

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Siswa SSA	4
Tabel 1.2 Jumlah Siswa kelas 6 VL II yang masuk kelas 7 SSA	5
Tabel 1.3 Daftar SMP Swasta Katolik dan Kristen pesaing SSA	6
Tabel 1.4 Data SMP Tujuan Siswa kelas 6 VL II	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Definisi Operasional, Dimensi dan Indikator Variabel	48
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Promosi	53
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen <i>Image</i> sekolah	53
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Minat	54
Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Keputusan	55
Tabel 3.6 Skala Penelitian untuk Instrumen Penelitian	56
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pre Test variabel Promosi	67
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pre Test variabel <i>Image</i> sekolah	68
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Pre Test variabel Minat	68
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Pre Test variabel Keputusan	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Pre Test variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, Minat dan Keputusan	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Main Test variabel Promosi	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Main Test variabel <i>Image</i> Sekolah	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Main Test variabel Minat	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Main Test variabel Keputusan	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Main Test variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, Minat dan Keputusan	72
Tabel 4.11 Usia Responden	72
Tabel 4.12 Pekerjaan Responden	73
Tabel 4.13 Pendidikan Terakhir Responden	73
Tabel 4.14 Dasar perbandingan rerata skor instrumen skala Likert	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	L1
Lampiran 2 Instrumen Kuesioner Pre Test Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah dan Keputusan	L2
Lampiran 3 Hasil Perhitungan Pre Test Uji Validitas Variabel Promosi	L5
Lampiran 4 Hasil Perhitungan Pre Test Uji Validitas Variabel <i>Image</i>	L7
Lampiran 5 Hasil Perhitungan Pre Test Uji Validitas Variabel Minat.....	L9
Lampiran 6 Hasil Perhitungan Pre Test Uji Validitas Variabel Keputusan	L11
Lampiran 7 Hasil Perhitungan Pre Test Uji Reliabilitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, Minat dan Keputusan.....	L13
Lampiran 8 Instrumen Kuesioner Main Test Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah dan Keputusan.....	L15
Lampiran 9 Hasil Perhitungan Main Test Uji Validitas Variabel Promosi.....	L18
Lampiran 10 Hasil Perhitungan Main Test Uji Validitas Variabel <i>Image</i> Sekolah.....	L20
Lampiran 11 Hasil Perhitungan Main Test Uji Validitas Variabel Minat	L22
Lampiran 12 Hasil Perhitungan Main Test Uji Validitas Variabel Keputusan	L24
Lampiran 13 Hasil Perhitungan Main Test Uji Reliabilitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, minat dan Keputusan.....	L26
Lampiran 14 Hasil Perhitungan Uji Normalitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap minat	L28
Lampiran 15 Hasil Perhitungan Uji Normalitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap keputusan.....	L29
Lampiran 16 Hasil Perhitungan Uji Normalitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, dan minat terhadap keputusan.....	L30
Lampiran 17 Hasil Perhitungan Uji Linearitas Variabel Promosi terhadap minat	L31
Lampiran 18 Hasil Perhitungan Uji Linearitas Variabel <i>Image</i> sekolah terhadap minat	L32

