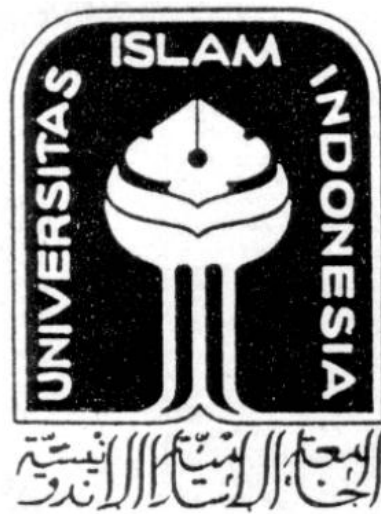


**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN
PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH
KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL**



Oleh :
Wakhid Bashori
NIM. 13913064

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA
2018

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN
PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH
KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL**



Oleh :
Wakhid Bashori
NIM. 13913064

Pembimbing:
Dr. M Roy Purwanto

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA
2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wakhid Bashori

NIM : 13913064

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Judul : “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Siswa Dalam Memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah Pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 1 Bantul”.

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi, maka saya siap untuk dicabut gelar keserjanaan yang dianugerahkan dan mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 23 Februari 2018

Yang menyatakan



Wakhid Bashori



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PENGESAHAN

Nomor: 1214/PS-MSI/Peng./VII/2018

TESIS berjudul : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET
KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH
MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL**

Ditulis oleh : Wakhid Bashori

N. I. M. : 13913064

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi.

Yogyakarta, 6 Juli 2018

Ketua,

Dr. Hujaini Sanaky, MSI





PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp/Fax (0274) 523637 e-mail: msi@uii.ac.id

TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Wakhid Bashori
Tempat/tgl lahir : Bantul, 4 Januari 1974
N. I. M. : 13913064
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul Tesis : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET
KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH
MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL**

Ketua : Dr. Yusdani, M.Ag

Sekretaris : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM

Pembimbing : Dr. M. Roy Purwanto, M.Ag,

Penguji : Dr. Rahmani Timorita Y, M.Ag.

Penguji : Dr. Siti Achiria, S.E.,MM.

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

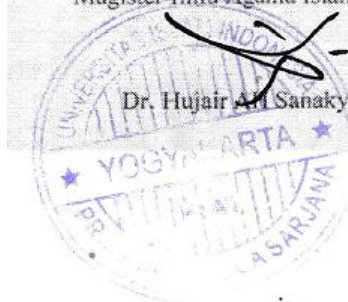
Diuji di Yogyakarta pada tanggal, 29 Juni 2018

Pukul : 11.00 – 12.00 WIB.

Hasil : **Lulus**

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana
Magister Ilmu Agama Islam FIAI UII

Dr. Hujair A. Sanaky, MSI





PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS

No. : 1782/PS-MSI/ND/VI/2018

TESIS berjudul : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET
KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH
MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL**

Ditulis oleh : Wakhid Bashori

NIM : 13913064

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Program Pascasarjana, Magister Ilmu Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 25 Juni 2018

Ketua,


Dr. Hujair AH Sanaky, MSI.



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PERSETUJUAN

TESIS berjudul : **FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL**

Ditulis oleh : Wakhid Bashori

N. I. M. : 13913064

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat disetujui untuk diuji dihadapan Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana Magister Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Februari 2018
Pembimbing,

Dr. M. Roy Purwanto, MA.

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya tulis ini kepada

Kedua orangtuaku, Bapak M Djafar (alm) dan ibu Sumilah

ABSTRAK

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI I BANTUL”.

Wakhid Bashori
NIM. 13913064

Pendidikan menengah kejuruan adalah pendidikan pada jenjang pendidikan menengah yang mengutamakan pengembangan kemampuan siswa untuk melaksanakan jenis pekerjaan tertentu. Pendidikan menengah kejuruan mengutamakan penyiapan siswa untuk memasuki lapangan kerja serta mengembangkan sikap profesional. Bila dilihat secara lebih jauh lagi maka dari Sekolah Menengah Kejuruan tersebut lebih banyak diminati lagi sekolah kejuruan yang berstatus negeri. Secara umum hal tersebut dikarenakan prestasi sekolah SMK Negeri yang cenderung lebih bagus jika dibandingkan dengan swasta serta segi biaya juga lebih murah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah SMK N 1 Bantul . Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Subyek penelitian adalah siswa kelas X, XI, XII Paket Keahlian Perbankan Syariah SMK N 1 Bantul. Data diperoleh menggunakan angket. , kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian adalah Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Siswa Dalam Memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah Pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri I Bantul:) Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap preferensi siswa dalam memilih paket keahlian. Terdapat pengaruh partial yang signifikan antara faktor harga, citra dan kualitas, pemahaman dan sosial budaya, terhadap preferensi siswa. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, citra dan kualitas, pemahaman, promosi dan sosial budaya secara bersama-sama (simultan) terhadap preferensi siswa . Variabel yang paling berpengaruh terhadap preferensi siswa adalah variabel citra dan kualitas Oleh karena itu kepada peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian serupa dengan menambah variabel seperti guru, sarana prasarana, keterserapan di dunia kerja.

Kata kunci: *Faktor preferensi, siswa, SMK N I Bantul, perbankan syariah*

ABSTRACT

“FACTORS AFFECTING THE PREFERENCE OF STUDENTS IN ELECTING THE PACKAGE OF SHARIA BANKING EXPERTISE IN STATE VOCATIONAL SCHOOL 1 BANTUL

Wakhid Bashori
NIM. 13913064

Education of vocational school is the education in the intermediate educational level prioritizing the development of students' competence to do certain types of job. Vocational school prioritizes the preparedness of students in facing the work field and in developing the professional attitudes. If seen further, then the state vocational school is more preferred. In common, this is related to the achievements of the State vocational school that tends to be better if compared to the private vocational school. Also, in terms of school fee, the state vocational school is found more affordable. This research aims to describe comprehensively about the factors affecting the students' preference in selecting the Sharia Banking Expertise Package in State Vocational School 1 Bantul. It is a quantitative research. The subject of the research was the students of class X, XI, XII of Sharia Banking Expertise Package of State Vocational School 1 Bantul. The data was obtained using the questionnaires that were analyzed by means of doubled regression analysis.

The result of the research showed some factors affecting the students' preference in selecting the Sharia Banking Expertise Package in State Vocational School 1 Bantul including: there is no significant effect between the promotion on the students' preference in selecting the expertise package. There was a partial significant effect among the factor of fee, image and quality, understanding and sociocultural simultaneously on the students' preference. The most influential factor on the preference of students was the variable of image and quality. Therefore, to the next researchers, it is recommended to do a similar research by adding some other variables such as teacher, facilities and infrastructure, and absorption in work world.

