggi, luhur, atas. Sedangkan Muadalah berdasarkan Peraturan Menteri Agama No 18 Tahun 2014 disebutkan bahwa :

“Muadalah merupakan suatu pendidikan Islam yang diselenggarakan dan berada di pesantren yang mengembangkan kurikulum sesuai dengan khas pesantren yang berbasis kitab kuning ataupun Dirosah Islamiyah yang menggunakan pola mualimin secara berjenjang dan terstruktur yang disetarakan dengan pendidikan dasar dan menengah yang berada di lingkungan kementerian agama”.

Jadi dari pengertian di atas secara sederhana dapat kita pahami bahwa Muadalah Ulya adalah satuan pendidikan Islam yang diselenggarakan di lingkungan pondok pesantren dengan khas kitab kuning dan juga dibarengi dengan pengembangan kurikulum, yang disetarakan dengan SMA/SMK maupun MA.

H. Asumsi Peneliti

Melihat dari latar belakang yang telah dipaparkan yakni sekolah Muadalah Ulya merupakan sebuah lembaga pendidikan yang baru, sehingga belum banyak dikenal di kalangan masyarakat maka promosi merupakan salah satu alternatif yang baik yang perlu dilakukan guna mengenalkan, mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa

pendidikan Muadalah Ulya Darussalam. Maka dari itu peneliti berasumsi bahwa terdapat pengaruh promosi pendidikan yang dilakukan sekolah Muadalah Ulya Darussalam terhadap keputusan siswa Muadalah Ulya memilih sekolah di Muadalah Ulya Darussalam.

I. Sistematika Penulisan

Untuk sistematika penulisan skripsi yang akan dilakukan, penulis membagi menjadi lima bab, yang mana dari tiap bab terdiri dari sub sub yang akan diuraikan dibawah ini:

BAB I : PENDAHULUAN, yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan devinisi operasional, asumsi peneliti, sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI, yang meliputi penelitian terdahulu, teori yang memuat pengertian promosi, tujuan promosi, pengertian pengambilan keputusan, faktor faktor pengambilan keputusan, langkah langkah pengambilan keputusan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN, yang memuat jenis penelitian, populasi, tempat dan waktu penelitian, sumber data, instrument penelitian, uji validitas dan reabilitas, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, yang meliputi hasil temuan, analisis data dan pengujian hipotesis serta diskusi dan interpretasi.

BAB V : PENUTUP, yang memuat kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

1. Yudi Suprastio, 2020, *Pengaruh Promosi (Promotions) Terhadap Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Institute Agama Islam Darussalam Tahun Akademik 2019/2020*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan pengumpulan data. Adapun hasil dari penelitian ini yakni: (1) Dari hasil angket dengan responden 50 orang terdapat pengaruh promosi sangat kuat yang ada di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas tarbiyah Dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Tahun Akadmik 2019/2020. (2) Adanya keputusan mahasiswa memilih Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Tahun Akademik 2019/2020. (3) Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi Manajemen Pendidikan Islam Tahun Akademik 2019/2020 sebesar 87,42%, dengan hasil t hitung maka 0,935 berada diantara 0,80-1,000 sangat kuat.
2. Uliya Rohmatillah, 2019, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Santri Baru Pondok Pesantren Full Day Sunan Ampel Bangorejo Banyuwangi Tahun Pelajaran 2018/1019*. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Adapun pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket, observasi,

dan dokumentasi. hasil penelitian menunjukkan: (1) Strategi pemasaran pondok pesantren Full Day tergolong baik. (2) Minat santri baru pondok pesantren Full Day juga tergolong baik. (3) Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat santri baru pondok pesantren Full Day sunan ampel Bangorejo Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019 terdapat pengaruh yang signifikan dengan strategi pemasaran yang tergolong baik.

3. Ujang Muhyidin, 2017, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Barat*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya tidak seluruh variable *marketing mix* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi swasta di Jawa Barat, variable yang tidak signifikan adalah harga (*price*), promosi (*promotions*), dan orang (*people*), sedangkan variable yang berpengaruh signifikan yaitu produk (*product*), lokasi (*place*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

NO	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Promosi (<i>Promotions</i>) Terhadap Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Program	1. Menggunakan metode kuantitatif 2. Pelaksanaan pemasaran menggunakan	1. tempat penelitian 2. Subjek penelitian.

	Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Institute Agama Islam Darussalam Tahun Akademik 2019/2020. (Yudi:2020)	teknik promosi	
2	Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Santri Baru Pondok Pesantren Full Day Sunan Ampel Bangorejo Banyuwangi Tahun Pelajaran 2018/1019. (Uliya:2019)	1. Menggunakan metode kuantitatif	1. obyek penelitian 2. variabel independenya promosi
3	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Pergurua Tinggi Swasta Di Jawa	1. Menggunakan metode kuantitatif	1. Obyek penelitian

	Barat. (Ujang:2017)		
--	---------------------	--	--

B. Teori

1. Promosi (*promotions*)

a. Pengertian Promosi (*Promotions*)

Promosi merupakan bagian variabel dalam *Marketing mix* (bauran pemasaran) yang penting dilakukan oleh sebuah perusahaan atau lembaga pendidikan untuk mengenalkan produk atau jasanya. Istilah promosi juga sering diungkapkan dengan istilah penjualan meskipun yang diinginkan adalah promosi. Menurut Ahmad Hamdan (2015:154) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, akan tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan.

Alma (2017:15) mendefinisikan bahwa promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat kita simpulkan bahwa promosi merupakan pengenalan suatu produk oleh perusahaan atau lembaga pendidikan kepada para pelanggan agar mereka mau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Adapun yang dipromosikan dalam sebuah lembaga pendidikan seperti Muadalah Ulya Darussalam yaitu jasa pendidikan.

Dalam Al qur'an juga dijelaskan tentang promosi yang terdapat dalam surah An Nahl ayat 125 sebagai berikut :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.(QS. An Nahl:125).*

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada nabi Muhammad untuk menyeru atau mengajak umatnya dengan hikmah dan juga pengajaran yang baik. Selain itu dalam hadis juga disebutkan sebagai berikut :

بلغوا عني ولو آية

Artinya : *“Sampaikan tentang Aku walaupun hanya satu ayat”.* (HR. Bukhari).

Dari penjelasan ayat Al Qur'an dan juga hadis nabi diatas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu bentuk pengenalan atau penyampain suatu produk yang berupa barang maupun jasa terhadap orang lain, dan yang dimaksud disini adalah jasa pendidikan.

b. Tujuan Promosi

Promosi harus didesain semenarik dan seluas mungkin, hal ini ditujukan agar perusahaan dapat melakukan komunikasi dengan banyak pelanggan. Secara sederhana tujuan promosi menurut Kuncoro (2010:134) itu ada tiga macam, yakni:

- 1) Memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk atau fitur baru.
- 2) Mengingatkan pelanggan tentang merek perusahaan.
- 3) Mempengaruhi pelanggan untuk membeli.

Sinta dalam *Manajemen Pemasaran* (2011:121) tujuan pemasaran adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

c. Indikator promosi

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:432) bauran promosi terdiri dari lima indikator, yaitu:

- 1) Periklanan (*advertising*) yaitu semua bentuk presentasi dan promosi non personal yang dibayar oleh sponsor untuk mempresentasikan gagasan, barang atau jasa. Periklanan

dianggap sebagai manajemen yang bertujuan menciptakan dan memelihara cipta dan makna dalam bentuk konsumen. Bentuk promosi yang digunakan berbentuk *print, out dor* dan lain sebagainya.

- 2) Promosi Penjualan (*sales promotion*) yaitu intensif intensif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Bentuk promosi mencakup *discount, event* dan lain sebagainya.
- 3) Penjualan perorangan (*personal selling*) yaitu presentasi personal oleh tenaga penjualan dengan tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen. Bentuk promosi mencakup *presentation, dan incentive program*.
- 4) Hubungan Masyarakat (*public relation*) yakni sebuah usaha yang tersusun rapi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan mempengaruhi sikap konsumen atau golongan. Bentuk promosi mencakup *sponsorsip, special event* dan lain lain.
- 5) Penjualan langsung (*Direct Marketing*) yaitu hubungan langsung dengan sasaran konsumen dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan segera dan membina hubungan yang abadi dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *telephone marketing, internet, mobile marketing* dan lain lain.

2. Keputusan siswa

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan proses yang penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Munadir (1996:122) pengambilan keputusan adalah keputusan yang berlandaskan keputusan, berdasarkan pertimbangan dan memperhatikan segala faktor baik obyektif maupun subyektif. Menurut Desmita (2019:198) pengambilan keputusan (*decision making*) merupakan sebuah hasil pemikiran dan hasil perbuatan. Sedangkan pengambilan keputusan menurut Anzizhan (2004:89) adalah proses menentukan pilihan dari beberapa alternative untuk menetapkan suatu tindakan dalam mencapai sesuatu yang diinginkan. Dalam definisi ini terdapat beberapa substansi pokok, yaitu adanya proses (langkah-langka), ada beberapa alternatif yang akan dipilih, ketetapan hati memilih salah satu pilihan, adanya tujuan mengambil keputusan (disengaja).

Menurut Supranto (2005:3) berpendapat bahwa salah satu komponen penting dalam pengambilan keputusan adalah pengumpulan informasi dari mana suatu apresiasi mengenai situasi keputusan dapat dibuat. Siagian dalam Faraqi (2015) menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang mana menurut perhitungan adalah tindakan yang paling tepat.

Sebuah perusahaan akan berhasil jika konsumen melihat adanya kebutuhan yang bisa dipenuhi oleh produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Dengan adanya kesadaran bahwa produk mampu memenuhi kebutuhan dan merupakan pemecahan masalah terbaik maka konsumen langsung akan membelinya dan akan memiliki kepuasan pada produk atau jasa yang dibelinya. Menurut Philip Khotler (2002:204) keputusan membeli individual sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis yang diinginkan oleh konsumen dalam interaksi, yang mana faktor-faktor tersebut juga merupakan alat bagi konsumen untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pemikiran dan pendapat, dan pada akhirnya mengambil sebuah keputusan.

b. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan

Menurut Hasan (2002:14) terdapat lima faktor pengambilan sebuah keputusan, yaitu:

1) Posisi/Kedudukan

Dalam pengambilan sebuah keputusan seseorang dapat dilihat dari posisi atau kedudukannya.

