

Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Promosi terhadap Minat Siswa Baru di SDI Nurul Hidayah

Ahmad Maulana Irfanudin^{1*}, Ratih Andalusi²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article history: Received (01-02-2024) Revised (12-03-2024) Accepted (15-04-2024) Available online, (01-05-2024)</p> <p>Keywords: Service Quality, Promotion, Interest of New Student</p>	<p>The purpose of this research is to test and analyze the effect of Service Quality and to test and analyze Promotion and its influence on the Interest of new students at SD Islam Nurul Hidayah Sawangan Depok, as well as to test and analyze the joint influence of Service Quality and Promotion on the Interest of new students at SD Islam Nurul Hidayah Sawangan Depok. The research method uses a quantitative method with descriptive and associative approaches. The data collection method used is a questionnaire survey. The data analysis used are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, simple linear regression, multiple linear regression, correlation coefficient, determination coefficient, and hypothesis test. The results of the study indicate that Service Quality partially affects the Interest of New Students with the regression equation $Y = 13,000 + 0.731X_1$, the hypothesis test obtained the value of $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($11.885 > 1.980$). Thus, H_0 is rejected and H_1 is accepted, the coefficient of determination or contribution of influence is 0.545, so it can be concluded that the Service Quality variable influences the variable of New Student Interest by 54.5%. Promotion partially affects the Interest of New Students with the regression equation $Y = 4.270 + 0.919X_2$, the hypothesis test obtained the value of $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($15.019 > 1.980$). Thus, H_0 is rejected and H_2 is accepted, the determination coefficient or contribution of influence is 0.657 or 65.7%, Service Quality and Promotion simultaneously influence the Interest of New Students with the regression equation $Y = 2.841 + 0.261X_1 + 0.683X_2$, the coefficient of determination or simultaneous influence is 68.3%, the hypothesis test F (Simultaneous) obtained $F \text{ count} > F \text{ table}$ or ($126.123 > 3.07$). Thus, H_0 is rejected and H_3 is accepted. It means there is a significant simultaneous influence between Service Quality and Promotion on the Interest of New Students at SD Islam Nurul Hidayah Sawangan Depok.</p>
<p>Kata Kunci: Kualitas Layanan, Promosi, Minat Siswa Baru</p>	<p>ABSTRAK</p> <p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan untuk menguji dan menganalisis Promosi dan pengaruhnya terhadap Minat Siswa baru SD Islam Nurul Hidayah Sawangan Depok, serta untuk menguji dan menganalisis Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Siswa baru SD Islam Nurul Hidayah Sawangan Depok. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Minat Siswa Baru dengan nilai persamaan regresi $Y = 13,000 + 0,731X_1$, Uji hipotesis diperoleh nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($11,885 > 1,980$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,545 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Minat Siswa Baru sebesar 54,5%, Promosi secara parsial berpengaruh terhadap Minat Siswa Baru dengan nilai persamaan regresi $Y = 4,270 + 0,919X_2$, Uji hipotesis</p>

diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($15,019 > 1,980$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima, Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,657 atau sebesar 65,7%, Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Minat Siswa Baru dengan persamaan regresi $Y = 2,841 + 0,261X_1 + 0,683X_2$, Nilai koefisien determinasi atau pengaruh secara simultan sebesar 68,3%, Uji hipotesis F (Simultan) diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($126,123 > 3,07$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Siswa Baru SD Islam Nurul Hidayah Sawangan Depok.



This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Berkah Abadi Mulia Bersama (YBAMB)

1. PENDAHULUAN

Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di Indonesia saat ini terus mengalami berbagai perubahan dan peningkatan dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan dasar Kurikulum 2013 (K13) terus menjadi kurikulum utama untuk pendidikan dasar di Indonesia. Pemerintah Indonesia telah berusaha untuk terus memperbaiki dan mengembangkan kurikulum ini agar lebih relevan dan efektif. Meskipun upaya telah dilakukan untuk meningkatkan akses ke pendidikan dasar di seluruh Indonesia, masih ada tantangan dalam hal kesetaraan akses, terutama di daerah terpencil dan wilayah dengan akses terbatas.