Keywords: Preference factor, students, State Vocational School 1 Bantul, Sharia Banking

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII JI. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

July 12, 2018



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَسْتَهْدِيهِ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ
أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ
لَهُ. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اَللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ
وَبَارِكْ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ اهْتَدَى بِهَدَاهُ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI I BANTUL”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, saran, doa, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Nandang Sutrisno, S.H., LL.M., M.Hum., Ph.D., Rektor Universitas Islam Indonesia Periode 2017 - 2018
3. Bapak Drs. Tamyiz Muharram, M.A, Ph.D. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Indonesia

4. Bapak Dr. H. Hujair AH Sanaky, M.S.I. Ketua Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
5. Bapak Dr. Yusdani Sekretaris Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
6. Bapak Dr. M. Roy Purwanto, M.Ag., dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan tesis ini.
7. Ibu Ir. Retno Yuniar Dwi Aryani, M.Pd. Kepala SMK N I Bantul yang telah memberi izin penelitian
8. Bapak Muhammad Aris, S.Pd.I, Waka Kesiswaan SMK N I Bantul yang telah memberi beberapa informasi untuk tesis ini.
9. Ibu Ririh Damayanti, M.Acc Ketua Paket Keahlian Perbankan Syariah SMK N I Bantul yang telah mendampingi selama penelitian dan memberi berbagai masukan yang berguna untuk tesis ini.
10. Siswa-siswi kls X, XI, XII Perbankan Syariah yang telah bersedia menjadi subyek penelitian ini.
11. Istri (Noor Hidayah) dan anak tercinta (Naili Ramadhani Wakhid)
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari tesis ini masih jauh dari sempurna. Namun penulis berharap semoga dapat memberikan sumbangan dan manfaat kepada dunia pengetahuan, dan penulis lain.

Bantul, Februari 2018

Peneliti

Wakhid Bashori

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS	iv
HALAMAN NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	viii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11

BAB II. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU, LANDASAN TEORI, DAN

HIPOTESIS	13
A. Kajian Penelitian Terdahulu	13
B. Kerangka Teori	23
1. Pengertian Preferensi.....	23
2. Pengertian Preferensi dalam Islam.....	26
3. Pengertian dan Karakteristik Jasa Pendidikan	28
4. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan.....	35
5. Konsep Strategi Pemasaran Pendidikan.....	38
6. Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Siswa.....	46
a. Harga.....	46
b. Citra dan kualitas	50
c. Pemahaman tentang Perbankan Syariah	57
d. Promosi	65
e. Sosial Budaya	70

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	76
B. Tempat dan Waktu Penelitian	77
C. Sumber Data	77
D. Metode Penentuan Subyek.....	78
E. Metode Pengumpulan Data	78
F. Teknik Analisis Data	78

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
A. Gambaran Umum	85
1. Profil SMK N 1 Bantul	85
2. Kondisi Fisik SMK N 1 Bantul	88
3. Kondisi Non Fisik SMK N 1 Bantul	91
4. Profil Paket Keahlian Perbankan Syariah	99
B. Pembahasan Hasil Penelitian	103
1. Harga	104
2. Citra dan Kualitas	104
3. Pemahaman tentang Bank Syariah	105
4. Promosi.....	106
5. Sosial Budaya	107
6. Preferensi.....	108
C. Pengujian Data	110
1. Uji Normalitas	110
2. Uji Multikolinearitas	111
3. Uji Heteroskedastisitas	112
D. Pengujian Hipotesis Statistik.....	114
1. Koefisien Determinasi.....	114
2. Uji F Hitung	115
3. Uji t hitung	116

BAB V. PENUTUP	120
A. Kesimpulan	120
B. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Penelitian Terdahulu, 13
Tabel 2. Profil Tamatan Kompetensi Keahlian, 86
Tabel 3. Pelayanan non Reguler, 95
Tabel 4. Ekstrakurikuler, 95
Tabel 5. Data Profil Prestasi Siswa, 97
Tabel 6. Alokasi Waktu Perbankan Syariah, 100
Tabel 7. Spektrum Perbankan Syari'ah, 101
Tabel 8. Daftar Tempat Prakerin, 102
Tabel 9. Kelas * Sex Crosstabulation, 103
Tabel 10. Uji validitas variabel Harga, 104
Tabel 11. Uji validitas variabel Citra dan Kualitas, 105
Tabel 12. Uji validitas variabel Pemahaman, 106
Tabel 13. Uji validitas variabel Promosi, 107
Tabel 14. Uji validitas variabel Sosial Budaya, 108
Tabel 15. Uji validitas variabel Preferensi, 109
Tabel 16. Uji Reliabilitas, 109
Tabel 17. Uji Hasil Normalitas, 110

Tabel 18. Hasil Uji Multikolinearitas, 111

Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas, 113

Tabel 20. Hasil Uji R, 114

Tabel 21. Hasil Uji F, 115

Tabel 22. Hasil Uji T, 116

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1. Gambar Hubungan Antar Variabel, 77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan dipercaya sebagai alat strategis meningkatkan taraf hidup manusia. Melalui pendidikan, manusia menjadi cerdas, memiliki kemampuan atau *skill*, sikap hidup yang baik, sehingga dapat bergaul dengan baik di masyarakat. Pendidikan menjadi investasi yang memberi keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan bangsa bermartabat dan individunya menjadi manusia yang memiliki derajat.

Pendidikan selain untuk pemberdayaan masyarakat juga untuk menciptakan masyarakat terpelajar, yang terwujud dalam bentuk masyarakat kritis (*critical society*). Pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan penyediaan sumber daya manusia (tenaga kerja) yang memiliki pengetahuan, menguasai teknologi serta terampil pada bidang kompetensi tertentu. Jika hal ini berhasil maka pertumbuhan ekonomi akan berlangsung cepat. Masyarakat yang kritis akan muncul ketika manusia mempunyai pengetahuan yang selalu berkembang seiring perkembangan teknologi.

Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan berbagai kebijakan untuk pemerataan dan perluasan akses pendidikan. Salah satu kebijakan yang ditempuh yaitu dengan melaksanakan penguatan program-program seperti perluasan SMK baik swasta maupun negeri. Tujuannya agar tercapai komposisi jumlah SMA dan SMK yang seimbang.

Keseimbangan komposisi jumlah SMA dan SMK, diharapkan dapat meningkatkan mutu, relevansi, dan daya saing pendidikan. Sehingga pengembangan sekolah lebih diarahkan kepada bagaimana mengoptimalkan dan mengutamakan keunggulan lokal di setiap kabupaten atau kota.

Khusus SMK selalu didorong untuk mengkaji dan mengembangkan program studi yang sesuai dengan keunggulan lokal, baik pada aspek keterampilan maupun kewirausahaan. Lulusan SMK yang mampu menguasai pengetahuan, ketrampilan, dan kewirausahaan dengan baik, akan mampu mengembangkan lapangan pekerjaan untuk dirinya maupun orang lain.