Lampiran 19 Hasil Perhitungan Uji Linearitas Variabel Promosi terhadap keputusan	L33
Lampiran 20 Hasil Perhitungan Uji Linearitas Variabel <i>Image</i> sekolah terhadap keputusan	L34
Lampiran 21 Hasil Perhitungan Uji Linearitas Variabel Minat terhadap keputusan	L35
Lampiran 22 Hasil Perhitungan Uji Multikolinearitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap minat	L36
Lampiran 23 Hasil Perhitungan Uji Multikolinearitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap keputusan.....	L37
Lampiran 24 Hasil Perhitungan Uji Multikolinearitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, melalui minat terhadap keputusan.....	L38
Lampiran 25 Hasil Perhitungan Uji Heteroskedastisitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap minat	L39
Lampiran 26 Hasil Perhitungan Uji Heteroskedastisitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap keputusan.....	L40
Lampiran 27 Hasil Perhitungan Uji Heteroskedastisitas Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, dan minat terhadap keputusan.....	L41
Lampiran 28 Hasil Perhitungan Korelasi Linier Berganda Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap minat	L42
Lampiran 29 Hasil Perhitungan Korelasi Linier Berganda Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap keputusan.....	L43
Lampiran 30 Hasil Perhitungan Korelasi Linier Berganda Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, dan minat terhadap keputusan.....	L44
Lampiran 31 Hasil Perhitungan Uji T Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap minat	L45
Lampiran 32 Hasil Perhitungan Uji T Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap keputusan	L46
Lampiran 33 Hasil Perhitungan Uji T Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, melalui minat terhadap keputusan	L47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik SMP tujuan siswa VL II	7
Gambar 1.2 Diagram Pra Survey tujuan SMP tahun ajaran 2022/2023	8
Gambar 2.1 <i>Marketing Mix Element Gronholm</i>	15
Gambar 2.2 <i>Theory of Reasoned Action</i>	19
Gambar 2.3 Piramida <i>Brand Awarness</i>	28
Gambar 2.4 Proses Keputusan Pembelian	35
Gambar 2.5 Kerangka Konseptual Penelitian	38
Gambar 3.1 Gambar Analisis Jalur	64
Gambar 4.5 Gambar besar pengaruh Variabel Promosi dan Image sekolah terhadap minat, dan Variabel Promosi, Image Sekolah dan minat terhadap keputusan	93



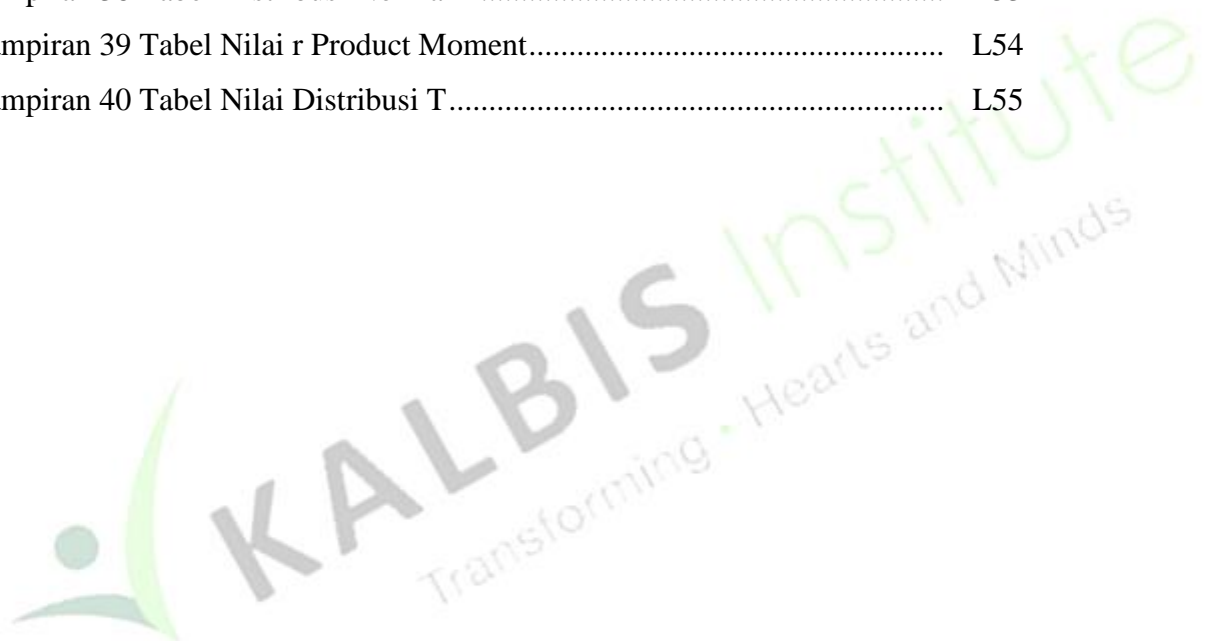
KALBIS Institute
Transforming Hearts and Minds

