



PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MENYEKOLAHKAN ANAKNYA DI TK MUJAHIDIN 2 PONTIANAK KECAMATAN PONTIANAK TIMUR

Siti Rahmawati Sa'baniah

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

INFO ARTIKEL

Kata kunci:

Bauran Pemasaran,
Keputusan Orang
Tua

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of marketing mix on the decision of parents to send their children to the Institute of Kindergarten Mujahidin 2 Pontianak East Pontianak district. The method used in this research is descriptive. Sampling technique using saturated sampling method, the sample used amounted to 95 respondents.

The result of research based on simple linear regression analysis with regression equation $\hat{Y} = 1,604 + 0,642X$ stated that every increase of one-unit value from marketing mix variable, then value of purchasing decision increase 0,642. The results of research based on the correlation coefficient (R) of 0,547 means there is a strong relationship between the marketing mix with the purchase decision. While the results of research based on the coefficient of determination (R²) of 0.229 means the influence of marketing mix of purchasing decisions amounted to 22,9% and the remaining 771% influenced by other factors not examined in this study. While the feasibility test model (Test F) states that a simple linear regression model can be used to predict purchasing decisions that are influenced by the marketing mix with a value of F arithmetic 39,735 greater than the value of F table 3.94 or $39,735 > 3.94$. Thus, it can be concluded that marketing mix variables have a significant effect on purchasing decisions

1. Pendahuluan

Pendidikan termasuk salah satu usaha dasar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran terhadap peserta didik secara aktif serta mengembangkan potensi diri untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat, yang dimana pada sektor jasa pendidikan yang *notabene* merupakan sektor jasa *nonprofit* atau *nirlaba*. Pendidikan termasuk salah satu sektor jasa karena pendidikan berfokus pada peningkatan kompetensi siswa dan hasil dari sektor ini tidak berupa produk yang dapat di konsumsi, akan tetapi berupa pengetahuan dan keterampilan. Sekolah yang baru berdiri tentu saja akan menawarkan berbagai inovasi yang beragam dan berbeda dengan sekolah yang sudah ada sebelumnya guna menarik minat orang tua murid. Pada saat ini banyak berdiri sekolah berbasis Islam dan model *Boarding School* atau sekolah berasrama, dimana banyak orang tua yang sibuk bekerja dan tidak sempat mendidik anaknya secara mendalam menjadikan *Boarding School* sebagai pilihan yang baik bagi para orang tua untuk menyekolahkan anaknya, hal ini menjadi fenomena masyarakat yang terjadi saat sekarang.

TK Mujahidin 2 Pontianak ini adalah salah satu cabang TK swasta Mujahidin 1 Pontianak yang merupakan bagian dari yayasan perguruan, yang terdiri dari taman kanak-kanak (TK), sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), madrasah tsanawiyah (MTs) hingga sekolah menengah atas (SMA), madrasah Aliyah (MA) yang bertempat di Jl. Ahmad Yani. Sekolah ini memiliki akreditasi A dan mengutamakan nilai-nilai agama kepada peserta didiknya sehingga dapat meluluskan anak-anak bangsa yang tidak hanya pintar dalam pelajaran, namun juga baik dalam agama serta akhlakunya dan membentuk pribadi murid menjadi lebih baik

2. Metode

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua murid yang menyekolahkan anaknya di TK Mujahidin 2 Pontianak. Sedangkan sample dalam penelitian ini berjumlah 95 orang responden. Teknik pengambilan sample ini menggunakan teknik *sampling jenuh* sampel yang mewakili jumlah populasi. Biasanya dilakukan jika populasi dianggap kecil atau kurang dari 100.