Pendidikan menengah kejuruan adalah pendidikan pada jenjang pendidikan menengah yang berkonsentrasi pada pengembangan kemampuan siswa untuk mampu jenis pekerjaan tertentu. Pendidikan menengah kejuruan mengutamakan penyiapan siswa untuk memasuki lapangan kerja serta mengembangkan sikap profesional. Sesuai dengan bentuknya, sekolah menengah kejuruan menyelenggarakan program-program pendidikan yang disesuaikan dengan jenis – jenis lapangan kerja.¹

Menurut Undang-Undang No.2 tahun 1989 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pasal 11 ayat 3 disebutkan bahwa pendidikan kejuruan adalah pendidikan yang mempersiapkan peserta didik untuk dapat bekerja dalam bidang tertentu. Sedangkan menurut Peraturan Pemerintah No. 29 tahun 1990 tentang Pendidikan Menengah pasal 1 ayat 3 dijelaskan bahwa pendidikan kejuruan adalah pendidikan pada jenjang menengah yang

¹ Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 1990 tentang Pendidikan Menengah

mengutamakan pengembangan kemampuan siswa untuk melaksanakan jenis pekerjaan tertentu.

Dengan karakteristik yang berbeda dengan sekolah umum yang lain, maka pendidikan kejuruan harus mempunyai karakteristik maupun kriteria yang spesifik. Kriteria khusus yang harus dimiliki oleh pendidikan kejuruan sebagaimana yang disampaikan Finch and Crunkilton, dalam Jatmico, dkk. adalah: 1) Orientasi pada kinerja individu dalam dunia kerja, 2) *Jastifikasi* khusus pada kebutuhan nyata di lapangan, 3) Fokus kurikulum pada aspek-aspek psikomotorik, afektif, dan kognitif, 4) Tolok ukur keberhasilan tidak hanya terbatas di sekolah, 5) Kepekaan terhadap perkembangan dunia kerja, 6) Memerlukan sarana dan presarana yang memadai, 7) Adanya dukungan masyarakat.²

Hasil dari kebijakan pemerintah dalam memasyarakatkan SMK semakin terasa, jika sebelumnya SMK sempat dipandang sebagai “kelas dua”, maka saat ini justru SMK menjadi pilihan masyarakat, karena SMK banyak menawarkan berbagai paket keahlian yang menarik dan menjanjikan, baik dari segi kognitif, afektif, psikomotorik, maupun keterserapan ke dunia kerja setelah lulus.

Upaya pemerintah untuk merealisasikan target agar proporsi perbandingan antara SMA dengan SMK menjadi 30% untuk SMA dan 70% untuk SMK sangat serius dilakukan. Target ini tentu mengandung

²Jatmico Edi Purnomo, Sudartono, Agus Suharmanto. 2009. *Pengaruh Iklan SMK di Televisi Terhadap Minat Siswa SMP Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang Untuk Melanjutkan Ke SMK*. Jurnal PTM, Juni 2009, Vol. 9, No.1: 1412-1247 hlm. 33.

konsekuensi, bagi kabupaten dan kota berkewajiban untuk mencapai hal tersebut. Dampak lain yang dirasakan masyarakat adalah, SMK baik negeri atau swasta, berkembang secara baik di semua daerah. Termasuk Paket Keahlian-Paket Keahlian yang sempat mati suri kembali bangkit dan diminati masyarakat.³

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan lembaga pendidikan yang berorientasi pada pembentukan kecakapan hidup, yaitu melatih peserta didik untuk menguasai keterampilan yang dibutuhkan oleh dunia kerja terutama bisnis dan industri, memberikan pendidikan tentang kewirausahaan, serta membentuk kecakapan hidup.

SMK yang berorientasi pada pembentukan kecakapan hidup dipastikan akan menjadi pilihan utama masyarakat untuk melanjutkan sekolah. Agar hal itu tercapai, maka para pengelola pendidikan SMK harus menyediakan sarana dan prasarana pendidikan yang selalu mengikuti perkembangan jaman. Baik yang terkait dengan sarana teori maupun praktik di sekolah.

Ketersediaan sarana dan prasarana yang baik di sekolah, akan memudahkan siswa ketika berada di industri yang senyatanya. Lulusan SMK akan lebih siap, percaya diri, dan mahir menggunakan berbagai peralatan yang ada di industri. Jika sarana dan prasarana di sekolah seadanya, para siswa atau lulusan SMK akan kesulitan beradaptasi dengan teknologi

³ Rencana Strategis Departemen Pendidikan Nasional (Renstra Depdiknas) 2005-2009. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional

industri. Akibatnya industri akan mengatakan lulusan SMK kurang siap untuk bekerja

Kurikulum SMK harus dibuat dan disusun mengacu kepada perkembangan dunia industri. Sehingga dunia kerja perlu dilibatkan dalam penyusunan kurikulum SMK. Berbagai masukan dari dunia industri harus direspon positif oleh sekolah, yaitu dengan menyesuaikan materi pelajaran di kelas dengan kepentingan industri. Materi yang disusun sekolah sebaiknya juga mendapat verifikasi dari dunia industri, sehingga materi yang di sekolah tidak jauh dari kenyataan di industri.

SMK yang bermutu tidak hanya dilihat dari pencapaian akademik nilai UN, tetapi yang lebih penting adalah keterampilan kerja yang dimiliki lulusan sehingga banyak diserap di dunia industri. Dengan demikian pengelolaan pendidikan SMK, baik 3 atau 4 tahun benar-benar menciptakan tenaga ahli tingkat menengah sesuai dengan kompetensi keahliannya masing-masing.

Pembangunan citra positif SMK menjadi salah satu hal penting yang harus dilakukan. Tujuannya untuk menciptakan *image positif* di mata masyarakat, orang tua, dan dunia industri pengguna jasa lulusan SMK bahwa lulusan SMK itu “bisa”. Selain itu juga untuk meningkatkan kebanggaan lulusan SMP untuk sekolah ke SMK, serta menambah rasa percaya diri lulusan SMK ketika memasuki dunia kerja di industri.

Semua satuan pendidikan (sekolah), dituntut untuk selalu merespon keinginan masyarakat maupun dunia industri. Kegagalan satuan pendidikan

dalam merespon keinginan masyarakat maupun dunia industri berakibat pada menurunnya daya saing dengan sekolah lain atau terhambatnya berbagai program yang telah digariskan sekolah. Dalam jangka panjang, akan mengancam kelangsungan hidup suatu sekolah.

Setiap satuan pendidikan pasti memiliki tujuan yang hendak dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan berbagai strategi. Strategi dirumuskan agar tujuan satuan pendidikan dapat tercapai secara efektif dan efisien tidak menimbulkan masalah secara internal maupun eksternal. Strategi merupakan suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal organisasi, dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya.

Satuan pendidikan pun membutuhkan strategi untuk mencapai tujuan salah satunya yaitu memasarkan jasa pendidikan. Sehebat apapun produk satuan pendidikan, jika tidak dipasarkan tentu tidak akan diketahui oleh masyarakat umum apa yang menjadi kelebihanannya.

Strategi pemasaran jasa pendidikan secara umum diarahkan kepada pihak eksternal satuan pendidikan dan kepada pihak internal. Pihak eksternal yang dimaksud adalah (masyarakat sekeliling, orang tua siswa, dunia kerja serta *stake holder* yang lain), pihak internal yang dimaksud adalah dosen, guru, karyawan, dan administrator lainnya yang bekerja untuk menciptakan keahlian penyedia jasa.