2.2.1.2 Metode Promosi	22
2.2.1.3 Fungsi Promosi	23
2.2.1.4 Tujuan Promosi	24
2.2.1.5 Dimensi Promosi.....	26
2.2.2 Merek (<i>Brand</i>)	28
2.2.2.1 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	29
2.2.2.2 Citra Sekolah (<i>School Image</i>)	30
2.2.2.3 Dimensi <i>Brand Image</i>	30
2.2.2.4 Dimensi <i>Image</i> (Citra) Sekolah.....	32
2.2.3 Minat	33
2.2.3.1 Dimensi Minat	34
2.2.4 Keputusan	34
2.2.4.1 Dimensi Keputusan	36
2.2.5 Konsumen	37
2.3 Kerangka Konseptual	37
2.3.1 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian.....	38
2.3.1.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan	38
2.3.1.2 Pengaruh <i>image</i> sekolah terhadap Keputusan.....	39
2.3.1.3 Pengaruh promosi terhadap Minat	39
2.3.1.4 Pengaruh <i>image</i> sekolah terhadap Minat	40
2.3.1.5 Pengaruh minat terhadap Keputusan.....	40
2.3.1.6 Pengaruh minat sebagai variabel intervening promosi terhadap keputusan	41
2.3.1.7 Pengaruh minat sebagai variabel intervening <i>image</i> sekolah terhadap keputusan	41
2.4 Penelitian Terdahulu	42
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.2.1 Variabel Penelitian.....	47

3.2.1.1 Variabel Bebas	47
3.2.1.2 Variabel Terikat	47
3.2.1.3 Variabel Intervening	47
3.2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	48
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	51
3.2.3.1 Uji Validitas	51
3.2.3.2 Uji Reliabilitas	51
3.2.4 Kisi-kisi Instrumen Kuesioner	53
3.2.4.1 Kisi-kisi Instrumen Variabel Promosi	53
3.2.4.2 Kisi-kisi Instrumen Variabel <i>Image</i> sekolah.....	53
3.2.4.3 Kisi-kisi Instrumen Variabel Minat	54
3.2.4.4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Keputusan.....	55
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	56
3.4 Populasi dan Sampel	57
3.4.1 Populasi.....	57
3.4.2 Sampel.....	57
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	58
3.6 Teknik Analisis Data.....	60
3.6.1 Analisis Distribusi Normal.....	60
3.6.2 Uji Linieritas	60
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.6.3.1 Uji Multikolinearitas	60
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.6.4 Koefisien Determinasi.....	61
3.6.5 Korelasi Regresi Linear Berganda	62
3.6.6 Uji T (Uji Parsial)	63
3.6.7 Uji Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.2 Uji Kualitas Data	66

4.2.1 Analisis Uji Validitas Pre Test.....	66
4.2.2 Analisis Uji Reliabilitas Pre Test.....	69
4.2.3 Analisis Uji Validitas Main Test.....	70
4.2.4 Analisis Uji Reliabilitas Main Test.....	72
4.3 Analisis Deskriptif	72
4.3.1 Karakteristik Responden	72
4.3.1.1 Berdasarkan Usia Responden.....	72
4.3.1.2 Berdasarkan Pekerjaan Responden	73
4.3.1.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	73
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif	74
4.3.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Promosi	74
4.3.2.2 Hasil Analisis Deskriptif <i>Image</i> sekolah.....	75
4.3.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Minat	76
4.3.2.4 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan.....	77
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.4.1 Uji Normalitas.....	77
4.4.1.1 Uji Normalitas Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat.....	78
4.4.1.2 Uji Normalitas Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan	79
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.4.3 Uji Multikolinearitas	81
4.4.4 Uji Linieritas	82
4.4.5 Koefisien Determinasi	86
4.4.5.1 Koefisien Determinasi Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat	87
4.4.5.2 Koefisien Determinasi Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan.....	87
4.4.6 Korelasi Regresi Linear Berganda	88
4.4.6.1 Korelasi Regresi Linear Berganda Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat.....	88