2) Masalah

Masalah adalah sesuatu yang menjadi penghalang dalam mencapai tujuan, yang mana masalah merupakan penyimpangan dari yang diharapkan, direncanakan, ataupun dikehendaki yang mana perlu adanya sebuah penyelesaian.

3) Situasi

Situasi adalah semua faktor-faktor keadaan yang berkaitan satu dengan yang lainnya, dan secara bersama sama berpengaruh kepada kita apa yang akan kita lakukan.

4) Kondisi

Kondisi adalah keseluruhan dari faktor-faktor yang mana dapat menentukan daya gerak, daya buat, atau kemampuan kita.

5) Tujuan

Tujuan merupakan sesuatu yang ingin kita capai, baik perorangan, tujuan unit (kesatuan), tujuan organisasi, maupun tujuan usaha ataupun yang lainnya.

c. Langkah-langkah Pengambilan Keputusan

Sir Francis Bacon dalam Hasan (2002:25) bahwa terdapat enam tahapan dalam pengambilan sebuah keputusan, yaitu:

1) Merumuskan atau mengidentifikasi Masalah

Merumuskan merupakan suatu bentuk usaha mencari permasalahan yang sebenarnya.

2) Pengumpulan informasi yang relevan

Pengumpulan informasi adalah pencarian faktor-faktor yang memungkinkan terjadi sehingga dapat diketahui apa penyebabnya.

3) Mencari alternatif tindakan

Mencari alternatif tindakan merupakan suatu proses mencari kemungkinan yang dapat dilakukan berdasarkan data dan permasalahan yang ada.

4) Analisis alternatif

Analisis alternatif adalah pengamatan setiap alternatif sesuai dengan kriteria tertentu yang sifatnya kuantitatif dan kualitatif.

5) Memilih alternatif terbaik

Pemilihan alternatif terbaik itu dilakukan atas kriteria tertentu dan dengan skala tertentu pula.

6) Melaksanakan keputusan dan evaluasi hasil

Melaksanakan keputusan adalah tahapan mengambil atau melakukan tindakan. Pada umumnya tindakan ini dituangkan dalam perencanaan tindakan. Evaluasi hasil sendiri dapat memberikan umpan balik yang sangat berguna untuk memperbaiki suatu keputusan atau merubah tujuan yang awal karena telah terjadi banyak perubahan.

d. Keputusan Memilih

Keputusan memilih adalah salah satu bagian dari perilaku konsumen, yang mana berarti suatu proses yang melibatkan individu ataupun kelompok untuk memilih, membeli, menggunakan, dan memanfaatkan barang, pelayanan, ide, maupun pengalaman guna memenuhi kebutuhan dan juga

keinginan. Menurut Kotler (2005:172) faktor utama yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu: faktor kebudayaan (*culture factors*), faktor social (*social factors*), faktor pribadi (*personal factors*), dan faktor psikologis (*psychologis factors*).

Menurut kotler (2002:194) terdapat lima tahapan yang perlu dilakukan konsumen dalam sebuah pengambilan keputusan pembelian, yaitu:

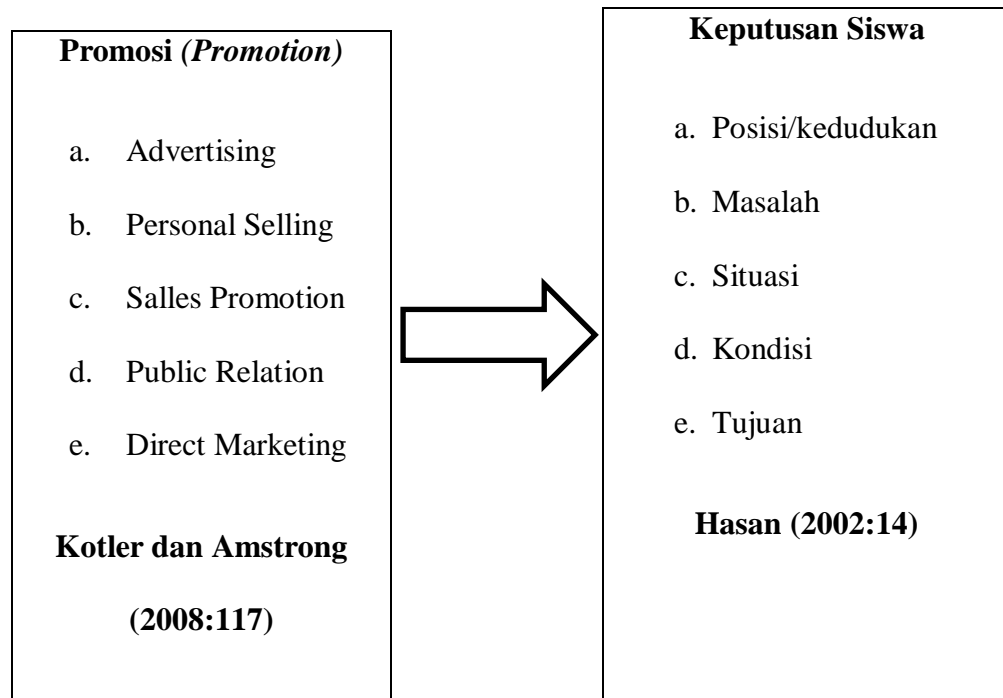
1. Pengenalan masalah (*problem recognition*), yaitu tahapan dimana konsumen dapat mengenali masalah atau kebutuhannya. Konsumen merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktualnya dengan kondisi yang diinginkan.
2. Pencarian Informasi (*information search*), yakni keadaan setelah mengenali kebutuhan, konsumen kemudian mencari informasi yang lebih banyak tentang sesuatu yang menyangkut kebutuhan itu. Informasi itu dapat diperoleh konsumen melalui sumber pribadi, komersil, publik, atau pengalaman.
3. Evaluasi alternatif (*evaluation of alternatives*), yaitu tahapan dimana konsumen sudah memperoleh informasi dan membuat penelitian terahir. Dalam fase ini konsumen akan mempersempit pilihan sehingga alternatif yang akan dipilih berdasarkan besarnya kesesuaian antara manfaat yang diperoleh dengan manfaat yang diberikan oleh produk tersebut.

4. Keputusan pembelian (*purchase decision*), yakni tahapan dimana konsumen memiliki pilihan dan sudah siap melakukan tindakan transaksi pembelian atau pertukaran uang untuk membayar dengan memperoleh kepemilikan suatu barang ataupun jasa.
5. Prilaku paska pembelian (*post purchase decision*), yaitu tahapan dimana konsumen mengalami dua kemungkinan, yakni kepuasan terhadap keputusan yang diambil atau tidak puas dengan keputusan yang telah diambil.

C. Kerangka Pemikiran

Promosi merupakan salah satu penunjang keberhasilan sebuah penjualan, dimana promosi digunakan untuk mengenalkan sebuah produk kepada masyarakat luas dengan tujuan agar kesadaran terhadap suatu produk perusahaan lebih meningkat. Promosi juga merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkonfirmasi manfaat yang didapat dalam menggunakan produk. Menurut Amalia (2017: 3) strategi yang dimaksud adalah sebuah langkah yang diambil oleh sekolah untuk melakukan komunikasi dengan masyarakat luas dengan tujuan agar dapat mencapai target atau sasaran yang sudah ditetapkan sekolah.

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Menurut Sugiono (2013:64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Promosi dan keputusan siswa Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah pondok pesantren Darussalam Blokagung tahun pelajaran 2020/2021 berjalan dengan baik.
2. Terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah

Al Amiriyyah pondok pesantren Darussalam Blokagung tahun pelajaran 2020/2021.

3. Besar pengaruh promosi terhadap keputusan siswa memilih Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyyah pondok pesantren Darussalam Blokagung tahun pelajaran 2020/2021 sebesar 90%.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Langkah Langkah Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan menggunakan deskriptif kuantitatif dengan tujuan mendeskripsikan objek penelitian dan hasil penelitian. Menurut Sugiono (2011:7) deskriptif adalah metode yang fungsinya untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Sedangkan kuantitatif menurut Sugiono (2015:3) adalah penelitian yang mana analisisnya menggunakan statistik dan penelitiannya berupa angka-angka disebut metode kuantitatif. Adapun jenis penelitian yang akan dilakukan yakni penelitian deskriptif kuantitatif.

2. Langkah Langkah Penelitian

Menurut Sugiono (2017:2) “ metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Rancangan penelitian pada dasarnya melalui beberapa tahapan mulai dari awal sampai akhir dalam sebuah penelitian.

Adapun rancangan penelitian yang akan peneliti gunakan yakni melalui beberapa tahapan berikut :

- a. Tahapan Awal
 1. Pembuatan matrik dan proposal
 2. Observasi
 3. Mengurus surat izin penelitian
 4. Identifikasi masalah
 5. Menentukan populasi dan sampel
- b. Tahapan Pelaksanaan
 1. Studi kepustakaan
 2. Pembagian angket
 3. Pengumpulan angket
 4. Menganalisis data
 5. Pengelolaan data
 6. Pengujian hepotesis
 7. Kesimpulan
- c. Tahap Akhir
 1. Penulisan naskah
 2. Penggandaan naskah

B. Populasi

Populasi menurut Arikunto (2006:130) adalah keseluruhan subyek penelitian. Sedangkan menurut Sugiono (2015:117) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik/sifat tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi dari pendapat ahli di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa populasi merupakan seluruh obyek atau

subyek penelitian yang mana populasi tersebut dapat berupa orang ataupun benda. Adapun dalam penelitian yang akan dilakukan populasinya ialah seluruh siswa baru Muadalah Ulya Darussalam Tahun Ajaran 2020/2021 yang berjumlah 65 siswa.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan disebuah lembaga pendidikan Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam Blokagung yang berada dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang bertempat di desa Karangdoro kecamatan Tegalsari kabupaten Banyuwangi provinsi Jawa Timur.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada 16 april 2021 sampai dengan waktu yang disesuaikan dengan kebutuhan peneliti serta waktu yang telah ditetapkan oleh lembaga.

D. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh, Arikunto (2014:129). Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu :

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data

primer dalam penelitian ini adalah kepala sekolah SPM Al Amiriyyah Ulya Darussalam, staf dan siswa baru Muadalah Ulya Darussalam.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber yang pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen dokumen, dan dalam penelitian ini, dokumentasi dan angket merupakan sumber data sekunder.

E. Instrumen Penelitian

Dalam pengumpulan data, penulis juga perlu menyajikan informasi detail tentang tentang instrumen survei yang akan digunakan dalam penelitian yang diajukan. Instrumen-instrumen yang dibuat berdasarkan indikator variabel yang terdapat pada kisi-kisi instrumen. Selanjutnya akan diuraikan prosedur instrumen pengumpulan data yang akan dilakukan. Menurut Sugiono (2017:102) instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam ataupun penelitian social yang diamati. Instrument adalah suatu alat ukur pengetahuan, ketrampilan kecerdasan, atau suatu sikap individu atau kelompok. Instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian merujuk pada hal sebagai berikut:

- 1) Variabel X (Promosi)
 - a. Periklanan (*Advertising*)
 - b. Penjualan perorangan (*Personal Selling*)
 - c. Promosi penjualan (*Salles Promotion*)
 - d. Hubungan masyarakat (*Public Relation*)

- e. Penjualan langsung (*Direct Marketing*)
- 2) Variabel Y (Keputusan Siswa)
- a. Posisi atau kedudukan
 - b. Masalah
 - c. Situasi
 - d. Kondisi
 - e. Tujuan

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dalam sebuah penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka seorang peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai dengan standar data yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti yaitu:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan tujuan agar peneliti dapat memperoleh data secara langsung mengenai letak, kondisi tempat penelitian yang mana akan dilakukan di salah satu lembaga pendidikan yang berada dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yakni Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam Blokagung. Menurut Sugiono (2015;203) “teknik pengumpulan data dengan observasi bila peneliti berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu banyak”.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiono (2015:79) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada seorang responden untuk dijawabnya. Metode ini merupakan metode pokok bagi seorang peneliti untuk mendapatkan informasi dari responden . Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, kuesioner/angket didasarkan pada variabelnya yakni; variabel X (Promosi) dan variabel Y (Keputusan siswa memilih Satuan Pendidikan Mu'adalah Ulya Darussalam).

3. Dokumentasi

Selain menggunakan kuesioner peneliti juga akan menggunakan metode dokumentasi. Menurut Arikunto (2013:274) metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, leger, agenda dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini diarahkan untuk mencari data terkait variabel yang diteliti, seperti: Struktur organisasi, data siswa baru dan lainnya.

G. Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Dalam sebuah penelitian kuantitatif kriteria utama terhadap hasil penelitian adalah valid, reabel, dan obyektif. Validitas merupakan ketepatan antara data yang terjadi dengan obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian, (Sugiono, 2017:267). Adapun untuk menguji validitas butir instrument dikatakan valid apabila mempunyai dukungan besar terhadap skor total. Untuk mengukur validitas butir kuesioner dengan menggunakan rumus *product moment*.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Angka indeks korelasi “r” produk moment

N = Jumlah populasi

$\sum xy$ = Jumlah hasil perkalian antara skor x dan y

$\sum x$ = Jumlah seluruh skor x

$\sum y$ = Jumlah skor y

Adapun uji validitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS.

2. Uji Reabilitas

Menurut Arikunto (2013:221) reabilitas merupakan suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Adapun penelitian yang akan dilakukan yakni menggunakan reabilitas internal dengan rumus Alpha, yaitu:

$$r1 = \left\{ \frac{k}{(k - 1)} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right\}$$

Keterangan:

$r1$ = reabilitas instrument.

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal.

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir.

$\sum \sigma_t$ = Varian total.

Data dikatakan reabel apabila memiliki nilai Alpha > 0,60.

Sabastian Rainsch (2004:167) mamaknai sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Alpha > 0,70 artinya reabilitas mencukupi.
- 2) Jika nilai Alpha > 0,80 artinya reabilitas sangat tinggi.

H. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono (2015:207) teknik analisis data dalam sebuah penelitian kuantitatif ialah menggunakan statistik. Dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti akan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Sugiono (2015:205) menjelaskan “analisis regresi digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya (manupulasi). Analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk melihat pengaruh promosi terhadap keputusan siswa baru Muadalah Ulya Darussalam. Dari sini dapat dilakukan pengujian untuk melihat apakah ada pengaruh signifikan dari promosi terhadap keputusan siswa baru. Adapun sebelum dilakukan analisis regresi linier sederhana terlebih dahulu diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik (normalitas data). Kemudian untuk uji hipotesisnya menggunakan uji t dan uji f. untuk uji t kriteria pengambilan keputusannya adalah:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{table}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang mana artinya variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata dan signifikan terhadap variabel terikat.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{table}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata dan tidak signifikan terhadap variabel terikat.

Kemudian sebelum uji f dilakukan terlebih dahulu mencari nilai a dan b untuk mengambil keputusan:

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya signifikan.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya tidak signifikan.

Dengan taraf signifikansi : $\alpha = 0,01$ atau $\alpha = 0,05$.

Setelah semua pengujian selesai kemudian selanjutnya analisis regresi linier sederhana, yang mana menurut Sugiono (2015:261) yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

Keterangan:

Y = Subyek variabel terikat yang diproyeksikan.

X = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan.

a = Nilai konstanta harga Y jika X = 0

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y.

Adapun alat analisis data yang digunakan adalah SPSS 23.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Latar Belakang

Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Termasuk Unit pendidikan formal di Pondok Pesantren Darussalam. SPM Ulya merupakan salah satu unit pendidikan formal yang setingkat dengan MA, SMA atau SMK yang merupakan cabang dari pendidikan formal Madrasah Diniyah Al-Amiriyyah Darussalam (MADINA).

Alasan didirikannya Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Al-Amiriyyah, guna meningkatkan minat serta kualitas peserta didik (*Talamidz*) dalam mendalami kitab kuning di pondok pesantren, dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, di antaranya:

- a. Menurunnya minat belajar belajar kitab kuning
- b. Munculnya anggapan bahwa madrasah menghambat perkembangan kemajuan pengetahuan anak didik.
- c. Tidak adanya pengakuan (*Legalisasi*) ijazah untuk mendapatkan pekerjaan.
- d. Adanya keterpaksaan masuk di madrasah sehingga mengakibatkan menurunnya kesadaran tentang ilmu agama secara mendalam.
- e. Langkanya pendidik (*Asatidz*) yang istiqomah dan memberi suritauladan.

2. Selayang Pandang SPM Ulya Al-Amiriyyah

Satuan Pendidikan Mu`adalah Ulya Al Amiriyyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, merupakan salah satu satuan pendidikan Mu`adalah yang mendalami pelajaran madrasah diniyah dan Mata Pelajaran Umum. Satuan Pendidikan Mu`adalah Al Amiriyyah tingkatan wustho setara dengan SMP/MTs. SPM Ulya Al-Amiriyyah terdiri dari tiga kelas dengan masa pendidikan selama 3 tahun sama seperti sekolah tingkatan SMP/MTs dengan perincian kelas 1 Ulya, Kelas 2 Ulya dan Kelas 3 Ulya. Lembaga pendidikan muadalah Ulya telah diresmikan berdasarkan surat keputusan (SK) direktur jenderal pendidikan islam Nomer 2791 Tahun 2017.

3. Visi dan Misi SPM Ulya Al-Amiriyyah

a. Visi :

Menjadi lembaga pendidikan pesantren unggul yang memadukan pengajaran ilmu agama islam dan ilmu pengetahuan umum untuk melahirkan santri berakhlaqul karimah, ahli ilmu agama (Mufaqqih fiddin) dan akademik.

b. Misi :

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran terpadu antara ilmu agama dan ilmu pengetahuan umum untuk menjadikan santri yang intelek dan akademik.
- 2) Menanamkan pribadi akhlaqul karimah santri melalui pola pengarahan, pengawalan, dan uswah hasanah.

3) Melaksanakan pendidikan, pengajaran, pengkajian, pendalaman, dan bimbingan kitab salaf dengan pola khas pondok pesantren.