Kebijakan untuk meningkatkan mutu pendidikan, relevansi dengan dunia industri, dan daya saing dengan sekolah lain dapat dilakukan melalui penguatan program-program antara lain: peningkatan kemampuan

kewirausahaan, peningkatan citra sekolah, promosi sekolah, harga (biaya pendidikan) yang bersaing, sarana prasarana sekolah, guru, keterserapan dunia kerja dan sebagainya

Bila dicermati, masyarakat lebih banyak berminat untuk sekolah ke SMK negeri daripada sekolah swasta. Beberapa alasan diantaranya, SMK Negeri cenderung lebih bagus prestasinya jika dibandingkan dengan sekolah swasta. Dari segi biaya juga dianggap lebih murah, karena mendapatkan subsidi dan fasilitas dari pemerintah, dari segi sarana prasarana, dari guru dan kepercayaan industri kepada lulusan SMK negeri.

Upaya mempertahankan mutu dan animo lulusan SMP/MTs untuk melanjutkan sekolah di SMK Negeri I Bantul terus diupayakan, mengingat tingginya persaingan pendidikan jenjang SMK di Kabupaten Bantul yang berjumlah 49 SMK yang terdiri 16 SMK Negeri dan 33 SMK Swasta yang tersebar di 17 kecamatan.⁴

SMK N 1 Bantul sebagai salah satu SMK Negeri selalu berupaya menjaga agar animo calon siswa selalu tinggi. Dari daya tampung yang tersedia, selalu terpenuhi untuk seluruh paket keahlian. Termasuk paket keahlian yang baru yaitu Rekaya Perangkat Lunak, serta paket keahlian yang berbau Islam yakni Perbankan Syariah.

Khusus paket keahlian Perbankan Syariah, bisa dikatakan menjadi sesuatu yang tidak biasa. Dengan nama yang Islami berada di sekolah negeri

⁴ Daftar Alamat SMK se Kabupaten Bantul, dikutip dari <http://blog.unnes.ac.id/daftardaftar/daftar-alamat-smk-se-kab-bantul/>, diakses pada hari Rabu tanggal 22 November 2017 jam 13.10 wib.

tetapi kuota per tahun selalu penuh, pasti ada sesuatu yang luar biasa. Tiga tahun terakhir siswa yang tercatat di Paket Keahlian Perbankan Syariah, tahun 2017 ada 32 siswa, 2016 ada 33 siswa, dan 2015 ada 33 siswa. Artinya paket keahlian ini termasuk banyak diminati calon siswa.⁵

Berdasar kondisi tersebut di atas dan untuk membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat Bantul, SMK Negeri 1 Bantul selalu bertujuan memberi bekal pengetahuan dan ketrampilan yang memadai bagi siswanya, sehingga putra-putra Bantul dapat bersaing di dunia kerja yang pada akhirnya adalah peningkatan kesejahteraan diri dan keluarga.

SMK Negeri 1 Bantul merupakan salah satu sekolah di Kabupaten Bantul, yang telah diakui oleh masyarakat sebagai sekolah yang bagus kualitas dan pelayanannya. Komitmen peningkatan mutu dapat dilihat dengan penerapan Sistem Manajemen Mutu (SMM) ISO 9001:2008 sejak tanggal 21 Oktober 2010 sampai 29 Mei 2013.

Pada awal tahun 2013 SMK Negeri 1 Bantul mengadakan resertifikasi Sistem Manajemen Mutu (SMM) ISO 9001:2008. Adanya SMM ISO tersebut, menunjukkan bahwa mutu pendidikan SMK Negeri 1 Bantul telah diakui oleh lembaga sertifikasi Internasional *TUV Rheinland Cert GmbH* dengan sertifikat nomor 01.100.065 164.⁶

Keunggulan maupun kehebatan suatu lembaga menjadi kurang maknanya ketika tidak disebarluaskan ke masyarakat. Sehingga

⁵ Wawancara dengan Ririh Damayanti di Yogyakarta, tanggal 7 Desember 2017.

⁶ Profil dikutip dari, <http://smkn1bantul.sch.id/html/index.php?id=profil&kode=12&profil=Sejarah%20Singkat>, diakses pada hari Rabu 22 Noember 2018 jam 13.15 wib.

memasarkann pendidikan menjadi sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan mutu lembaga pendidikan, mempertahankan animo masuk SMK, dan keterserapan ke dunia industri. Dengan strategi pemasaran pendidikan yang tepat, maka kuantitas pendaftar siswa di sekolah tidak menurun, tetapi dari tahun ke tahun terus meningkat.

Perilaku konsumen datanya diperoleh dari suatu penelitian tentang perilaku konsumen, mulai dari bagaimana kebutuhan akan suatu produk itu dirasakan, apa yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan itu, bagaimana mereka memutuskan membeli produk, bagaimana mereka mengkonsumsi produk, sampai bagaimana mereka menyingkirkan produk tersebut.

Contoh perilaku konsumen dalam pendidikan adalah perilaku siswa dalam memilih sekolah. Konsumen dalam pendidikan ketika memutuskan untuk membeli suatu produk pendidikan, sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor preferensi. Mengapa mereka masuk atau tidak masuk ke sekolah pada paket keahlian tertentu dikarenakan berbagai alasan. Ada yang karena keinginan diri sendiri atau pengaruh pihak lain. Dari uraian di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL.**

B. Rumusan Masalah

Penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara harga dengan preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah di SMK Negeri 1 Bantul ?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara faktor harga, citra dan kualitas, pemahaman dan sosial budaya, terhadap preferensi siswa dengan preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah di SMK Negeri 1 Bantul ?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara harga, citra dan kualitas, pemahaman, promosi dan sosial budaya secara bersama-sama (simultan) terhadap preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah di SMK Negeri 1 Bantul ?
4. Variabel apakah yang berpengaruh terbesar terhadap preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah di SMK Negeri 1 Bantul ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara harga dengan preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah di SMK Negeri 1 Bantul ?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara faktor harga, citra dan kualitas, pemahaman dan sosial budaya, terhadap preferensi siswa dengan

preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah di SMK Negeri 1 Bantul ?

3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara harga, citra dan kualitas, pemahaman, promosi dan sosial budaya secara bersama-sama (simultan) terhadap preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah di SMK Negeri 1 Bantul ?
4. Variabel apakah yang berpengaruh terbesar terhadap preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian Perbankan Syariah di SMK Negeri 1 Bantul ?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan di dapat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis mendiskripsikan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi siswa dalam memilih Paket Keahlian perbankan syariah di SMK Negeri I Bantul (harga, citra dan kualitas, pemahaman terhadap perbankan syariah, promosi, dan sosial budaya), sehingga berguna dalam penyusunan kebijakan tentang pemasaran pendidikan.
2. Secara praktis
 - a. Bagi SMK Negeri I Bantul

Dapat memberikan informasi dan referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi siswa dalam memilih paket keahlian (harga, citra dan kualitas, pemahaman terhadap perbankan syariah, promosi, dan sosial budaya), sehingga administrator SMK Negeri I Bantul menyusun strategi pemasaran pendidikan yang sesuai.

b. Bagi Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga DIY

Dapat memberikan informasi dan referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi siswa dalam memilih paket keahlian, sehingga Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga DIY dapat menyusun kebijakan yang tepat yang dijadikan pedoman bagi sekolah-sekolah yang ada di wilayah kerjanya dalam menarik calon siswa.