Lampiran 34 Hasil Perhitungan Analisis Determinasi Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap minat.....	L48
Lampiran 35 Hasil Perhitungan Analisis Determinasi Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, terhadap keputusan.....	L49
Lampiran 36 Hasil Perhitungan Analisis Determinasi Variabel Promosi, <i>Image</i> Sekolah, dan minat terhadap keputusan.....	L50
Lampiran 37 Hasil Analisis Jalur.....	L51
Lampiran 38 Tabel Distribusi Normal Z.....	L53
Lampiran 39 Tabel Nilai r Product Moment.....	L54
Lampiran 40 Tabel Nilai Distribusi T.....	L55



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teori Induk.....	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>).....	14
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.3.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	19
2.1.3.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	20
2.1.3.3 <i>Theory Awareness, Interest, Desire, Action</i>	21
2.2 Teori Variabel.....	21
2.2.1 Definisi Promosi.....	21

Tabel 4.35 Hasil Uji T Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan	91
Tabel 4.36 Uji Jalur Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap keputusan	92
Tabel 4.37 Uji Jalur Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan.....	93
Tabel 4.38 Uji Jalur	94
Tabel 4.39 Mean Jawaban responden per ítem instrumen pada Variabel Promosi	97
Tabel 4.40 Mean Jawaban responden per ítem instrumen pada Variabel <i>Image</i> Sekolah.....	98
Tabel 4.41 Mean Jawaban responden per ítem instrumen pada Variabel Minat	100
Tabel 4.42 Mean Jawaban responden per ítem instrumen pada Variabel keputusan.....	101



KALBIS Institute
 Transforming Hearts and Minds

Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Variabel Promosi	74
Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Variabel <i>Image</i> sekolah	75
Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Variabel Minat	76
Tabel 4.18 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat	78
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan.....	79
Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat.....	80
Tabel 4.22 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan	80
Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat.....	81
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan	82
Tabel 4.25 Hasil Uji Linieritas Variabel Promosi dengan minat.....	83
Tabel 4.26 Hasil Uji Linieritas Variabel <i>Image</i> Sekolah dengan minat	83
Tabel 4.27 Hasil Uji Linieritas Variabel Promosi dengan keputusan.....	84
Tabel 4.28 Hasil Uji Linieritas Variabel <i>Image</i> Sekolah dengan keputusan ..	85
Tabel 4.29 Hasil Uji Linieritas Variabel Minat dengan Keputusan.....	86
Tabel 4.30 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat	87
Tabel 4.31 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan	87
Tabel 4.32 Hasil Analisis Korelasi Regresi Linear Berganda Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat	88
Tabel 4.33 Hasil Analisis Korelasi Regresi Linear Berganda Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan	89
Tabel 4.34 Hasil Uji T Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat	90

4.4.6.2	Korelasi Regresi Linear Berganda Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan	89
4.4.7	Uji T	90
4.4.7.1	Hasil Uji T Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap minat	90
4.4.7.2	Hasil Uji T Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan	91
4.4.8	Uji Jalur (<i>Path Analysis</i>)	92
4.4.8.1	Uji Jalur Struktur 1 (Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah terhadap keputusan).....	92
4.4.8.2	Uji Jalur Struktur 2 (Variabel Promosi, <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan.....	93
4.5	Pembahasan.....	95
4.5.1	Pengaruh Variabel Promosi dan <i>Image</i> sekolah terhadap minat	95
4.5.2	Pengaruh Variabel Promosi dan <i>Image</i> sekolah dan minat terhadap keputusan	95
4.5.3	Pengaruh tidak langsung Promosi, <i>Image</i> sekolah melalui minat terhadap keputusan	96
4.5.3.1	Variabel Promosi terhadap keputusan	96
4.5.3.2	Variabel <i>Image</i> sekolah terhadap keputusan.....	96
BAB 5 KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Implikasi Teoritis	105
5.3	Implikasi Manajerial	107
5.4	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	114
DAFTAR PUSTAKA.....		115
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		118
LAMPIRAN		