4. Tujuan Institusional SPM Ulya Al-Amiriyah

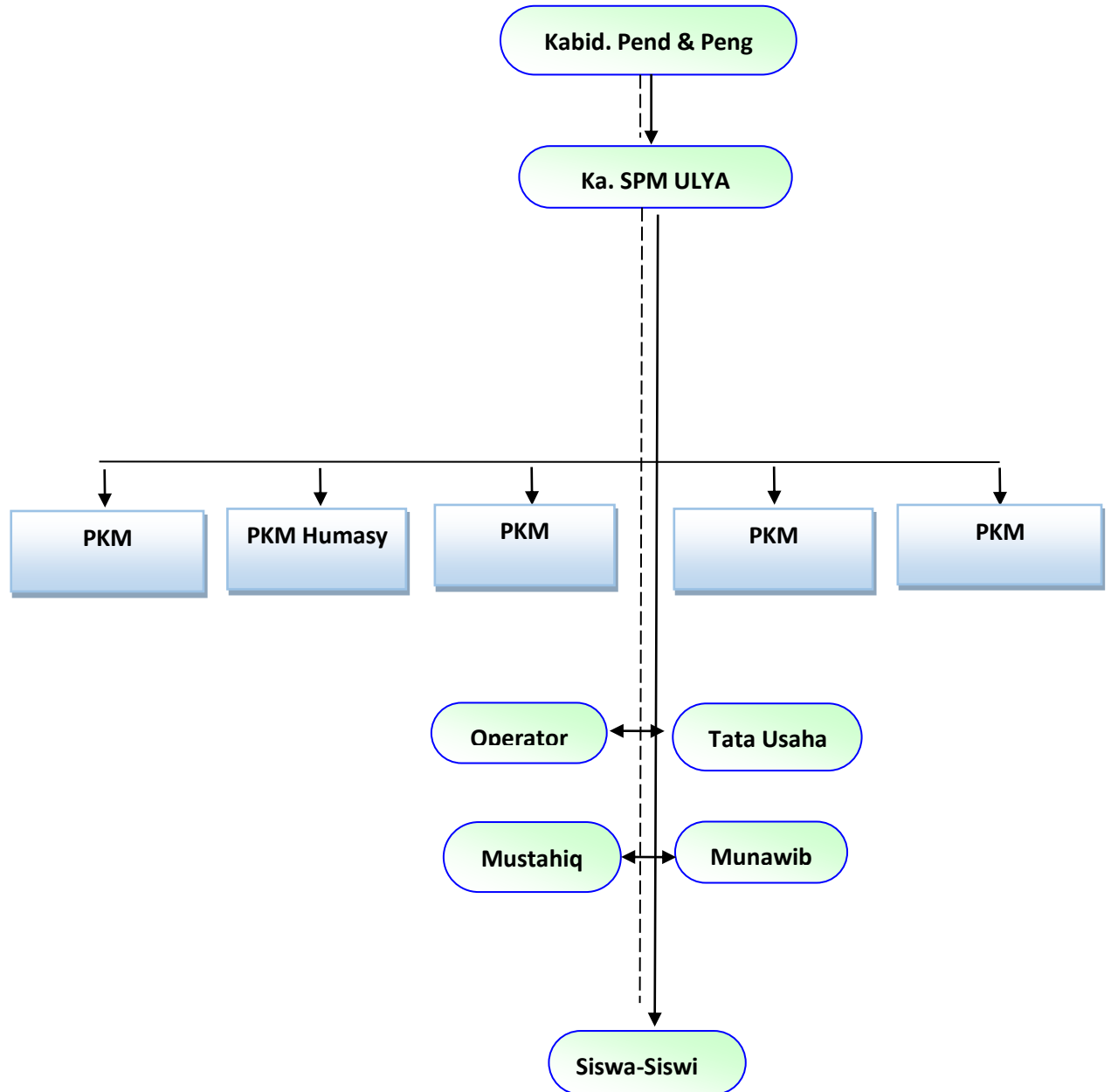
- a. Memberikan bekal kemampuan dasar agama islam dan pelajaran umum kepada siswa untuk mengembangkan kehidupan sebagai pribadi muslim yang beriman, bertaqwa dan beramal sholeh serta berakhlaq mulia.
- b. Membina siswa agar memiliki pengalaman, pengetahuan, ketrampilan beribadah dan sikap terpuji yang berguna bagi pengembangan pribadinya.
- c. Memiliki pengetahuan dasar tentang Gramatika Bahasa Arab (nahwu & shorof) sebagai alat memahami ajaran agama islam dan pelajaran umum.
- d. Melanjutkan dan meluaskan pendidikan dasar agama islam yang diperoleh pada SPM/MADIN kepada siswa untuk mengembangkan kehidupannya sebagai pribadi muslim yang beriman, bertaqwa dan beramal sholeh serta berakhlaq mulia.
- e. Membina siswa agar memiliki pengalaman, pengetahuan, ketrampilan beribadah dan sikap terpuji yang berguna bagi pengembangan pribadinya.
- f. Membina siswa agar memiliki kemampuan membaca dan mendalami kitab-kitab salaf, mengetahui sumber dan dasar hukum islam serta mendalami materi pelajaran umum.

5. Struktur Kepengurusan SPM Ulya Al Amiriyyah

KEPALA SEKOLAH	: M. SIROJUL UMAM, S.E
WKM. BENDAHARA	: ADINI ANWARIL FITROH. S.E
WKM. KURIKULUM	: MUH. HARIS AMAMI
WKM. KESISWAAN	: M. RISKI SYIAM SAPUTRA, S.Sos
WKM. HUMASY	: M. RIZA AZIZI, S.Pd
WKM. TATA USAHA	: HABIBURRAHMAN AL-CHOLILI, S.E
WKM. SARPRAS	: HABIBURRAHMAN AL-CHOLILI, S.E
OPERATOR	: M. REZA FAHMISYAH
WALI KELAS I ULYA PA	: YANUAR FADLI
WALI KELAS I ULYA PI	: RISKI SYIAM SAPUTRA, S.Sos
WALI KELAS II ULYA PA	: MUH. HARIS AMAMI
WALI KELAS II ULYA PI	: M. RIZA AZIZI, S.Pd

Sumber : Muadalah Ulya 2021

6. Mekanisme Kerja Pengelolaan Satuan Pendidikan Muadalah Ulya Darussalam Blokagung



Keterangan :

—→ : Garis Koordinasi langsung

--→ : Garis Koordinasi tidak langsung

7. Job Discription

a. Ka. Madina ULYA antara lain :

- 1) Menyusun perencanaan program
- 2) Mengorganisasikan
- 3) Mengarahkan
- 4) Mendorong kreatifitas
- 5) Mengkoordinasikan
- 6) Melaksanakan Pengawasan
- 7) Monitoring
- 8) Mengevaluasi

b. PKM Kurikulum antara lain :

- 1) Mengatur pelaksanaan kegiatan belajar mengajar seperti : jadwal pengajar, jadwal pelajaran, formasi kelas, kalender pendidikan dan lain-lain.
- 2) Mengatur pembagian tugas bila ada ustadz yang berhalangan hadir.
- 3) Inservice Training Ustadz.
- 4) Mengatur kegiatan Evaluasi Madrasah.

c. PKM Muhafadzoh antara lain :

- 1) Membuat program muhafadzoh (Hafalan Nadzom) bersama kepala madrasah.
- 2) Mengatur pelaksanaan kegiatan muhafadzoh.
- 3) Mengadakan evaluasi muhafadzoh.
- 4) Pengarahan tentang muhafadzoh.

d. PKM Kesiswaan antara lain :

- 1) Pembentukan disiplin siswa
- 2) Melaksanakan kegiatan :
 - Konseling.
 - Pembentukan pribadi siswa.
 - Membantu siswa memecahkan masalah.
 - Bimbingan Administrasi.

e. PKM Keuangan antara lain :

- 1) Menyusun rencana anggaran belanja madrasah bersama kepala madrasah.
- 2) Mengatur Sirkulasi Penerimaan (*Debit*) dan pengeluaran (*Kredit*).
- 3) Menginventarisir sarana dan prasarana (*Sanpras*) madrasah.
- 4) Mempertanggung jawabkan keuangan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

f. TATA USAHA (TU) antara lain :

- 1) Pengelolaan administrasi kantor dan madrasah
- 2) Pengelolaan administrasi kepegawaian dan kesiswaan
- 3) Menyiapkan finansial kegiatan madrasah
- 4) Mengatur ketertiban, keindahan, kebersihan, kerapian kantor.
- 5) Pengkooordinasian pendayagunaan dan pengelolaan inventaris.

g. OPERATOR antara lain:

- 1) Pengelolaan data pokok pendidikan meliputi profil sekolah, data siswa, sarana prasarana, guru dan tenaga pengajar.
- 2) Validasi data pokok pendidikan
- 3) Menyampaikan data pokok pendidikan pada aplikasi EMIS (Education Menegement Information System)

h. Mustahiq (Wali Kelas) antara lain :

- 1) Mengelola kelas, baik teknis administratif maupun teknis edukatif.
- 2) Berperan aktif terhadap program madrasah.
- 3) Memberikan bahan masukan kepada PKM Kesiswaan / BP tentang siswa bermasalah yang dibawah asuhannya.
- 4) Membimbing siswa dalam sekolah/takror/mukhafadzoh/syawir

i. Munawib (Guru Fak) antara lain :

- 1) Berperan aktif terhadap program madrasah.
- 2) Melaksanakan kegiatan :
 - Belajar mengajar
 - Penilaian hasil belajar
 - Analilsis hasil penilaian
 - Administrasi kegiatan belajar mengajar

B. Paparan Data Penelitian

1. Data Responden

Tabel 4. 1

NO	Nama	Kelas	NIS
1	A. WUJDANU FADLIL KAROMI	2 A Ulya	232235100015200251
2	ACHMAD SAIFURROUF	2 A Ulya	232235100015200252
3	AHMAD HASAN ABDILLAH	2 A Ulya	232235100015200253
4	AHMAD RIZA AZIZI	2 A Ulya	232235100015200254
5	AHMAD ULIN NUHA	2 A Ulya	232235100015200255
6	AKHMAD FIIKI SYAFA'AT MANGKU BUMI	2 A Ulya	232235100015200256
7	ALAIKA FUAD MUZAKI	2 A Ulya	232235100015200257
8	ALVIN HIDAYAT	2 A Ulya	232235100015200258
9	ALWI WAFI	2 A Ulya	232235100015200259
10	AMIR MAHMUD	2 A Ulya	232235100015200260