BAB II

KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU, LANDASAN TEORI, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka diperlukan untuk mengkaji hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penulisan faktor-faktor preferensi siswa dalam memilih sekolah atau paket keahlian Perbankan Syariah di SMK., antara lain: ``

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan/perbedaan
1	Bank Indonesia dan Institut Pertanian Bogor. 2004. <i>Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kalimantan Selatan</i> ¹	Faktor bunga bank menjadikan alasan untuk menolak sistem konvensional.	Persamaan pada faktor religiusitas (pemahaman tentang perbankan syariah)
2	Ascarya .2005. <i>Pemetaan Hasil Penelitian Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Indonesia</i> ²	Alasan memilih bank syariah karena menjalankan ajaran agama	Persamaan pada faktor religiusitas (pemahaman tentang perbankan syariah)
3	I Wayan Ardiana. 2010. <i>Studi Etnografi Preferensi Siswa Melanjutkan Sekolah</i>	Faktor-faktor penyebab preferensi	Ada variabel yang sama yaitu citra

¹ Bank Indonesia dan Institut Pertanian Bogor, 2003, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kalimantan Selatan*, Bank Indonesia, Jakarta.

² Ascarya, 2005, *Pemetaan Hasil Penelitian Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Indonesia*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, Bank Indonesia. Jakarta

	<p><i>Ke SMA Daripada SMK Di Era Kebijakan Pengembangan SMK (Di Kabupaten Bangli)³</i></p>	<p>siswa melanjutkan ke SMA daripada SMK antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi siswa melanjutkan ke perguruan tinggi, 2. SMK belum dikenal luas oleh masyarakat Bangli, 3. Orang tua mengarahkan anaknya ke perguruan tinggi, 4. Citra SMA lebih bergengsi daripada SMK, 5. Perilaku konformitas, 6. Pandangan lulusan SMA lebih mudah mencari pekerjaan dan perguruan tinggi, 7. Tidak memiliki keahlian khusus seperti di SMK, 8. Belum memiliki cita-cita, 9. SMK prioritas kedua, 10. Kesan lulusan SMK menjurus ke pekerja kasar, 	
--	---	--	--

³ I Wayan Ardiana. 2010. "Studi Etnografi Preferensi Siswa Melanjutkan Sekolah Ke SMA Daripada SMK Di Era Kebijakan Pengembangan SMK (Di Kabupaten Bangli)". *Jurnal Pasca Sarjana*, Vol. 1, No. 2, 2010, Bali: Universitas Pendidikan Ganesha

		11. Persepsi lulusan SMK dunia kerjanya terbatas 12. Kesan sekedar sekolah di SMK 13. Rendahnya jiwa wirausaha (<i>entrepreneurship</i>) masyarakat.	
4	Kurniati. 2012. <i>Analisis persepsi dan preferensi nasabah muslim dan nasabah non muslim terhadap keputusan memilih perbankan syariah di provinsi DIY (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Yogyakarta dan Bank Pembangunan Daerah (BPD) DIY Syariah)</i> ⁴	Kualitas SDM, Faktor agama, Keamanan, Lokasi gedung mudah diakses.	Persamaan pada faktor religiusitas (pemahaman tentang perbankan syariah)
5	Natalia Dwi Cantika. 2013. <i>Pengaruh Strategi Pemasaran Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Surabaya</i> ⁵	Faktor yang mempengaruhi: 1. variabel lokasi sekolah memperoleh 2. variabel produk 3. variabel harga 4. variabel status akreditasi	Varibel yang sama adalah variabel harga
6	Langgeng Murdopo, 2013 <i>Analisis Preferensi Siswa</i>	1. Terdapat hubungan yang positif antara	Varibel yang sama adalah variabel harga

⁴ Kurniati. 2012. *Analisis persepsi dan preferensi nasabah muslim dan nasabah non muslim terhadap keputusan memilih perbankan syariah di provinsi DIY (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Yogyakarta dan Bank Pembangunan Daerah (BPD) DIY Syariah)*. JURNAL EKONOMI SYARIAH INDONESIA, Volume II, No.2 Desember 2012. Yogyakarta

⁵ Natalia Dwi Cantika. 2013. *Pengaruh Strategi Pemasaran Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Surabaya*. Jurnal Mahasiswa Unesa. Vol. 1, No. 1, 2013, Surabaya: Universitas Negeri Surabaya

	<i>Dalam Memilih Sekolah Madrasah Aliyah di Pulang Pisau</i> ⁶	preferensi siswa dalam menentukan pilihan sekolah MAN Pulang Pisau berturut-turut adalah faktor lokasi; pendapatan orang tua, lebih memilih MAN dari pada sekolah umum, biaya sekolah, fasilitas sekolah yang ada, dan sesuai keperluan. 2. Tidak terdapat hubungan yang positif antara preferensi siswa dalam memilih sekolah dengan jurusan yang berkualitas, pelayanan, reputasi sekolah dan pengaruh orang lain.	(biaya sekolah), sosial budaya (pengaruh orang tua), reputasi sekolah (citra sekolah)
7	Tito. 2013 <i>Pengaruh Karakteristik Sekolah, Kompetensi Keahlian, Citra SMK dan Kelas Sosial Orang Tua Dalam keputusan Peserta Didik Memilih Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Di kota Palangka Raya</i> ⁷	1. Variabel kompetensi keahlian dan citra SMK memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan peserta didik dalam	Variabel yang sama adalah citra dan sosial budaya (kelas sosial)

⁶ Langgeng Murdopo. 2013. *Analisis Preferensi Siswa Dalam Memilih Sekolah Madrasah Aliyah di Pulang Pisau*. JSM (Jurnal Sains Manajemen) ISSN : 2302-1411 Program Magister Sains Manajemen UNPAR Vol. I, No. 1, April 2013, Palangkaraya: UNPAR.

⁷ Tito. 2013. *Pengaruh Karakteristik Sekolah, Kompetensi Keahlian, Citra SMK dan Kelas Sosial Orang Tua Dalam keputusan Peserta Didik Memilih Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Di*

		<p>keputusan memilih SMK di kota Palangka Raya</p> <p>2. Variabel karakteristik sekolah dan kelas sosial orang tua tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan peserta didik dalam memilih melanjutkan pendidikan pada SMK di kota Palangka Raya</p>	
8	Winna Dharmayanti dan Sudji Munadi, 2014, jurnal berjudul <i>Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Siswa SMP masuk SMK di Kota Pontianak</i> ⁸	Informasi, sosialisasi tentang SMK mempengaruhi minat siswa. Informasi dan sosialisasi hendaknya dilakukan sejak SMP dan dilakukan oleh orangtua, guru dan masyarakat sekitar.	Ada kesamaan pada variabel promosi (sosialisasi ke siswa SMP)
9	Glendy Tangkilisan, Sem G. Oroh, Agus Supandi Soegoto. 2014. <i>Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa</i>	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan produk, harga, lokasi, promosi, orang,	Ada 2 variabel yang sama yaitu: promosi, harga

kota Palangka Raya. JSM (Jurnal Sains Manajemen) ISSN : 2302-1411 Program Magister Sains Manajemen , Vol. 1, No.1, April 2013, Palangkaraya: UNPAR.