2.2 Metode Penelitian

Untuk menyelesaikan permasalahan yang di hadapi dalam mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan orang tua dalam menyekolahkan anaknya di TK Mujahidin 2 Pontianak Kecamatan Pontianak Timur, maka metode penelitian yang di gunakan adalah:

1. Jenis penelitian deskriptif

Jadi, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan orang tua murid dalam menyekolahkan anaknya di TK Mujahidin 2 Pontianak Kecamatan Pontianak Timur.2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

1. Wawancara
2. Observasi
3. Kuesioner

b. Data Sekunder

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Validitas

Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran

| No | Item Pertanyaan | Hasil Korelasi (r_{xy}) | r Tabel | | Kesimpulan |
|----|--------------------|-----------------------------------|---------|-------|------------|
| | | | 1 % | 5 % | |
| 1 | X1 | 0.620** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 2 | X2 | 0.607** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 3 | X3 | 0.599** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 4 | X4 | 0.537** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 5 | X5 | 0.602** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 6 | X6 | 0.485** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 7 | X7 | 0.309** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 8 | X8 | 0.433** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 9 | X9 | 0.566** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 10 | X10 | 0.594** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 11 | X11 | 0.457** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 12 | X12 | 0.654** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 13 | X13 | 0.473** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 14 | X14 | 0.434** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 15 | X15 | 0.464** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 16 | X16 | 0.459** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 17 | X17 | 0.494** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 18 | X18 | 0.540** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 19 | X19 | 0.620** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 20 | X20 | 0.571** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 21 | X21 | 0.692** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 22 | X22 | 0.739** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 23 | X23 | 0.629** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 24 | X24 | 0.688** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 25 | X25 | 0.564** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 26 | X26 | 0.595** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 27 | X27 | 0.553** | 0.267 | 0.205 | Valid |
| 28 | X28 | 0.611** | 0.267 | 0.205 | Valid |

Sumber: Data olahan dari SPSS 19.0, 2018

Keterangan: **) Valid pada tingkat signifikansi 1% dan

*) Valid pada tingkat signifikansi 5%

Hasil uji validitas instrumen bauran pemasaran (7P) Lembaga TK Mujahidin 2 Pontianak di Kecamatan Pontianak Timur seperti yang terlihat pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa korelasi antara semua item (pertanyaan) dengan skor totalnya (r_{xy}) menunjukkan hasil yang lebih besar dari r tabel baik dengan tingkat signifikansi 1% maupun 5%. Item yang memiliki korelasi tertinggi dengan skor totalnya adalah item 22 (X22) dengan nilai korelasi sebesar 0.739 dan valid pada tingkat signifikansi 1% maupun 5%. Item yang memiliki korelasi terendah dengan skor totalnya adalah item 7 (X7) dengan nilai korelasi sebesar 0.309 dan valid pada tingkat signifikansi 1% maupun 5%.

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

| No | Item Pertanyaan | Hasil Korelasi (rxy) | r Tabel | | Kesimpulan |
|----|--------------------|-------------------------|---------|-------|------------|
| | | | 1 % | 5 % | |
| | | | | | Valid |
| 1 | Y1 | 0.438** | 0.296 | 0.195 | Valid |
| 2 | Y2 | 0.591** | 0.296 | 0.195 | Valid |
| 3 | Y3 | 0.600** | 0.296 | 0.195 | Valid |
| 4 | Y4 | 0.575** | 0.296 | 0.195 | Valid |
| 5 | Y5 | 0.641** | 0.296 | 0.195 | Valid |
| 6 | Y6 | 0.607** | 0.296 | 0.195 | Valid |
| 7 | Y7 | 0.765** | 0.296 | 0.195 | Valid |
| 8 | Y8 | 0.760** | 0.296 | 0.195 | Valid |
| 9 | Y9 | 0.667** | 0.296 | 0.195 | Valid |
| 10 | Y10 | 0.738** | 0.296 | 0.195 | Valid |

Sumber Data olahan dari SPSS 19.0, 2018

Keterangan: **) Valid pada tingkat signifikansi 1% dan

*) Valid pada tingkat signifikansi 5%

Hasil uji validitas instrumen keputusan orang tua memilih Lembaga TK Mujahidin 2 Pontianak di Kecamatan Pontianak Timur seperti yang dilihat pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa korelasi antar semua item (pertanyaan) dengan skor totalnya (rxy) menunjukkan hasil yang melebihi dari r tabel baik dengan tingkat signifikansi 1% maupun 5%. Item yang memiliki korelasi tertinggi dengan skor totalnya adalah item 7 (Y7) dengan nilai korelasi sebesar 0.765 dan valid pada tingkat signifikansi 1% maupun 5%. Item yang memiliki korelasi terendah dengan skor totalnya adalah item 1 (Y1) dengan nilai korelasi sebesar 0.438 dan valid pada tingkat signifikansi 1% maupun 5%.