Selama pandemi COVID-19, pendidikan daring dan penggunaan teknologi dalam pembelajaran telah menjadi faktor penting dalam persaingan. SD swasta yang mampu menawarkan pembelajaran online yang efektif dan berinovasi dalam teknologi pendidikan mungkin memiliki keunggulan. Orangtua dan wali murid seringkali memiliki lebih banyak pilihan pendidikan untuk anak-anak mereka, termasuk SD negeri, SD swasta, atau sekolah-sekolah berbasis agama.

Persaingan terjadi ketika sekolah-sekolah berlomba untuk menarik siswa dengan menawarkan berbagai program pendidikan, kurikulum yang berkualitas, dan fasilitas yang baik. Biaya pendidikan di SD swasta bisa beragam, dan persaingan dapat dipengaruhi oleh faktor harga. Sekolah yang menawarkan biaya terjangkau atau skema pembayaran yang fleksibel dapat memiliki keunggulan dalam menarik siswa.

Sekolah Dasar Islam Nurul Hidayah yang berlokasi di Perumahan Reni Jaya Sawangan Depok merupakan sekolah swasta dibawah Kepengurusan Yayasan Nurul Hidayah. Berdiri semenjak tahun 1980 dan saat ini memiliki total siswa-siswi yang berjumlah 840 orang. Terdapat berbagai jenis jenjang Pendidikan dari Pendidikan PAUD, SD, dan SMP yang aktif sampai saat ini. Tenaga pengajar total Sekolah Nurul Hidayah berjumlah 52 Guru tetap, 11 Guru Honorer, 5 tenaga Administratif, dan 6 tenaga kebersihan dan keamanan. Sekolah Dasar Islam Nurul Hidayah sendiri memiliki total siswa aktif berjumlah 433 siswa yang di bagi menjadi 6 tingkat. Setiap 1 tingkat terdiri dari 3 kelas yaitu kelas A, B dan C, Sehingga total kelas di SD Islam Nurul Hidayah berjumlah 18 Kelas. Berikut adalah jumlah total siswa yang terdapat di Sekolah Islam Nurul Hidayah.

Sekolah Dasar swasta yang menawarkan fasilitas modern, program ekstrakurikuler, atau layanan tambahan seperti pengajaran bahasa asing, seni, atau olahraga, dapat menjadi daya tarik bagi orangtua yang mencari pengalaman pendidikan yang komprehensif untuk anak-anak mereka. Dalam dua tahun terakhir, SD Islam Nurul Hidayah mengalami kendala yaitu tidak terpenuhinya kuota kelas yang dibuka untuk setiap Angkatan baru. Pertumbuhan dunia Pendidikan menimbulkan persaingan antar lembaga sekolah terutama sektor swasta.

Diketahui bahwa dalam menumbuhkan minat siswa baru kepada suatu sekolah dapat dilaksanakan dengan meningkatkan layanan akademik. Kualitas Pelayanan Akademik yang sudah diusahakan secara maksimal oleh SD Islam Nurul Hidayah masih dirasa kurang di beberapa sisi, seperti dalam tabel berikut ini

Tabel 1. Penilaian Standar Pelayanan Akademik SDI Nurul Hidayah

No	Standar Pelayanan Akademis	Kondisi Aktual	Kondisi Ideal
1	Guru Tersertifikasi Nasional	Lebih dari 40% belum tersertifikasi Nasional	90% Guru Sudah Tersertifikasi Nasional
2	Pendidikan Guru Linier dengan Bidang Ilmu	55% Guru Tidak Linier dalam bidang ilmu	90% Guru linier dengan bidang ilmu