⁸ Winna Dharmayanti dan Shudji Munadi. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Siswa SMP Masuk SMK Di Kota Pontianak*. Jurnal Pendidikan Vokasi. Vol 4, Nomor 3, November 2014, Pontianak: IKIP PGRI Pontianak

	<i>Dalam Memilih Sekolah Di SMK N 1 Manado</i> ⁹	sarana, dan proses berpengaruh terhadap keputusan siswa, dimana pengaruh tersebut positif dan signifikan. Secara parsial produk dan people memiliki pengaruh positif dan signifikan, dan harga, lokasi, promosi, sarana, proses, mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan siswa	
10	Nuning Kristiani. 2016. <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Siswa Memilih SD Kesatriyan Surakarta.</i> ¹⁰	Berdasar hasil analisis data menggunakan uji parsial (uji t), maka hasilnya sebagai berikut: variabel promosi, pelayanan, status akreditasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih SD Kesatriyan Sedangkan variabel produk, biaya, dan lokasi yang juga	Persamaannya ada variabel biaya dan promosi, citra (pelayanan)

⁹ Glendy Tangkilisan, Sem G. Oroh, Agus Supandi Soegoto. 2014. *Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Di SMK N 1 MANADO*. Jurnal EMBA 269 Vol.2 No.4 Desember 2014, Manado: Universitas Sam Ratulangi

¹⁰ Nuning Kristiani. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Siswa Memilih SD Kesatriyan Surakarta*. Jurnal Manajemen Maranatha, vol. 16, no. 1, Novemembr 2016, Surakarta: Universitas Kristen Maranatha, hlm 113 – 116.

		ketiganya merupakan bagian dari bauran pendidikan tidak terbukti berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih SD Kesatriyan	
11	Putu Ngurah Arya Darma Sugiarta . 2015. <i>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Siswa Dalam Memilih SMP Laboratorium UNDIKSHA Singaraja</i> ¹¹	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Siswa SMP Laboratorium Undiksha di daerah Singaraja adalah (1) produk sebesar 39,204%, (2) harga sebesar 18,573%, (3) tempat sebesar 16,100%, (4) promosi sebesar 10,025%, (5) orang sebesar 7,218%, (6) bukti fisik sebesar 5,814%, (7) proses sebesar 3,067%. Faktor yang paling dominan mempengaruhi preferensi siswa SMP Laboratorium Undiksha adalah produk karena memiliki varianced explained paling tinggi yaitu sebesar 39,204%, artinya bahwa produk mampu mempengaruhi	Varibel yang sama adalah promsi dan harga

¹¹Putu Ngurah Arya Darma Sugiarta. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Siswa Dalam Memilih SMP Laboratorium UNDIKSHA Singaraja*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, vol. 5, no. 1, 2015, Bali: Universitas Pendidikan Ganesha, hlm 9.

		preferensi siswa SMP Laboratorium Undiksha sebesar 39,204%	
12	Andi Sessu. 2013. <i>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prefensi Siswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi</i> ¹²	Faktor yang mempengaruhi preferensi siswa SMA Negeri Kota Jakarta dalam memilih perguruan tinggi mulai dari yang paling tinggi adalah reputasi perguruan tinggi, biaya kuliah, kelengkapan fasilitas perkuliahan, biaya kuliah, kualitas tenaga pengajar, kedekatan lokasi kampus dengan tempat tinggal orang tua, program studi yang ditawarkan, lokasi kampus yang strategis dan program studi yang ditawarkan	Ada 2 variabel yang sama yaitu: reputasi (citra), biaya (harga),
13	Sri Maryati. 2009. <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan</i>	Faktor sekolah mempunyai sekolah mempunyai pengaruh paling besar kemudian diikuti oleh faktor lokasi dan paling kecil	Ada variabel yang sama yaitu sosial budaya (pendapatan orang tua)

¹² Andi Sessu. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prefensi Siswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi*, Jurnal Manajemen Bisnis, no. 5, vol. 3, September 2013, Jakarta: Uhamka.

	<i>Negeri (SMK N) Di Kota Semarang</i> ¹³	pengaruhnya adalah faktor ekonomi . Sementara berdasarkan hasil analisis statistik Croostab, diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara Preferensi Pemilihan Sekolah dengan Kondisi Ekonomi. Dengan hasil penelitian ini perlu adanya peningkatan mutu pengajaran serta ketersediaan sarana prasarana SMKN di Kota Semarang sehingga meningkatkan minat dan preferensi masyarakat untuk sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri	
14	Junaidi. 2015. <i>Persepsi Masyarakat Untuk Memilih Dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)</i> ¹⁴	Faktor religious dan pemahaman menjadi penentu masyarakat muslim untuk memilih bank syariah. Sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi adalah pelayanan dan fasilitas.	Persamaan pada faktor religiusitas (pemahaman tentang perbankan syariah)

¹³ Sri Maryati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMK N) Di Kota Semarang”, Tesis, Semarang: Universitas Diponegoro, 2009, hlm.113 – 116.

¹⁴ Junaidi. 2015. *Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)*. Jurnal Fokus Bisnis, Vol. 14, No. 02, Desember 2015, Paloppo: STIE Muhammadiyah Paloppo

15	Ni Putu Dyah Krismawintari. 2016. <i>Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah (Studi Pada SMPK 1 Harapan Denpasar)</i> ¹⁵	<p>Terdapat 7 faktor yang terdiri atas :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SDM yang memiliki kompetensi dan softskill 2. citra sekolah, proses pendidikan yang berkualitas dan kebersihan toilet, 3. sarana pembelajaran yang memadai 4. biaya yang terjangkau, 5. prasarana yang memadai 6. relationship terhadap masyarakat dan lingkungan dan 7. kemudahan akses 	Ada 2 variabel yang sama yaitu: biaya dan citra
----	---	--	---

Penelitian yang dilakukan adalah meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi siswa dalam memilih paket keahlian perbankan syariah di SMK Negeri 1 Bantul dengan variabel: harga, citra dan kualitas, pemahaman terhadap perbankan syariah, promosi, dan sosial budaya.

¹⁵ Ni Putu Dyah Krismawintari. 2016. *Mengenai Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah (Studi Pada SMPK 1 Harapan Denpasar)*, Jurnal Pendidikan Ekonomi , Vol.10, No.2. Februari 2016, Bali: Universitas Pendidikan Ganesha.