11	ELGA TIO ANANDA	2 A Ulya	232235100015200261
12	FARHAN MAULANA	2 A Ulya	232235100015200262
13	FEBRI ROHMATULLAH	2 A Ulya	232235100015200263
14	GALUH SETIAWAN	2 A Ulya	232235100015200264
15	I KADEK ILMAN ARDIANSYAH	2 A Ulya	232235100015200265
16	IRGI FEBIANO	2 A Ulya	232235100015200266
17	M. MUDOFAR FADIL	2 A Ulya	232235100015200267
18	M. SIROJUL MUNIR	2 A Ulya	232235100015200268
19	M. ULYA AKROM (Desa)	2 A Ulya	232235100015200269
20	MOH FATHONI AZHAR	2 A Ulya	232235100015200270
21	MOHAMMAD ABDURRAHMAN HAKIM	2 A Ulya	232235100015200272
22	MOHAMMAD ATHO'ILLAH	2 A Ulya	232235100015200273
23	MOHAMMAD RIZAL BACHTIAR	2 A Ulya	232235100015200274
24	MUHAMMAD ABDUL JALIL	2 A Ulya	232235100015200275
25	MUHAMMAD ALTHAF BAIHAQI	2 A Ulya	232235100015200276
26	MUHAMMAD FAIQ' IZZUDDIN NAZAR	2 A Ulya	232235100015200277
27	MUHAMMAD HANIFAN ABDI RABBANIE	2 A Ulya	232235100015200278
28	MUHAMMAD LUTFI	2 A Ulya	232235100015200279

29	PRASETIO	2 A Ulya	232235100015200270
30	RENDI EKA SAPUTRA	2 A Ulya	232235100015200281
31	ALFIATUR RAHMAH	2 B Ulya	232235100015200288
32	ALIA WULANDARI	2 B Ulya	232235100015200289
33	ANIS SYAFIRA ROMDHONI	2 B Ulya	232235100015200290
34	AYU KIRANI	2 B Ulya	232235100015200291
35	BINTI MUNIROTUZ ZAHROTUL WAHIDAH	2 B Ulya	232235100015200292
36	DALILAH EL BARUROH	2 B Ulya	232235100015200293
37	DIANDA PUTRI NOVITASARI	2 B Ulya	232235100015200294
38	FIA FATIHATUSSHOFA	2 B Ulya	232235100015200295
39	HURI WARDANI HAYATI	2 B Ulya	232235100015200296
40	IZI AFKARINA	2 B Ulya	232235100015200297
41	LILIK HIDAYATI	2 B Ulya	232235100015200298
42	MELI KHOIRONI SYAFA`AT	2 B Ulya	232235100015200299
43	NADHIFATUN NUR`AINI	2 B Ulya	232235100015200300
44	NAFISATUN NAFI`IYAH	2 B Ulya	232235100015200301
45	NAJWA KHAIRUNA ALWARDA	2 B Ulya	232235100015200302
46	NAJWA LAYALI TAMA	2 B Ulya	232235100015200303
47	NAJWA RACHMANIA ZULFA	2 B Ulya	232235100015200304
48	NATASYA AMANDA PUTRI	2 B Ulya	232235100015200305
49	NURUL KHAIRIYAH	2 B Ulya	232235100015200306
50	RANI ANJARWATI	2 B Ulya	232235100015200307

51	SENDY PRAYOGI	2 B Ulya	232235100015200308
52	SERLY INDAH PRATIWI	2 B Ulya	232235100015200309
53	SHAFWATUN NAFISAH	2 B Ulya	232235100015200310

Sumber : Muadalah Ulya 2021

2. Rekapitulasi Nilai Angket Variabel X (Promosi)

Tabel 4. 2

Tabulasi angket variabel X (Promosi)

NO	Variabel X										
	Skor Jawaban										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Jmlh
1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
8	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
9	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
10	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
11	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
12	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47

13	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
14	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
16	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
17	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
18	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
21	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
23	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
24	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
25	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
28	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
29	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46

49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
51	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
52	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
53	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46

Sumber : Olahan Peneliti 2021

Berdasarkan jawaban angket yang diberikan kepada 53 responden tentang promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung yang terdiri dari 10 butir soal. Kemudian dilakukan penghitungan sebagai berikut :

- Siswa menjawab Sangat Setuju (5) = $5 \times 239 = 1.195$
- Siswa menjawab Setuju (4) = $4 \times 280 = 1.120$
- Siswa menjawab Ragu Ragu (3) = $3 \times 11 = 33$
- Siswa menjawab Tidak Setuju (2) = $2 \times 0 = 0$
- Siswa menjawab Sangat Tidak Setuju(1)= $1 \times 0 = 0$

Jumlah responden 53×10 item pertanyaan = 530 item pertanyaan yang dijawab responden. Sedangkan jumlah skor ideal untuk item skor tertinggi = $5 \times 530 = 2.650$ berdasarkan data yang diperoleh dari 53

responden dengan 10 item pertanyaan maka promosi yaitu : $\frac{2348}{2650} \times 100\% =$

88,60 %.

NO	Angka	Interpretasi Skor
1	0% sampai dengan 20%	Sangat Kurang
2	21% samapai dengan 40%	Kurang
3	41% samapai dengan 60%	Cukup Baik
4	61% samapai dengan 80%	Baik
5	81% samapai dengan 100%	Sangat Baik

Dapat disimpulkan bahwa 88,60% termasuk interpretasi yang sangat baik.

3. Rekapitulasi Nilai Angket Variabel Y Keputusan Siswa

Tabel 4. 3

Tabulasi angket variabel Y (Keputusan siswa)

NO	Variabel Y										
	Skor Jawaban										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Jmlh
1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
8	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
9	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
10	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
11	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
12	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47

13	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
14	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
16	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
17	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
18	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
21	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
23	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
24	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
25	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
26	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
27	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
28	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
29	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46

49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	42
51	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
52	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
53	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46

Sumber : Olahan Peneliti 2021

Berdasarkan jawaban angket yang diberikan kepada 53 responden tentang keputusan siswa yang terdiri dari 10 item pertanyaan yang meliputi posisi/kedudukan, masalah, situasi, kondisi dan tujuan .

Hasil tentang keputusan siswa setelah diberikan kepada 53 responden siswa Muadalah Ulya Darussalam Blokang tahun ajaran 202/2021 dengan 10 item pertanyaan. Kemudian dilakukan penghitungan sebagai berikut :

- Siswa menjawab Sangat Setuju (5) = 5 X 221 = 1. 225
- Siswa menjawab Setuju (4) = 4 X 744= 1. 100
- Siswa menjawab Ragu Ragu (3) = 3 X 25 = 30
- Siswa menjawab Tidak Setuju (2) = 2 X 0 = 0
- Siswa menjawab Sangat Tidak Setuju (1) = 1 X 0 = 0

Jumlah responden 53 X 10 item pertanyaan = 530 yang dijawab responden. Sedangkan jumlah skor ideal untuk item skor tertinggi = 5 X 530 = 2650. Berdasarkan data yang diperoleh dari 53 responden siswa dengan 10 item pertanyaan maka keputusan siswa yaitu : $\frac{2355}{2650}$ X 100% = 88,86%.

NO	Angka	Interpretasi Skor
1	0% sampai dengan 20%	Sangat Kurang
2	21% samapai dengan 40%	Kurang
3	41% samapai dengan 60%	Cukup Baik
4	61% samapai dengan 80%	Baik
5	81% samapai dengan 100%	Sangant Baik

Dapat disimpulkan bahwa 88,86% termasuk interpretasi yang sangat baik.

4. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas merupakan cara untuk menguji apakah instrument yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur atau tidak. Dalam hal ini uji validitas dilakukan dengan pengujian t-test, yaitu dengan membandingkan antara r hitung dan r tabel, apabila r hitung lebih besar dari r tabel, maka perbedaan yang ada adalah signifikan, sehingga instrument bisa dikatakan valid. Tingkat signifikan pada uji t adalah 0,05 atau 5%. Hasil uji validitas terhadap instrument penelitian ini disajikan dalam tabel berikut :

Validitas Instrument variabel X

Tabel 4. 4

NO	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kriteria
1	X.1	0,299	0, 297	Valid
2	X.2	0,571	0, 297	Valid
3	X.3	0,857	0, 297	Valid
4	X.4	0,686	0, 297	Valid
5	X.5	0,477	0, 297	Valid
6	X.6	0,670	0, 297	Valid
7	X.7	0,759	0, 297	Valid

8	X.8	0,577	0, 297	Valid
9	X.9	0,486	0, 297	Valid
10	X.10	0,713	0, 297	Valid

Sumber : Olahan Peneliti 2021

Hasil analisis validitas item angket promosi, satu butir soal dikatakan valid jika $r_{xy} >$ tabel. Dari hasil perhitungan bahwa sebanyak 10 butir soal instrument promosi dikatakan valid sebanyak 10 butir. Dengan demikian 10 butir soal dari angket tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

Validitas Instrument Variabel Y

Tabel 4. 5

NO	Item Pertanyaan	r hitung	R tabel	Kriteria
1	Y1	0,316	0, 244	Valid
2	Y2	0,590	0, 244	Valid
3	Y3	0,846	0, 244	Valid
4	Y4	0,679	0, 244	Valid
5	Y5	0,432	0, 244	Valid
6	Y6	0,640	0, 244	Valid
7	Y7	0,721	0, 244	Valid

8	Y8	0,584	0,244	Valid
9	Y9	0,490	0,244	Valid
10	Y10	0,705	0,244	Valid

Sumber : Olahan Peneliti 2021

Dari hasil validitas item angket keputusan siswa, suatu butir soal bisa dikatakan valid jika $r_{xy} > r$ tabel. Dari hasil perhitungan bahwa sebanyak 10 butir soal instrument keputusan siswa dikatakan valid sebanyak 10 butir. Dengan demikian 10 butir soal dari angket tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

5. Uji Reliabilitas Instrument

Sebuah instrument dapat dikatakan reliable ketika instrument tersebut digunakan untuk mengukur gejala atau obyek yang sama lebih dari satu kali akan diperoleh hasil pengukuran yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik cronbach alpha $> 0,6$.

