



**PENGARUH HARGA, PROMOSI, ORANG DAN  
PROSES TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN  
SEKOLAH**

(Studi Kasus di SMK Farmasi IKIFA Jakarta Timur)

**TESIS**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**GURUH SUBAGYA  
55112320036**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2016**



**PENGARUH HARGA, PROMOSI, ORANG DAN  
PROSES TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN  
SEKOLAH**

(Studi Kasus di SMK Farmasi IKIFA Jakarta Timur)

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**GURUH SUBAGYA  
55112320036**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2016**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga, Promosi, Orang, dan Proses Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah (Studi Kasus di SMK Farmasi IKIFA Jakarta Timur)

Bentuk Tesis: Penelitian

Nama : Guruh Subagya

NIM : 55112320036

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 18 Januari 2017

Mengesahkan

Pembimbing

  
(Prof. Dr. Ngadino Surip, MS)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi



(Prof. DR. Ir. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih,ME)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, yang pada akhirnya penulis dapat menyusun tesis yang berjudul **Pengaruh Harga, Promosi, Orang, dan Proses terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah.**

Tesis ini merupakan sebagai salah satu syarat untuk lulus pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Dalam penyusunan tesis ini, penulis menyadari telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS sebagai pembimbing yang sudah memberikan waktu yang berharga dalam membimbing penulis.
- b. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Kaprodi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
- c. Prof. Dr. Ir. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
- d. Drs. Indiarto., Apt selaku Ketua Yayasan Pendidikan IKIFA.
- e. Rahmat Widiyanto, S.Si., Apt selaku Kepala Sekolah SMK Farmasi IKIFA.
- f. Istri (Tanty) dan anak-anak tercinta (Azzamy & Alya) serta keluarga besar atas dukungan dan semangatnya agar tesis ini dapat di selesaikan.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat berguna dan memberikan manfaat pada kalangan akademisi dan mahasiswa program magister manajemen pemasaran

Jakarta, 18 Oktober 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, dan Batasan Masalah .....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	8
1.2.2 Rumusan Masalah .....	9
1.2.3 Batasan Masalah .....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II DESKRIPSI</b>	
2.1 Sejarah Singkat .....	12
2.2 Lingkup Bidang Usaha .....	15
2.3 Sumber Daya .....	16
2.3.1 Struktur Organisasi .....	16
2.4 Sarana dan Prasarana .....	18
2.5 Tantangan Bisnis .....	18
<b>BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
3.1 Kajian Pustaka .....	21
3.1.1 Pemasaran .....	21

3.1.2	Pemasaran Jasa .....	22
3.1.3	Bauran Pemasaran Jasa .....	24
3.1.4	Perilaku Konsumen .....	31
3.1.5	Keputusan Pembelian .....	32
3.2	Pengaruh antar variabel dan hubungan antar dimensi .....	34
3.2.1	Pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian .....	34
3.2.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian .....	39
3.2.3	Pengaruh Orang terhadap Keputusan pembelian .....	47
3.2.4	Pengaruh Proses terhadap Keputusan pembelian .....	53
3.3	Penelitian Terdahulu .....	59
3.4	Kerangka Berpikir .....	65
3.5	Hipotesis .....	67
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>		
4.1	Jenis Desain Penelitian .....	68
4.2	Variabel Penelitian .....	68
4.3	Definisi Konsep .....	69
4.3.1	Harga .....	69
4.3.2	Promosi .....	69
4.3.3	Orang .....	70
4.3.4	Proses .....	70
4.3.5	Keputusan Pemilihan .....	70
4.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	70
4.4.1	Definisi Operasional .....	70
4.4.2	Skala Pengukuran .....	73
4.5	Populasi dan Sampel .....	73
4.6	Jenis dan Sumber Data .....	76
4.7	Teknik Pengumpulan Data .....	77
4.8	Metode Analisis Data .....	77
4.8.1	Uji Asumsi Klasik .....	78
4.8.2	Uji Validitas dan Realibilitas .....	80

4.8.3 Uji Hubungan antar Variabel Dimensi.....	81
4.8.4 Uji Hipotesis.....	83

## **BAB V HASIL DAN ANALISIS**

5.1 Gambaran Umum .....	85
5.2 Karakteristik Responden .....	85
5.3 Analisa Statistik Deskriptif .....	86
5.4 Uji Asumsi Klasik .....	92
5.4.1.1 Uji Normalitas .....	92
5.4.1.2 Uji Multikolinieritas .....	93
5.4.1.3 Uji Heterokedastisitas .....	95
5.5 Analisa Regresi Linier Berganda .....	96
5.5.1 Uji F Model Awal .....	96
5.5.2 Uji t Model Awal.....	98
5.5.3 Uji F Model Alternatif.....	101
5.5.4 Uji t Model Alternatif.....	102
5.6 Analisa Dimensi .....	104

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan .....	110
6.2 Saran.....	111

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	114
-----------------------------	-----

<b>LAMPIRAN</b> .....	118
-----------------------	-----

<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	128
----------------------------	-----



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah SMK Negeri & Swasta DKI Jakarta 2010-2013 .....	3
Tabel 1.2 Jumlah SMK & Siswa Negeri dan Swasta Jakarta Timur 2010-2013 .....	4
Tabel 1.3 Jumlah Siswa Masuk SMK Farmasi IKIFA Tahun Ajaran 2011-2016.....	5
Tabel 1.4 Biaya pendidikan total selama bersekolah di SMK Farmasi IKIFA.....	6
Tabel 1.5 People di SMK Farmasi IKIFA .....	7
Tabel 2.1 Struktural SMK Farmasi IKIFA Jakarta Tahun Ajaran 2016/2017.....	17
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu .....	60
Tabel 4.1 Variabel, Definisi Operasional, Dimensi dan Indikator.....	72
Tabel 4.2 Skala Ordinal.....	73
Tabel 4.3 Jumlah Siswa Per Kelas Tahun ajaran 2015/2016.....	74
Tabel 4.4 Jumlah sampel masing-masing kelas .....	75
Tabel 4.5 Matrik Korelasi Dimensi antar Variabel.....	82
Tabel 4.6 Nilai Koefisien Korelasi.....	83
Tabel 5.1 Karakteristik Responden.....	85
Tabel 5.2 Sebaran Frekuensi variabel harga .....	86
Tabel 5.3 Sebaran Frekuensi variabel promosi.....	87
Tabel 5.4 Sebaran Frekuensi variabel orang.....	88
Tabel 5.5 Sebaran Frekuensi variabel proses.....	89
Tabel 5.6 Sebaran Frekuensi variabel keputusan pemilihan.....	90
Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi variabel harga, promosi, orang, dan proses .....	91
Tabel 5.8 Hasil Uji Normalitas .....	92
Tabel 5.9 Uji Multikolinieritas.....	94
Tabel 5.10 Hasil Model Summary Awal .....	97
Tabel 5.11 Hasil Uji F Awal .....	98
Tabel 5.12 Hasil Uji t Awal .....	99
Tabel 5.13 Hasil Model Summary Alternatif.....	101
Tabel 5.14 Hasil Uji F Alternatif .....	102
Tabel 5.15 Hasil Uji t Alternatif .....	104
Tabel 5.16 Hasil Koefisien Korelasi Antar Dimensi variabel bebas dengan dimensi variabel terikat .....	105



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi SMK Farmasi .....	16
Gambar 3.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	33
Gambar 3.2 Kerangka Berpikir .....	66
Gambar 5.1 Q-Q Plot Uji Normalitas .....	93
Gambar 5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	95