B. Kerangka Teori

1. Pengertian Preferensi

Preferensi berasal dari bahasa Inggris "*Preference*" yang berarti sesuatu yang lebih diminati, suatu pilihan utama, merupakan kebutuhan prioritas. Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada¹⁶. Menurut Marwan preferensi pelanggan adalah sikap pelanggan yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian.¹⁷

Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁸ Ada empat prinsip pilihan rasional terkait preferensi yaitu:

- 1). Kelengkapan (completeness) jika A dan B merupakan dua kondisi yang harus dipilih, maka setiap orang harus bisa memilih apakah:
 - a) A lebih disukai daripada B, b) B lebih disukai daripada A, atau

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Cet Ke-10* (Jakarta: Prehalindo, , 2000), hlm. 154

¹⁷ Asri Marwan, *Marketing. Cetakan Kedua*, (Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada, 1990), hlm. 12

¹⁸ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan, Surabaya, Usana Offsetprinting, 1994*), h . 62

c) A dan B sama-sama disukai. Dengan dasar ini diasumsikan siapapun yang melakukan pilihan tidak akan ragu-ragu.

2). Transitivitas (transitivity), disini orang tidak bisa melakukan artikulasi terhadap preferensi yang saling bertentangan. Misal ia mengatakan A lebih disukai dari B, B lebih disukai dari C, maka ia harus menyukai A daripada C

3). Kontinuitas (*Continuity*)

Jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B, ini berarti segala kondisi di bawah A tersebut disukai daripada kondisi di bawah pilihan B.

4). Lebih Banyak Lebih Baik (The More Is The Better) Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat, jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Sehingga konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang akan didapat.¹⁹

Preferensi adalah pilihan, kecenderungan, kesukaan atau hal yang untuk didahulukan, diprioritaskan, dan diutamakan daripada yang lain²⁰. Jadi preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih penggunaan barang tertentu untuk dapat dirasakan dan dinikmati sehingga dapat mencapai kepuasan dari pemakaian produk,

¹⁹ Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Kencana), hlm 110

²⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2006)

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa preferensi adalah gambaran-gambaran dari nilai-nilai terbaik yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Selain itu, preferensi juga mampu membentuk sebuah perilaku yang lebih mengarah pada sikap atau respon atas sebuah produk. Hutagalung sebagaimana dikutip oleh Yulinda Rahayu, Ima Amaliah, dan Westi Riani dalam penelitiannya, menyebutkan bahwa, “terjadinya preferensi yang disebabkan karena beberapa faktor” di antaranya²¹:

1) Kebutuhan

Preferensi seseorang terhadap suatu objek tertentu timbul karena harapannya bahwa objek tersebut dapat memberikan sesuatu yang dibutuhkan.

2) Pengetahuan

Preferensi seseorang terhadap suatu objek yang telah dikenal serta diketahui dengan jelas cenderung lebih mudah timbul.

3) Pengalaman

Kesan tertentu yang diperoleh melalui pengalaman, merupakan faktor yang menentukan terbentuknya preferensi.

Menurut Kotler sebagaimana dikutip oleh Yulinda Rahayu, Ima Amaliah, dan Westi Riani dalam penelitiannya, menyebutkan bahwa,

²¹Yulinda Rahayu, Ima Amaliah, dan Westi Riani, Jurnal. *Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Bandung dalam Menggunakan Akad Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah di Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: Universitas Islam Bandung, 2015).

“faktor yang mempengaruhi preferensi seseorang terhadap produk yaitu harga.

2. Pengertian Preferensi Dalam Islam

Dalam perkembangannya, preferensi seseorang terhadap suatu barang atau jasa sangat beragam, di mana sangat dipengaruhi oleh tingkat keyakinan dan pemahaman penggunaanya. Preferensi seorang muslim akan sangat jauh berbeda dengan preferensi seorang non Muslim. Islam memperkenalkan konsep halal dan haram dalam sistem ekonomi-nya. Konsep ini memegang peranan penting dalam wilayah produksi maupun konsumsi²².

Dalam Islam , empat pilihan rasional konsumen dalam memilih suatu produk belum cukup, karena masih ada beberapa prinsip yang diperbaiki dan ditambah, yaitu:²³

- a. Barang dan jasa terbut harus halal dan toyib
- b. Kegunaan dan kemanfaatan barang yang dikonsumsi artinya harus lebih memberi manfaat bagi dirinya dan orang lain
- c. Kualitas dan kuantitas produk tidak berlebihan, tetapi juga tidak terlalu sedikit.

²² Muhammad Syarif Chaundry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 9.

²³ Madnasir dan Khoirudin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Seksi Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2012, h. 85

Dalam ekonomi Islam, segala preferensi kita terhadap suatu hal harus mengarah kepada nilai-nilai kebajikan. Nilai kebajikan dalam ekonomi Islam bersumber pada Al Quran dan sunah. Sehingga kebajikan dalam ekonomi Islam menjadi dasar dari pandangan masyarakat dalam beraktifitas perekonomian. Harapannya nilai-nilai dasar dalam ekonomi Islam tersebut menjiwai masyarakat dalam melakukan aktivitas sosial ekonominya

Preferensi dalam Islam di sini dikaitkan dengan teori konsumsi dalam Islam, karena dalam preferensi dasarnya adalah teori perilaku konsumen. Sebuah mekanisme yang tanpa disadari, bermacam-macam komoditi dan jasa yang tersedia, tetapi manusia berhasil untuk memilih rangkaian komoditi dan jasa tersebut. Ketika membuat pilihan manusia akan menentukan nilai relatif dari komoditas yang bermacam-macam tersebut. Konsumsi yang Islam selalu berpedoman pada ajaran Islam. Allah dan Rasul mengantar manusia untuk dapat memelihara hartanya, tidak memboroskan sehingga habis, tetapi pada saat yang sama tidak menahannya sama sekali sehingga mengorbankan kepentingan pribadi, keluarga, atau siapa pun yang butuh. Memelihara sesuatu yang baik (termasuk harta), sehingga selalu tersedia dan berkelanjutan merupakan perintah agama²⁴

²⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, Vol. 7 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 151-152

2. Pengertian dan Karakteristik Jasa Pendidikan

Kotler, mengemukakan pengertian tentang jasa adalah *a service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product*, dengan demikian jasa dapat dimaknai setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak lainnya yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan²⁵.

Definisi jasa menurut Stanton, adalah *service are identifiable, intangible activities that are the main object of a transaction designed to provide want-satisfaction to customers*. Dapat diartikan bahwa jasa diidentifikasi sebagai kegiatan tidak berwujud yang merupakan obyek utama dari transaksi yang dirancang untuk menyediakan keinginan atau kepuasan kepada pelanggan²⁶.

Dari pendapat lain, ada yang mengungkapkan bahwa jasa mengandung delapan karakteristik, yaitu:

- a. Jasa tidak dapat disimpan dan dikonsumsi pada saat dihasilkan;
- b. Jasa tergantung pada waktu

²⁵ Kotler & Gery Armstrong, *Marketing an Introduction*, Third Edition, (New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 2003), hlm. 428.

²⁶ Stanton, William J, *Fundamentals of Marketing*, 10 Edition, (Singapore: Mc Graw-Hill International, 2002), halm. 537.