Hasil uji reliabilitas terhadap data penelitian disajikan pada tabel berikut ini :

Hasil Uji Reliabilitas Data

Tabel 4. 6

NO	Variabel	Cronbach' Alpha	Kriteria
1	Promosi	0,860	Sangat Kuat
2	Keputusan Siswa	0,853	Sangat Kuat

Sumber : Olahan Peneliti 2021

Hasil analisis pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari masing masing variabel ada pada kriteria yang sangat kuat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

6. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Tabel 4. 7

NO	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	48	48	2304	2304	2304
2	47	47	2209	2209	2209
3	47	47	2209	2209	2209
4	44	44	1936	1936	1936
5	40	40	1600	1600	1600
6	40	40	1600	1600	1600
7	42	42	1764	1764	1764
8	44	44	1936	1936	1936
9	49	49	2401	2401	2401
10	46	46	2116	2116	2116
11	48	48	2304	2304	2304
12	47	47	2209	2209	2209
13	42	42	1764	1764	1764
14	44	44	1936	1936	1936
15	49	49	2401	2401	2401

16	46	46	2116	2116	2116
17	48	48	2304	2304	2304
18	47	47	2209	2209	2209
19	40	40	1600	1600	1600
20	42	42	1764	1764	1764
21	44	44	1936	1936	1936
22	49	49	2401	2401	2401
23	46	46	2116	2116	2116
24	48	48	2304	2304	2304
25	47	47	2209	2209	2209
26	40	47	1600	2209	1880
27	42	44	1764	1936	1848
28	44	44	1936	1936	1936
29	42	42	1764	1764	1764
30	46	46	2116	2116	2116
31	49	49	2401	2401	2401
32	47	47	2209	2209	2209
33	43	43	1849	1849	1849

34	45	45	2025	2025	2025
35	39	39	1521	1521	1521
36	40	40	1600	1600	1600
37	44	44	1936	1936	1936
38	46	46	2116	2116	2116
39	48	48	2304	2304	2304
40	45	45	2025	2025	2025
41	40	40	1600	1600	1600
42	40	40	1600	1600	1600
43	45	45	2025	2025	2025
44	38	38	1444	1444	1444
45	39	39	1521	1521	1521
46	47	47	2209	2209	2209
47	44	44	1936	1936	1936
48	40	40	1600	1600	1600
49	40	40	1600	1600	1600
50	42	42	1764	1764	1764
51	44	44	1936	1936	1936

52	49	49	2401	2401	2401
53	46	46	2116	2116	2116
Jumlah	2348	2357	104566	105347	104930

Sumber : Olahan Peneliti 2021

Dengan rumus product moment sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{N \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{N \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Diketahui : N = 53

$$\sum x = 2348 \quad \sum y = 2357$$

$$\sum x^2 = 104566 \quad \sum y^2 = 105347$$

$$\sum xy = 104930$$

$$r_{xy} = \frac{53(104930) - (2348)(2357)}{\sqrt{[53(104566) - (2348)^2]} \sqrt{[53(105347) - (2357)^2]}}$$

$$r_{xy} = \frac{5561290 - 5534236}{\sqrt{[5541998 - 5513104]} \sqrt{[5583391 - 5555449]}}$$

$$r_{xy} = \frac{27054}{\sqrt{(28894)} (27942)}$$

$$r_{xy} = \frac{27054}{\sqrt{807356148}}$$

$$r_{xy} = \frac{27054}{28414}$$

$$r_{xy} = 0,952$$

Dari hasil analisis data diatas didapatkan hasil r hitung 0,952. Jika dikonsultasikan dengan tabel interpretasi, maka 0,952 berada diantara 0,80 – 1,00 (sangat kuat). Adapun untuk menghitung seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y yakni menggunakan rumus koefisien determinan sebagai berikut :

$$r_{xy}^2 \times 100\% = 0,952^2 \times 100\% = 90,63\%$$

artinya variabel x memberikan pengaruh sebesar 90,63% terhadap variabel y. Selanjutnya untuk mengetahui apakah perhitungan tersebut signifikan ataupun tidak, maka hasil perhitungan tersebut dikonsultasikan dengan r tabel dengan taraf 5%. Dari jumlah N (responden) 53 maka diperoleh r tabel sebesar 0,297. Dan hasilnya harga r hitung lebih besar dari pada r tabel, yakni $0,952 > 0,297$.

Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini hipotesis kerja (Ha) “ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Darussalam tahun ajaran 2020/2021” artinya diterima dan hipotesis nihil (Ho) “ tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Darussalam tahun ajaran 2020/2021” ditolak.

Dari analisis tersebut dapat kita katakan bahwa dalam penelitian ini ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam Blokagung tahun ajaran 2020/2021.

7. Diskusi Interpretasi

a. Pengaruh Promosi

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil skor pengaruh promosi, menunjukkan dengan jumlah responden 53×10 item pertanyaan = 530 item pertanyaan yang dijawab oleh responden. Adapun skor ideal untuk item skor tertinggi $5 \times 530 = 2650$. Berdasarkan data yang diperoleh dari 53 responden dengan 10 item pertanyaan maka pengaruh promosi yaitu : $\frac{2348}{2650} \times 100\% = 88,60\%$.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa 88,60% termasuk interpretasi yang sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Darussalam telah melakukan promosi dengan sangat baik dengan hasil skor prosentasi sebesar 88,60% termasuk interpretasi yang sangat baik.

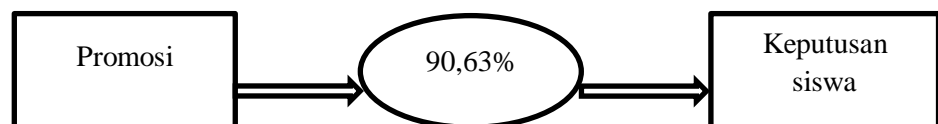
b. Keputusan Siswa

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh skor keputusan siswa dengan jumlah responden 53×10 item pertanyaan = 530 item pertanyaan yang dijawab oleh responden. Adapun jumlah skor ideal untuk item skor tertinggi = $5 \times 530 = 2650$. Berdasarkan data yang diperoleh dari 53 responden dengan 10 item pertanyaan

keputusan siswa yaitu : $\frac{2355}{2650} \times 100\% = 88,86\%$. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan siswa memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Darussalam Blokagung sudah berjalan dengan baik dengan skor prosentase 88,86% artinya interpretasi yang sangat baik.

c. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa

Permasalahan yang ingin dijawab pada penelitian yang telah dilakukan ini adalah promosi variabel (x) terhadap keputusan siswa variabel (y). Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa promosi (x) memberikan pengaruh terhadap keputusan siswa variabel (y), dalam hal ini dilihat dari hasil perhitungan promosi terhadap keputusan siswa Muadalah Ulya memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Darussalam Blokagung sebesar 90,63%. Dengan hasil t hitung maka 0,952 berada diantara 0,80 – 1,00 artinya sangat kuat. Secara konseptual pengaruh variabel promosi (x) terhadap keputusan siswa Muadalah Ulya memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) ulya Darussalam Blokagung (y) dapat di jelaskan menggunakan gambar sebagai berikut :



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dibuktikan dengan perolehan hasil angket tentang promosi dengan responden sebanyak 53 siswa dengan prosentasi 86,60% maka pengaruh promosi yang dilakukan oleh pihak Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam Blokagung tahun ajaran 2020/2021 tergolong sangat baik.

Keputusan siswa Muadalah Ulya Darussalam memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam Blokagung tahun ajaran 2020/2021 juga tergolong sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan hasil angket yang diberikan kepada 53 siswa dengan 10 item pertanyaan dengan prosentasi sebesar 88,86% dengan hasil t hitung 0,952 berada diantara 0,80 – 1,00 artinya sangat kuat.

2. Dari hasil tersebut maka terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan siswa Muadalah Ulya Darussalam Blokagung memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam Blokagung tahun ajaran 2020/2021.
3. Adapun besarnya pengaruh promosi terhadap keputusan siswa Muadalah Ulya memilih sekolah di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Al Amiriyyah Ulya Darussalam Blokagung tahun ajaran 2020/2021 yakni 90,63% sedangkan 9,37% dipengaruhi oleh factor yang

lain. Sedangkan faktor faktor tersebut tidak diteliti oleh peneliti karena keterbatasan waktu, dan tenaga sehingga peneliti memberikan kesempatan kepada peneliti yang lain untuk dapat mengadakan sebuah penelitian terhadap hal tersebut.

B. Saran

1. Saran yang pertama berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian yang dilakukan ini bahwa promosi yang dilakukan oleh pihak Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam sangat baik, sehingga diharapkan dapat mempertahankan serta melakukan banyak inovasi agar dapat lebih maksimal lagi. Dan juga lebih dikembangkan agar tidak hanya lingkup pesantren atau pun lingkup daerah saja bahkan dapat menyebar luas dari sabang sampai merauke.
2. Untuk saran yang kedua berdsarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa keputusan siswa Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam juga sangat baik. Sehingga diharapkan dapat mempertahankan para siswa dan siswi Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam untuk tetap belajar di Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam serta memberikan kebutuhan serta keinginan para siswa dan siswi Muadalah Ulya Darussalam Blokagung.
3. Kemudian kepada peneliti berikutnya yang akan meneliti di Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam diharapkan meneliti factor factor yang lain yang dapat mempengaruhi keputusan calon siswa yang akan melanjutkan pendidikan di Satuan Pendidikan

Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam seperti halnya yang telah penulis teliti seagai suatu bahan penemuanilmu pengetahuan dan juga sebagai pertimbangan bagi pihak Satuan Pendidikan Muadalah Al Amiriyyah Ulya Darussalam.

Daftar Pustaka

- Alma , Buchari. 2004. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: CV Alfabet.
- Arikunto, Suharsini. 2013. *Prosedur Pendekatan Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsini. *Dasar Dasar Evaluasi Pendidikan, edisi kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Basri, Hasan dan Tatang. 2015. *Kepemimpinan pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Bruce, Walker, Larrece. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orentasi Global Edisi 2 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Hasan, Muhammad Iqbal. 2002. *Pokok pokok materi pengambilan keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler. Philip. 2004. *Manajemen pemasaran*. Klaten: PT Intan Sejati.
- Kotler. Philip. 2005. *Manajemen pemasaran*. Klaten: PT Intan Sejati.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 1997. *Prinsip Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Bumi Aksara), 64.
- Sofyan Assauri. 2000. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 264.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian, (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta), 11
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian, (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta), 196-197.
- Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. (Bandung: ALfabeta), 148.
- Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. (Bandung: ALfabeta), 267.