No	Standar Pelayanan Akademis	Kondisi Aktual	Kondisi Ideal
3	Infrastruktur Kelas dilengkapi AC	Terdapat 80% Ruang kelas dengan AC 20% non AC	Target 100% kelas AC
4	Perpustakaan Sekolah Digital	Belum memadai	Perpustakaan buku dan Ebook dapat diakses seluruh siswa-siswi.
5	Infrastruktur Teknologi Digital	Wifi masih sulit diakses	Wifi dapat mudah diakses
6	1 Siswa 1 Prestasi sesuai bidang	40% saja yang berprestasi di setiap angkatan	90% Siswa Berprestasi di setiap angkatan
7	Fasilitas Lapangan Olahraga	Belum memenuhi kriteria	Lapangan olah raga sesuai standar
8	Metoda pengajaran Hybrid (Digital dan Konvensional)	Masih 70% Konvensional 30% Digital	50% Digital 50% konvensional
9	Akses pembayaran sekolah	Setor tunai	Berbasis Digital
10	Program Ektrakurikuler lengkap	Kurang memadai	Robotik, Bahasa asing, Olah Raga, dan Teknologi.

Pertimbangan orang tua siswa dalam memilih sekolah yang mereka pilih yang utama adalah kualitas tenaga pengajar yang dimiliki oleh sekolah tersebut. Karena keberhasilan menyampaikan bahan ajar kepada siswanya juga di pengaruhi oleh metoda ajar guru yang membawakan. Selain itu Infrastruktur penunjang seperti pilihan Bahasa, Lapangan Olah Raga dan Ektrakurikuler menjadi pertimbangan minat Siswa dalam memilih sekolah yang dipilih. Penunjang ini akan memberbesar rasa ketertarikan siswa terhadap sekolah.

Pada faktanya banyak sekali dari berbagai sekolah atau yayasan dalam alurnya memperoleh siswa hanya mempertimbangkan sisi akademik calon siswanya, yang mana hal tersebut bermaksud untuk meningkatkan mutu lulusan dari sekolah tersebut. Hal ini mengakibatkan faktor minat siswa jadi terabaikan (Armia, 2020; Sayuwaktini et al., 2015; Suharyat, 2009).

Pada umumnya untuk melakukan kegiatan promosi dalam meningkatkan minat seseorang untuk masuk ke suatu lembaga pendidikan, dilakukan dengan cara promo ke Sekolah-sekolah, membuat iklan di media sosial, website, lulusan yang berkualitas, fasilitas yang lengkap, juga dengan mengirim siswa untuk mengikuti perlombaan yang ada diluar agar calon siswa. Keller (2008) mendefinisikan, promosi adalah alat yang digunakan dalam usaha untuk memaklumkan, memujuk, dan mengingatkan pengguna (secara langsung atau tidak langsung) mengenai produk dan jasa yang mereka jual.

Menurut Schunk (2012) Minat ialah dorongan yang ada antara individu dan objek, situasi orang atau kegiatan. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang penuh gairah. Sementara di kamus psikologi minat merupakan keinginan, hasrat, kemauan dan kehendak yang terlibat dalam tindakan yang disadari, total impuls sadar maupun tidak.

Sesuai data yang diperoleh dari SD Islam Nurul Hidayah dari tahun 2019-2023 terdapat penurunan jumlah minat siswa baru yang mendaftar di sekolah ini.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, serta melihat peluang dan tantangan bisnis yang dihadapi, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT SISWA BARU DI SD ISLAM NURUL HIDAYAH SAWANGAN DEPOK"**

Kajian Pustaka dan Hipotesis

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) "kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan"

Hipotesis:

Ho1 :Diduga Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Siswa SDI Nurul Hidayah.

Ha1 :Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Siswa SDI Nurul Hidayah

Menurut Kotler (2019: 131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan- perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk.

Hipotesis:

Ho2 :Diduga promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Siswa SDI Nurul Hidayah.