3.2 Uji Reabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | N of Items |
|---------------------|------------------|------------|
| Bauran Pemasaran | 0,916 | 28 |
| Keputusan Orang Tua | 0,840 | 10 |

Sumber: Data Olahan dari SPSS 19.0, 2018

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* pada variabel bauran pemasaran (X) adalah 0,916 lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu uji reliabilitas pada variabel bauran pemasaran adalah *reliable*.

Sedangkan hasil uji reliabilitas variabel keputusan pembelian (Y) pada Tabel 4.8 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,840 lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu uji reliabilitas pada keputusan pembelian (Y) juga *reliable*.

3.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 95 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,79818636 |
| Most Extreme Differences | Ab absolute | ,077 |
| | Pitive | ,060 |
| | Negative | -,077 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,753 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,623 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan dari SPSS 19.0, 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,623 lebih besar dari 0,05 atau 001 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal

3.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis linier sederhana merupakan analisis suatu hubungan yang melibatkan variabel bebas (*independent*) yaitu bauran pemasaran (X) dengan variabel terikat atau tidak bebas (*dependent*) yaitu keputusan pembelian (Y), dari pengaruh tersebut akan dicari bentuk pengaruhnya dengan tujuan memprediksi mengenai nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui atau ditentukan.

Analisis Regresi Linier Sederhana

| Model | Unstandardize | | Standard | T | Sig. |
|-----------------|---------------|------------|----------------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | Coefficients Beta | | |
| 1 (Constant) | 1,604 | 0,454 | | 3,535 | 0,001 |
| | 0,642 | 0,102 | 0,547 | 6,304 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Bauran Pemasaran
Sumber: Data olahan dari SPSS 19.0, 2018

$$\hat{Y} = 1,604 + 0,642X$$

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila bauran pemasaran bertanda positif dan penurunan bila bauran pemasaran bertanda negatif. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Nilai konstanta (a) sebesar 1,604, Nilai ini menunjukkan jika variabel bauran pemasaran bernilai 0 (no), maka nilai keputusan orang tua dalam menyekolahkan anaknya di TK Mujahidin 2 Pontianak sebesar 1,604.
- Nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,642. Nilai ini menunjukkan jika setiap peningkatan nilai satu satuan dari variabel bauran pemasaran, maka nilai keputusan orang tua dalam menyekolahkan anaknya di TK Mujahidin 2 Pontianak akan bertambah sebesar 0,642.

3.5 Koefisien Korelasi (R)

Analisis koefisien korelasi (R) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara pengaruh bauran pemasaran (X) terhadap keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di Lembaga TK Mujahidin 2 Pontianak (Y), dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson product moment*.

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,547 | 0,229 | 0,292 | 0,28112 |

a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran
Sumber: Data olahan dari SPSS 19.0, 2018

Hubungan antara bauran pemasaran terhadap keputusan orang tua adalah sedang dengan nilai korelasi 0,547, karena berada pada koefisien 0,40 – 0,599. Artinya Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sedang antara bauran pemasaran dengan keputusan orang tua menyekolahkan anaknya di Lembaga TK Mujahidin 2 Pontianak di Kecamatan Pontianak Timur

Adapun hasil olahan data dari koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada Tabel 4.11 di atas. Diketahui nilai koefisien determinasi (R²) atau R Square sebesar 0,229. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi (R²) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (R)^2 \times \\ &100\% \\ &= 0,229 \times 100\% \\ &= 22,9\% \end{aligned}$$

Besarnya angka koefisien determinasi (R²) 0,229 sama dengan 22,9%, yang berarti pengaruh bauran pemasaran (X) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 22,9%, sedangkan sisanya 77,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini.

3.6 Uji Kelayakan Model (F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi pengaruh bauran pemasaran (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Uji kelayakan model dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian (Y) yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran (X) dan sebaliknya. Adapun uji kelayakan model (Uji F).