- Suharismi Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (PT Rineka Cipta), 110.
- Suharismi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (PT Rineka Cipta), 204.
- _____. 2009. Undang Undang RI No. 20 Tahun 2003 SISDIKNAS (*Sistem Pendidikan Nasional*). Bandung :Rhusty Publisher.
- _____. 2020. Setara Ula, Wustho, Ulya, ([https:// Pontren. Com](https://Pontren.Com), diakses 27 september 2020).
- Setiawan, Ebta. 2012-2019. *Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI)*, (*Online*), ([https://KBBI. Web. Id/pengaruh](https://KBBI.Web.Id/pengaruh), diakses 09 juli 2019).

Lampiran Lampiran

Jumlah Skor Variabel X dan Y

NO	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	48	48	2304	2304	2304
2	47	47	2209	2209	2209
3	47	47	2209	2209	2209
4	44	44	1936	1936	1936
5	40	40	1600	1600	1600
6	40	40	1600	1600	1600
7	42	42	1764	1764	1764
8	44	44	1936	1936	1936
9	49	49	2401	2401	2401
10	46	46	2116	2116	2116
11	48	48	2304	2304	2304
12	47	47	2209	2209	2209
13	42	42	1764	1764	1764
14	44	44	1936	1936	1936
15	49	49	2401	2401	2401
16	46	46	2116	2116	2116
17	48	48	2304	2304	2304
18	47	47	2209	2209	2209
19	40	40	1600	1600	1600
20	42	42	1764	1764	1764
21	44	44	1936	1936	1936
22	49	49	2401	2401	2401
23	46	46	2116	2116	2116
24	48	48	2304	2304	2304
25	47	47	2209	2209	2209
26	40	47	1600	2209	1880
27	42	44	1764	1936	1848
28	44	44	1936	1936	1936
29	42	42	1764	1764	1764
30	46	46	2116	2116	2116
31	49	49	2401	2401	2401
32	47	47	2209	2209	2209
33	43	43	1849	1849	1849
34	45	45	2025	2025	2025
35	39	39	1521	1521	1521
36	40	40	1600	1600	1600
37	44	44	1936	1936	1936
38	46	46	2116	2116	2116
39	48	48	2304	2304	2304
40	45	45	2025	2025	2025
41	40	40	1600	1600	1600
42	40	40	1600	1600	1600
43	45	45	2025	2025	2025
44	38	38	1444	1444	1444
45	39	39	1521	1521	1521
46	47	47	2209	2209	2209
47	44	44	1936	1936	1936

48	40	40	1600	1600	1600
49	40	40	1600	1600	1600
50	42	42	1764	1764	1764
51	44	44	1936	1936	1936
52	49	49	2401	2401	2401
53	46	46	2116	2116	2116
Jumlah	2348	2357	104566	105347	104930

Sumber : Olahan Peneliti 2021

Pengantar Penelitian

Kepada yang terhormat :

Siswa siswi SPM Muadalah Ulya Darussalam Blokagung

Di-

Tempat

Dengan hormat dan kerendahan hati, bersamaan dengan ini saya minta kesediaan siswa siswi SPM Muadalah Ulya AL Amiriyyah Darussalam Blokagung untuk mengisi angket ini. Angket merupakan sebuah pertanyaan yang diberikan kepada siswa siswi SPM Muadalah Ulya AlAmiriyyah Darussalam Blokagung. Jawablah pertanyaan ini dengan sejujur jujurnya sesuai dengan apa yang anda alami ataupun rasakan. Angket ini merupakan bagian penting dalam penyusunan skripsi, karena untuk memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti. Adapun judul dari penelitian ini yaitu : **“Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Muadalah Ulya Darussalam Blokagung Di Satuan Pendidikan Muadalah (SPM) Ulya Al Amiriyyah Darussalam Blokagung Tahun Ajaran 2020/2021”**. Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Setiawan

NIM : 17111110009

Atas perhatian dan keihlasannya siswa siswi SPM Muadalah Ulya Al Amiriyyah Darussalam dalam mengisi angket ini saya ucapkan banyak terimakasih.

Banyuwangi, 5 Juli 2021

Peneliti,

Agus Setiawan
17111110009

A. Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Jenis kelamin :
- c. NISN :

B. Petunjuk Pengisian Angket

- a. Isilah identitas anda secara lengkap dan benar.
- b. Bacalah pertanyaan dengan cermat
- c. Pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan yang anda alami atau yang anda rasakan dengan diberi tanda silang (X).

C. Berikut keterangan alternative :

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- RG : Ragu Ragu
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

1. Angket Variabel X (Promosi)

NO	Indikator	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1	<i>Advertising</i>	Saya melihat adanya promosi melalui media cetak seperti brosur atau spanduk tentang SPM Ulya Darussalam.					
2	<i>Advertising</i>	Saya tahu tentang SPM Ulya Darussalam melalui media elektronik, seperti HP					
3	<i>Personal selling</i>	Pihak SPM Ulya Darussalam datang ke sekolah sekolah/asrama asrama (bertatap muka) langsung dengan calon siswa baru					
4	<i>Sales</i>	Pembayaran di SPM Ulya					

	<i>Promotion</i>	Darussalam lebih rendah dari pada Unit pendidikan yang lain seperti SMA, SMK ataupun MA					
5	<i>Sales Promotion</i>	Pihak SPM Ulya Darussalam memberikan informasi yang jelas tentang Visi Misi SPM Ulya Darussalam.					
6	<i>Sales Promotion</i>	Ketika saya akan mendaftar pihak SPM Ulya Darussalam memberkan gambaran program pembelajaran secara detail dan jelas.					
7	<i>Public relation</i>	Irforman SPM Ulya Darussalam memberikan informasi kepada saya bahwa lulusan SPM Ulya Darussalam sama dengan lulusan SMA, SMK maupun MA.					
8	<i>Public relation</i>	Informan SPM Ulya Darussalam menjelaskan bahwa di SPM Ulya Darussalam selain diajarkan kurikulum umum juga diajarkan pendalaman kitab salaf serta gramatika arab (Nahwu dan Shorof)					
9	<i>Sales Promotion</i>	Pada event event tertentu di pondok pesantren Darussalam para pengasuh menginformasikan tentang					

		SPM Ulya Darussalam					
10	<i>Direct marketing</i>	Situs web SPM Ulya Darussalam membantu saya mendapatkan informasi tentang SPM Ulya Darussalam.					

2. Angket Variabel y

NO	Indikator	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1	Posisi atau Kedudukan	Saya menjadikan SPM Ulya Darussalam sebagai pilihan pertama untuk melanjutkan pendidikan.					
2	Posisi atau Kedudukan	Dibanding dengan unit pendidikan yang lain seperti SMK, SMA dan MA, Muadalah Ulya lebih sesuai dengan kemampuan saya					
3	Masalah	Saya sekolah di SPM Ulya Darussalam karena disuruh oleh orang tua.					
4	Masalah	Saya lebih tertarik mendalami kitab salaf.					
5	Situasi	Setelah mengetahui informasi tentang					

		SPM Ulya Darussalam saya tertarik untuk sekolah di SPM Ulya Darussalam					
6	Situasi	SPM Muadalah Ulya tidak kalah dengan unit pendidikan yang lain					
7	Situasi	Saya meyakini memilih SPM Muadalah Ulya adalah pilihan yang paling tepat					
8	Kondisi	SPM Ulya Darussalam merupakan unit yang menyediakan kurikulum ganda (umum dan kitab salah) sehingga sangat menarik perhatian saya untuk sekolah di SPM Ulya Darussalam.					
9	Kondisi	Guru dan juga staf di SPM Ulya Darussalam sangat kompeten dan sangat ramah sehingga saya senang sekolah di SPM Ulya Darussalam					

10	Tujuan	Saya ingin kuliah di Ma'had Aly Darussalam sehingga saya sangat tertarik untuk sekolah di SPM Ulya Darussalam.					
----	--------	--	--	--	--	--	--

Hasil validitas angket variabel X

Correlations

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	jml
x1 Pearson Correlation	1	.366**	.246	-.132	-.255	-.170	.030	-.056	.428**	.430**	.299*
Sig. (2-tailed)		.007	.076	.346	.066	.222	.829	.691	.001	.001	.030
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
x2 Pearson Correlation	.366**	1	.475**	.437**	-.056	.259	.259	.116	.294*	.393**	.571**
Sig. (2-tailed)	.007		.000	.001	.691	.062	.062	.410	.033	.004	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
x3 Pearson Correlation	.246	.475**	1	.444**	.442**	.412**	.744**	.465**	.375**	.619**	.857**
Sig. (2-tailed)	.076	.000		.001	.001	.002	.000	.000	.006	.000	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
x4 Pearson Correlation	-.132	.437**	.444**	1	.473**	.700**	.298*	.438**	.213	.287*	.686**
Sig. (2-tailed)	.346	.001	.001		.000	.000	.030	.001	.125	.037	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
x5 Pearson Correlation	-.255	-.056	.442**	.473**	1	.374**	.440**	.108	.202	.153	.477**
Sig. (2-tailed)	.066	.691	.001	.000		.006	.001	.443	.146	.274	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
x6 Pearson Correlation	-.170	.259	.412**	.700**	.374**	1	.529**	.451**	.255	.248	.670**
Sig. (2-tailed)	.222	.062	.002	.000	.006		.000	.001	.065	.073	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
x7 Pearson Correlation	.030	.259	.744**	.298*	.440**	.529**	1	.451**	.327*	.536**	.759**
Sig. (2-tailed)	.829	.062	.000	.030	.001	.000		.001	.017	.000	.000