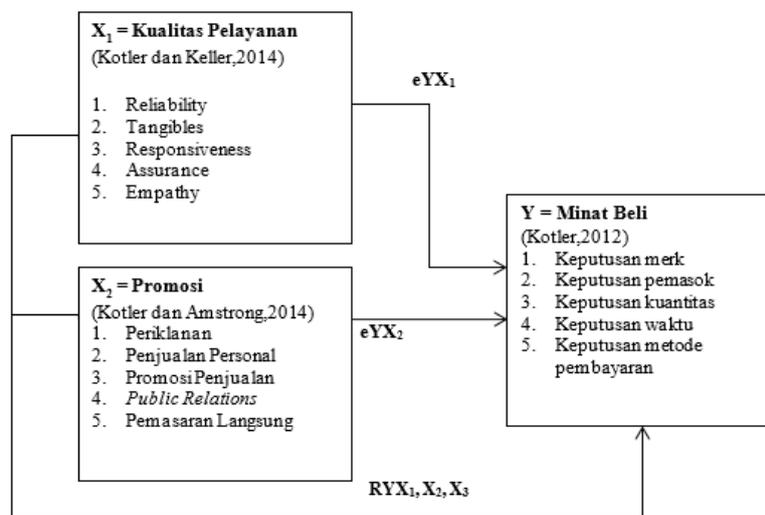
Ha2 :Diduga promosi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Siswa SDI Nurul Hidayah.

Menurut Fandy Tjiptono (2015:140) menyatakan bahwa minat beli konsumen mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli produk. Sedangkan pengertian lain menurut Kotler dan Keller (2016:181) minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Bila manfaat yang lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya maka dorongan untuk membeli semakin tinggi.

Hipotesis:

Ho3 :Diduga Kualitas Pelayanan dan Promosi tidak berpengaruh secara simultan terhadap Minat Siswa SDI Nurul Hidayah.

Ha3 :Diduga Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Minat Siswa SDI Nurul Hidayah.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

2. METODE

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009: 13). Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh Orang tua siswa yang terdaftar sebagai wali murid SD Islam Nurul Hidayah Yang berjumlah sekitar 171 Orang dan siswa -siswi SD Islam Nurul Hidayah dari Angkatan 2020-2023. Sampel dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioner keseluruhan sebanyak 120 kuis angket, dengan menggunakan rumus slovin:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 171 / (1 + (171 \times 0,05\%))$$

$$n = 171 / 1,395$$

$$n = 119,790 \approx 120$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas diukur dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing item dengan skor total menggunakan teknik korelasi product moment (Solimun, 2010), jika koefisien korelasi positif dan $> 0,184$ maka indikator bersangkutan dianggap valid. Perhitungan koefisien korelasi dilakukan dengan software SPSS 26 hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan				
1	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 1	0,684	0,184	VALID
2	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 2	0,700	0,184	VALID
3	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 3	0,682	0,184	VALID
4	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 4	0,753	0,184	VALID
5	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 5	0,779	0,184	VALID
6	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 6	0,651	0,184	VALID
7	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 7	0,651	0,184	VALID
8	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 8	0,753	0,184	VALID
9	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 9	0,779	0,184	VALID
10	Pernyataan Kualitas Pelayanan - 10	0,651	0,184	VALID
Promosi				
1	Pernyataan Promosi - 1	0,684	0,184	VALID
2	Pernyataan Promosi - 2	0,700	0,184	VALID
3	Pernyataan Promosi - 3	0,682	0,184	VALID
4	Pernyataan Promosi - 4	0,753	0,184	VALID
5	Pernyataan Promosi - 5	0,779	0,184	VALID
6	Pernyataan Promosi - 6	0,651	0,184	VALID
Minat Siswa				
1	Pernyataan Minat - 1	0,748	0,184	VALID
2	Pernyataan Minat - 2	0,746	0,184	VALID
3	Pernyataan Minat - 3	0,683	0,184	VALID
4	Pernyataan Minat - 4	0,692	0,184	VALID
5	Pernyataan Minat - 5	0,714	0,184	VALID
6	Pernyataan Minat - 6	0,626	0,184	VALID
7	Pernyataan Minat - 7	0,587	0,184	VALID

Berdasarkan data tabel di atas, seluruh variabel diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,184), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu instrument berupa kuisisioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk menguji suatu kuesioner reliabel atau handal atau tidak. Menurut Ghozali (2017:47) “Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Adapun kriteria atau ketentuan dalam memutuskan pernyataan tersebut reliabel atau tidak, berikut ini untuk ketentuannya:

1. Jika nilai Cronbatch Alpha > 0,600, maka instrumen reliabel.
2. Jika nilai Cronbatch Alpha < 0,600, maka instrumen tidak reliabel.