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| 1 | Regression | 3,140 | 1 | 3,140 | 39,735 | 0,000 |
| | Residual | 7,350 | 93 | 0,079 | | |
| | Total | 10,490 | 94 | | | |

a. Predictors: (Constant), pemasarانبauran
b. Dependent Variable: keputusan pembelian
Sumber: Data olahan dari SPSS 19.0, 2018

Diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 39,375, dan selanjutnya mencari nilai F tabel dan membandingkan dengan nilai F hitung. Rumus mencari F tabel adalah (k; n-

k). Keterangan:

k: jumlah variabel independen (bebas)

n: jumlah responden atau sampel penelitian

Bahwa k = 1 (Bauran Pemasaran (X)), dan n = 95 sampel, sehingga (1; 95-1) = (1; 94) angka ini kemudian dijadikan acuan untuk mengetahui nilai F tabel, nilai F tabel pada angka (1; 94) adalah 3,94 (pada F tabel).

Diketahui bahwa nilai F hitung 39,735 lebih besar dari nilai F tabel 3,94 atau 39,735 > 3,94.

Berdasarkan nilai signifikansi, diketahui nilai signifikansi pada Tabel 4.12 sebesar 0,000 < 0,05 sesuai dengan pengambilan keputusan dalam Uji F.

Dengan melihat penjabaran di atas, maka pengambilan keputusan dalam Uji F baik itu membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, maupun pedoman pada nilai signifikansi diperoleh hasil yang sama pula atau hasil yang konsisten. Artinya Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan orang tua (Y) yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran (X).

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

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

- Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sebagian besar memiliki umur antara 30 sampai dengan 39 Tahun, berjenis kelamin perempuan, berpendidikan SMA/SMK, dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, dan berpenghasilan antara Rp 1.000.000,00 sampai dengan Rp 1.999.999,00.
- Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan yaitu: $\hat{Y} = 1,604 + 0,642X$.

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 1,604, Nilai ini menunjukkan jika variabel bauran pemasaran bernilai 0 (no), maka nilai keputusan orang tua sebesar 1,604.
 - b. Nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,642. Nilai ini menunjukkan jika setiap peningkatan nilai satu satuan dari variabel bauran pemasaran, maka nilai keputusan orang tua akan bertambah sebesar 0,642.
3. Berdasarkan hasil koefisien korelasi (r), bahwa hubungan antara variabel Bauran Pemasaran terhadap keputusan Orang Tua Menyekolahkan Anaknya di Lembaga TK Mujahidin 2 Pontianak Kecamatan Pontianak memiliki hubungan yang sedang dengan nilai sebesar 0,547, dan berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2), bahwa variabel Bauran Pemasaran memiliki pengaruh sebesar 22,9% terhadap variabel keputusan orang tua dan sisanya 77,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
 4. Berdasarkan uji kelayakan model bahwa model linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel keputusan orang tua yang dipengaruhi oleh variabel bauran pemasaran dengan nilai $39,735 > 3,94$.

4.2 Saran

Dari hasil kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Umum
Lembaga TK Mujahidin 2 Pontianak Kecamatan Pontianak Timur diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanannya terhadap konsumen.
2. Khusus
Lembaga TK Mujahidin 2 Pontianak Kecamatan Pontianak Timur dapat meningkatkan lagi bauran pemasaran yang ada dengan memperhatikan berbagai dimensi, yaitu:
 - a. Pada dimensi bukti fisik, disarankan agar memperbaiki perpustakaan yang telah ada dan menambah jumlah buku-buku pengetahuan untuk anak usia dini.
 - b. Pada dimensi promosi, disarankan agar memperbanyak jumlah media promosi yang dilakukan seperti brosur dan spanduk.
 - c. Pada di mensi harga di sarankan untuk memberikan diskon pada anak yang kurang mampu.
 - d. Pada dimensi tempat, di sarankan agar memiliki banyak lagi jumlah tempat untuk mendukung kegiatan sekolah.
 - e. Pada dimensi produk, di sarankan agar memperbanyak lagi ekstrakurikuler yang menarik sesuai dengan minat siswa.

Daftar Pustaka

- Dedi Hariyanto dan Fahmi, 2016. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan Di TK Bina Mulia Pontianak*. Jurnal Manajemen Motivasi. Diakses dari <http://dx.doi.org/10.29406/jmm.v1i2i3.455>
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sunyoto, Danang dan Susanti. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Cempaka Putih.
- Tjiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20, Tahun 2003 Tentang *Sistem Pendidikan Nasional*.