N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
x8 Pearson Correlation	-.056	.116	.465**	.438**	.108	.451**	.451**	1	-.139	.603**	.577**
Sig. (2-tailed)	.691	.410	.000	.001	.443	.001	.001		.321	.000	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
x9 Pearson Correlation	.428**	.294*	.375**	.213	.202	.255	.327*	-.139	1	.075	.486**
Sig. (2-tailed)	.001	.033	.006	.125	.146	.065	.017	.321		.592	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
x10 Pearson Correlation	.430**	.393**	.619**	.287*	.153	.248	.536**	.603**	.075	1	.713**
Sig. (2-tailed)	.001	.004	.000	.037	.274	.073	.000	.000	.592		.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
Jml Pearson Correlation	.299*	.571**	.857**	.686**	.477**	.670**	.759**	.577**	.486**	.713**	1
Sig. (2-tailed)	.030	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil validitas angket variabel Y

Correlations

	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	jml
y1 Pearson Correlation	1	.366**	.255	-.094	-.283*	-.170	.001	.014	.399**	.469**	.316*
Sig. (2-tailed)		.007	.066	.504	.040	.222	.993	.919	.003	.000	.021
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
y2 Pearson Correlation	.366**	1	.479**	.472**	-.089	.259	.224	.189	.259	.431**	.590**
Sig. (2-tailed)	.007		.000	.000	.526	.062	.107	.175	.061	.001	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
y3 Pearson Correlation	.255	.479**	1	.417**	.411**	.358**	.718**	.451**	.402**	.589**	.846**
Sig. (2-tailed)	.066	.000		.002	.002	.009	.000	.001	.003	.000	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
y4 Pearson Correlation	-.094	.472**	.417**	1	.410**	.669**	.238	.441**	.212	.293*	.679**
Sig. (2-tailed)	.504	.000	.002		.002	.000	.086	.001	.127	.033	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
y5 Pearson Correlation	-.283*	-.089	.411**	.410**	1	.346*	.444**	.038	.199	.087	.432**
Sig. (2-tailed)	.040	.526	.002	.002		.011	.001	.788	.152	.537	.001
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
y6 Pearson Correlation	-.170	.259	.358**	.669**	.346*	1	.499**	.408**	.226	.217	.640**
Sig. (2-tailed)	.222	.062	.009	.000	.011		.000	.002	.103	.118	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
y7 Pearson Correlation	.001	.224	.718**	.238	.444**	.499**	1	.393**	.327*	.469**	.721**
Sig. (2-tailed)	.993	.107	.000	.086	.001	.000		.004	.017	.000	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
y8 Pearson Correlation	.014	.189	.451**	.441**	.038	.408**	.393**	1	-.098	.609**	.584**
Sig. (2-tailed)	.919	.175	.001	.001	.788	.002	.004		.486	.000	.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
y9 Pearson Correlation	.399**	.259	.402**	.212	.199	.226	.327*	-.098	1	.074	.490**
Sig. (2-tailed)	.003	.061	.003	.127	.152	.103	.017	.486		.598	.000

N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
y10 Pearson Correlation	.469**	.431**	.589**	.293*	.087	.217	.469**	.609**	.074	1	.705**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.033	.537	.118	.000	.000	.598		.000
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
Jml Pearson Correlation	.316*	.590**	.846**	.679**	.432**	.640**	.721**	.584**	.490**	.705**	1
Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Cronbach's Alpha X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.751	.860	11

Hasil Cronbach's Alpha Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.749	.853	11



INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
IAIDA
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
TERAKREDITASI
BLOKAGUNG - BANYUWANGI

Pon. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 Telp. (0333) 847459, Fax. (0333) 846221, Hp: 085258405333, Website: www.iaida.ac.id - Email: iaidablokagung

Nomor : 31.5/212.25/FTK.IAIDA/C.3/VII/2021

Lamp. : -

Hal : PENGANTAR PENELITIAN

Kepada Yang Terhormat:
Kepala Sekolah Muadalah Ulya Darussalam
Blokagung Tegalsari Banyuwangi

Di - Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi, memohonkan izin penelitian atas mahasiswa kami:

Nama : AGUS SETIAWAN
TTL : Banyuasin, 04 Agustus 1998
NIM /NIMKO : 17111110009/ 2017.4.071.0120.1.001154
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Alamat : Dusun Tegalrejo RT 001 RW 002 Desa Sri Katon Kec. Air Salek
Kab. Banyuasin Prov. Sumatra Selatan
HP : 082257708612
Dosen Pembimbing : Syamsul Mu'arif, S.Pd., M.M.

Untuk dapat diterima/melaksanakan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka penyelesaian program skripsi.

Adapun judul penelitiannya adalah:

"Pengaruh Promosi (Promotion) Terhadap Keputusan Siswa Muadalah Ulya Darussalam Memilih Sekolah Di Muadalah Ulya Darussalam Blokagung Tahun Akademik 2020/2021"

Atas perkenan dan kerja samanya yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.



Blokagung, 24 April 2021

Dekan

Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si.
NIPY. 3150801058001



الدرسة الدينية الاميرية المعادلة العليا
MADRASAH DINIYAH AL-AMIRIYAH
"MUADALAH ULYA"

YAYASAN PONDOK PESANTREN DARUSSALAM
 BLOKAGUNG, KARANGDORO, TEGALSARI, BANYUWANGI
 NPSN : 69937263 NISPP : 232235100015

Madrasah Berid Lt. 1 Ruang A.04 Pondok Darussalam Blokagung Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi, Jawa Timur

SURAT KETERANGAN

Nomor : 31.2/09/Penelitian/SPMUlya/VII/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Madrasah Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA) Madrasah Diniyah Al Amiriyah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Nama : Muhammad Sirojul Umam, S. E
 Jabatan : Kepala Madrasah
 Unit kerja : Satuan Pendidikan Muadalah (SPM ULYA)
 Madrasah Diniyah Al Amiriyah Pondok Pesantren
 Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Agus Setiawan
 Tempat, tanggal lahir: Banyuasin, 04 Agustus 1998
 Perguruan Tinggi : IAIDA BLOKAGUNG
 NIM/NIMKO : 17111110009 / 2017.4.071.0120.1.001156
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
 Alamat : Desa Srikaton Kecamatan Air Saleh Kabupaten
 Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan.

Telah melaksanakan penelitian disekolah kami dalam rangka penulisan skripsi dengan judul "PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MUADALAH ULYA MEMILIH SEKOLAH DI SATUAN PENDIDIKAN MUADALAH (SPM ULYA) MADRASAH DINIAH AL AMIRIYAH PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BLOKAGUNG TAHUN AKADEMIK 2020/2021.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Banyuwangi, 22 Juli 2022

Kepala Madrasah Muadalah ulya

 Muhammad Sirojul Umam, S. E

NIM	17111110009
NAMA	AGUS SETIAWAN
FAKULTAS	TARBIYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM STUDI	S1 MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PERIODE	20202
JUDUL	Pengaruh promosi promotion terhadap keputusan siswa muadalah Ulya memilih sekolah di muadalah Ulya Darussalam blokagung tahun akademik 20202021.



No	Periode	Tanggal Mulai	Tanggal Selesai	Uraian Masalah	Bimbingan
1	20202	26 April 2021	26 April 2021	Revisi proposal	Acc
2	20202	16 April 2021	16 April 2021	Proposal skripsi	Accepted
3	20202	14 April 2021	14 April 2021	Metodologi	Rancangan/Konsep penelitian harus menggambarkan alur yang jelas
4	20202	27 Maret 2021	27 Maret 2021	Tema dan fokus penelitian	Indikator variabel diupayakan berdasar pendapat ahli ternama

Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 01/09/2021 10.32.01

Analyzed document: cek plagiasi.docx Licensed to: Novian Saputra

Comparison Preset: Rewrite Detected language: Id

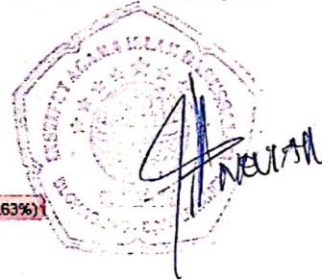
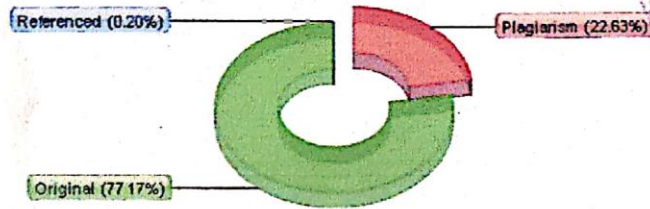
Check type: Internet Check

Disclaimer: this report must be correctly interpreted and analyzed by a qualified person who bears the evaluation responsibility!

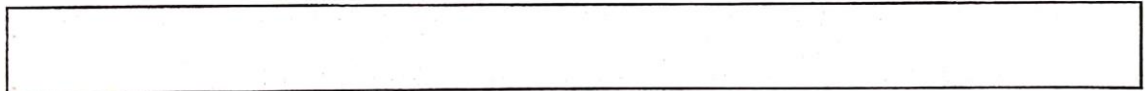
Any information provided in this report is not final and is a subject for manual review and analysis!

Detailed document body analysis:

Relation chart:



Distribution graph:



Top sources of plagiarism: 87

Percentage	Count	Source
5%	8	1. https://brainly.in/question/16880194
5%	185	2. https://repository.usd.ac.id/1097/2/042214025_Full.pdf
4%	339	3. http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/93eaf626f1884778a6b78777c1832b.pdf

Processed resources details: 163 - Ok / 43 - Failed

Important notes:

Wikipedia:	Google Books:	Ghostwriting services:	Anti-cheating:
[not detected]	[not detected]	[not detected]	[not detected]

Active References (Urls Extracted from the Document):

No URLs detected

Excluded Urls:

No URLs detected

Included Urls:

No URLs detected

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Agus Setiawan
TTL : Banyuasin, 04 Agustus 1998
Alamat : Srikaton Air Saleh Banyuasin Sumatera Selatan.
Pendidikan : SD N 1 Srikaton
: MTs Nurul Ulum
: MA Nurul Ulum
: Madrasah Diniyah Al Amiriyyah
: Madrasah Diniyah Nurul Ulum.