Tabel 3. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Kategori Interval Reliabilitas
Kualitas Pelayanan (X1)	0,872	10	Reliabel
Promosi (X2)	0,821	6	Reliabel
Minat Siswa (Y)	0,810	7	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan keseluruhan variabel dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,600.

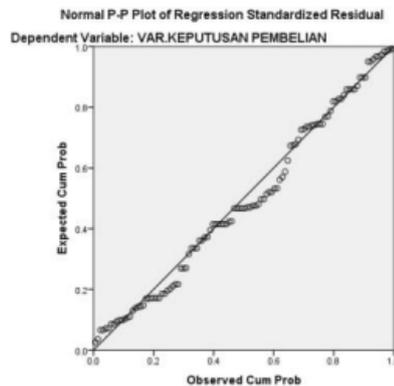
Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data, atau keberartian hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat, efisien, dan terhindar dari kelemahan-kelemahan yang terjadi karena masih adanya gejala-gejala asumsi klasik atau layak atau tidak data yang dipakai dilanjutkan sebagai data penelitian. Pengujian

dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang dilakukan adalah terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk memastikan asumsi bahwa persamaan tersebut berdistribusi normal dilakukan melalui pendekatan alat ukur perhitungan residual variabel dependen.



Gambar 2 Grafik Probability Plot Hasil Uji Normalitas

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa grafik normal probability plot menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena ini dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji mutlikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk meyakini bahwa antar variabel bebas tidak memiliki multikolinieritas atau tidak memiliki hubungan korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance Value dan Variance Inflation Factor (VIF). Adapun sebagai prasyarat adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance value > 1 maka terjadi gejala multikolinieritas
- b. Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance value < 1 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Adapun hasil uji dengan menggunakan SPSS 20 adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

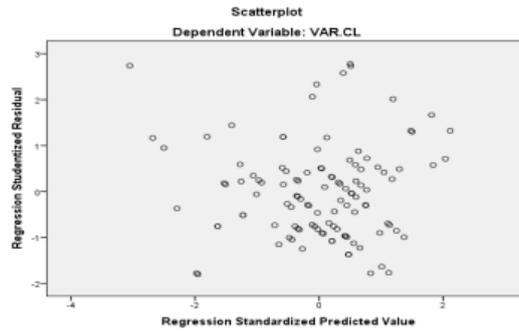
Variabel	Colinarity Statistics	
	Tolerance	VIF
Promosi (X1)	0.805 > 0,10	1.242 < 10.0
Variasi Produk (X2)	0.805 > 0,10	1.242 < 10.0

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai *tolerance* keduanya tersebut kurang dari 1, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kedua variabel tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinieritas

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika titik-titik membentuk pola tertentu seperti gelombang besar melebar dan menyempit maka telah terjadi gangguan heteroskedastisitas.
- b. Jika titik-titik menyebar tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.



Gambar 3 Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Analisis Kuantitatif

Analisis verifikatif dimaksudkan untuk mengetahui besaran pengaruh dan menganalisis signifikansi dari pengaruh tersebut. Pada analisis ini dilakukan terhadap pengaruh dari 2 variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan beberapa pengujian sebagai berikut:

Uji Regresi

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y baik secara parsial maupun secara simultan. Berikut ini hasil pengolahan regresi dengan SPSS Versi 20 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.792	2.465		3.542	.001
	Kualitas Layanan (X1)	.285	.072	.307	3.580	.001
	Promosi (X2)	.230	.101	.194	2.278	.025

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 8,792 + 0,285X1 + 0,230X2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 8,729 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Layanan (X1) dan Variasi Produk (X2) tidak dipertimbangkan maka Minat Beli (Y) hanya akan bernilai sebesar 8,792 point.
- Nilai Kualitas Layanan (X1) 0.285 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Variasi Produk (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Minat Beli (Y) sebesar 0.285 point.
- Nilai Promosi (X2) 0,513 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Layanan (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Variasi Produk (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Minat Beli (Y) sebesar 0,513 point.

Uji Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Korelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.376	2.014

Berdasarkan hasil pengujian Analisis Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Kualitas Layanan (X1) dan Promosi (X2) Terhadap Minat Beli (Y) diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,627 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600-0,799 artinya variabel Kualitas Layanan dan Promosi mempunyai tingkat hubungan yang kuat terhadap Minat Beli.

Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui persentase kekuatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan), dalam penelitian ini adalah variabel Kualitas Layanan (X1) dan Promosi (X2) terhadap Minat Beli (Y) yaitu:

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.376	2.014

Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Kualitas Layanan (X1) dan Promosi (X2) terhadap Minat Beli (Y). Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0,393 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) dan Promosi (X2) berpengaruh terhadap variabel Minat Beli (Y) sebesar 39,3% sedangkan sisanya sebesar (100-39,3%) = 60,7% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis variabel Kualitas Promosi (X1) dan Variasi Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dilakukan dengan uji t (uji secara parsial). Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung < t tabel : berarti H0 diterima dan H1 ditolak
2. Jika nilai t hitung > t tabel : berarti H0 ditolak dan H1 diterima

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis Parsial Kualitas Layanan terhadap Minat Beli

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.237	2.221		6.421	.000
	Kualitas Layanan (X1)	.324	.075	.387	2.337	.000

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (2,337 > 1,659) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Minat Beli

Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis Parsial Promosi terhadap Minat Beli

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.237	2.221		6.421	.000
	Promosi (X2)	.304	.106	.256	4.876	.005

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (4,876 > 1,659). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value < Sig.0,05 atau (0,005 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Minat Beli.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk pengujian pengaruh variabel Kualitas Layanan dan Promosi secara simultan terhadap Minat Beli dilakukan dengan uji statistik F (uji simultan) dengan signifikansi 5%. Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) yaitu membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai F hitung < F tabel: berarti H0 diterima dan H3 ditolak
2. Jika nilai F hitung > F tabel: berarti H0 ditolak dan H3 diterima.

Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.815	2	123.908	21.355	.000 ^b
	Residual	571.185	112	5.240		
	Total	819.000	114			

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (21,355 > 2,690), hal ini juga diperkuat dengan ρ value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Minat Beli.

4. PENUTUP

Kualitas Layanan secara parsial mempengaruhi Minat siswa baru di SDI Nurul Hidayah, hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis parsial dimana nilai t-hitung > t-tabel (2,337 > 1,659) yang berarti H01 ditolak dan Ha1 diterima, dengan persamaan regresi $y = 15.237 + 0.324 X_1$, bernilai positif dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Minat siswa baru di SDI Nurul Hidayah

Promosi secara parsial mempengaruhi Minat siswa baru di SDI Nurul Hidayah, hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis parsial dimana nilai t-hitung > t-tabel (4,876 > 1,659) yang berarti H02 ditolak dan Ha2 diterima, dengan persamaan regresi $y = 15.237 + 0.304X_2$, bernilai positif dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya Promosi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Minat siswa baru di SDI Nurul Hidayah

Kualitas Layanan dan Promosi secara simultan mempengaruhi Minat siswa baru di SDI Nurul Hidayah, hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis simultan dimana nilai F-hitung > F-tabel (21,355 > 2,690) yang berarti H03 ditolak dan Ha3 diterima, dengan persamaan regresi $y = 8,792 + 0.285X_1 + 0,230X_2$, bernilai positif dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya Kualitas Layanan dan Promosi berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Minat siswa baru di SDI Nurul Hidayah

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Irfanudin, Ahmad Maulana. 2020. *Manajemen Pemasaran, Konsep dasar dan Strategi*. CV. AA. RIZKY. Banten.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary .2016. *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Riduwan, 2010, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Alfabeta Bandung
- Solihin, D., & Ekawasty Suwatama, E. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Pedes Mampus. *AMANAHA : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* , 1(2), 1–9. Retrieved from <https://jurnalamanah.com/index.php/AMANAHA/article/view/13>
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Vanessa, Gaffar. 2013. *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Alfabeta. Bandung