- c. Jasa bergantung pada tempat
- d. Konsumen merupakan bagian integral dari proses produksi jasa;
- e. Setiap orang atau apapun yang berhubungan dengan konsumen mempunyai andil dalam memberikan peranan;
- f. Perubahan pada konsep kemanfaatan;
- g. Karyawan penghubung merupakan bagian dari proses produksi jasa;
- h. Kualitas jasa tidak dapat diperbaiki pada saat proses produksi karena produksi jasa terjadi secara real time.²⁷

Dalam dunia pendidikan produk yang ditawarkan kepada konsumen adalah reputasi lembaga, variasi pilihan produk lembaga, dan prospek setelah siswa lulus. Sekolah yang baik akan menawarkan reputasi dan prestasi yang dicapai sekolah maupun siswanya, semakin banyak deretan prestasi maka reputasi akan semakin naik. Demikian juga semakin banyak variasi pilihan yang disediakan pihak sekolah, maka masyarakat akan terbantu dalam pemilihan alternatif sekolah. Variasi dalam hal pengembangan akademik maupun non akademik siswa. Termasuk pilihan jurusan yang ada di sekolah. Prospek lulusan akan sangat menarik minat masyarakat untuk memilih sekolah, jika

²⁷Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen cetakan pertama. (Bandung : CV. Alfabeta, 2005), hlm 31.

SMK semakin banyak yang bekerja setelah lulus, maka prospeknya semakin bagus.

Produk dari sekolah adalah jasa pendidikan yang dapat dirinci sebagai berikut:²⁸

a. Jasa kurikuler

Kurikulum, silabus, RPP, media pembelajaran, maupun evaluasi pendidikan

b. Jasa penelitian

Berbagai penelitian dan pengembangan yang bisa digunakan untuk meningkatkan kemampuan guru melakukan penelitian maupun membaca hasil penelitian

c. Jasa ekstrakurikuler

Pelayanan jasa di luar kegiatan akademik seperti kesenian, olahraga, ketrampilan dan sebagainya

d. Jasa pengembangan kehidupan masyarakat

Meningkatkan kemampuan siswa untuk berkembang di masyarakat, seperti observasi tempat ibadah, tempat sosial (panti asuhan), bakti sosial.

²⁸ Buchari Alma & Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2009) , hlm. 227-228

e. Jasa administrasi/ketatausahaan

Layanan berbagai kepentingan yang sifatnya administratif seperti surat keterangan bagi siswa

f. Jasa layanan khusus

Contohnya layanan bimbingan konseling, perpustakaan, UKS dan sebagainya.

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat yang tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan. Pendidikan merupakan salah satu produk dari jasa.

Ada empat karakteristik jasa menurut Kotler dan Armstrong, dapat diidentifikasi yaitu :

a. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa sangat berbeda dengan hasil produksi perusahaan. Jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, dicium sebelum jasa itu dibeli atau dimiliki. Benda atau barang yang kita beli atau dimiliki yang di gunakan sehari-hari merupakan sebuah objek, sebuah alat atau sebuah benda, sedangkan jasa merupakan perbuatan, penampilan atau sebuah usaha.

Jika kita membeli barang maka barang tersebut dipakai atau ditempatkan di suatu tempat. Tetapi jika membeli jasa, maka jasa tersebut tidak ada wujudnya. Bila kita membeli jasa, maka tidak akan memperoleh tambahan benda yang dapat dibawa ke rumah, tetapi penampilan jasa diwakili oleh wujud tertentu.

b. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Secara umum, jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama. Beda dengan barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan lewat berbagai penjualan dan baru kemudian dikonsumsi.

Jasa biasanya dijual dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara serentak. Sebagai contoh jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan penerbangan. Setelah calon penumpang membeli tiket, kemudian berangkat dan duduk dalam kabin pesawat. Setelah itu pesawat terbang ke tempat tujuannya, pada saat penumpang duduk dalam kabin pesawat itulah, jasa diproduksi.

c. Keberagaman (*Variability*)

Jasa yang dijual maupun yang disediakan sangat bervariasi. Semua tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu dilakukan. Sebagai contoh jasa yang diberikan oleh sebuah maskapai penerbangan. Maskapai penerbangan yang melayani rute terbang jarak pendek dengan maskapai penerbangan

yang melayani rute terbang yang panjang jasa yang diberikan akan sangat berbeda.

d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan. Sebagai contoh seorang calon penumpang yang telah membeli tiket pesawat untuk suatu tujuan tertentu, walaupun dia tidak jadi berangkat tetap dikenakan biaya administrasi.

Tidak tahan lamanya jasa tidak akan menimbulkan masalah bila permintaan tetap. Tetapi jika permintaan berubah-ubah, maka perusahaan jasa menghadapi masalah yang lebih rumit. Sebagai contoh, perusahaan maskapai penerbangan pada musim-musim puncak seperti liburan sekolah, tahun baru, musim haji atau hari raya, harus mempersiapkan armada pesawat lebih, berbeda dari permintaan dan penyediaan pesawat pada sepanjang bulan-bulan biasanya²⁹.

Pendidikan merupakan produk yang berupa jasa, yang mempunyai karakteristik sebagai berikut: Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud (*more intangible than tangible*). Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*). Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standardized and uniform*), karena bahan baku

²⁹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Vol 2, Edisi Ketujuh, Terjemahan, (Jakarta : Lembaga Penerbit FE-UI, 1999) Hal : 14

yang digunakan untuk menghasilkan jasa adalah orang. Orang memiliki ciri khas berbeda antara satu dengan yang lainnya. Sehingga dapat dipastikan bahwa pelayanan jasa pendidikan antara satu dengan yang lainnya berbeda.

Produk jasa pendidikan hanya bisa dikonsumsi oleh konsumen, pada saat proses produksi berlangsung. Sementara, produk barang dan jasa lain, selain pendidikan, yang terlihat secara fisik biasanya diproduksi di pabrik atau di tempat-tempat tertentu, kemudian didistribusikan oleh distributor ke toko dan baru bisa dikonsumsi oleh konsumen. Pada bidang jasa pendidikan, faktor penyedia jasa pendidikan (orang) langsung berperan dalam proses produksi jasa tersebut.

Berdasarkan karakteristik tersebut, maka jasa pendidikan akan diterima setelah melakukan interaksi dengan penghubung yang sangat dipengaruhi oleh siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

Hal tersebut menjelaskan bahwa keberhasilan pendidikan sangat ditentukan oleh siapa, kapan, dan proses tersebut terlaksana. **Siapa**, berarti tenaga pendidik dan kependidikan, artinya semakin tinggi kualitas dari penyampai pendidikan, maka proses pendidikan tersebut akan semakin tinggi pula kualitasnya. **Dimana**, berarti lokasi jasa pendidikan tersebut disampaikan. Hal ini berarti

lingkungan yang kondusif akan mempengaruhi tingginya kualitas proses pendidikan. **Kapan**, berarti waktu yang paling tepat digunakan untuk melaksanakan, sehingga proses tersebut berkualitas.

3. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan

Di dalam konsep pemasaran, orientasinya tidak asal barang habis tanpa memperhatikan sesudahnya, tetapi lebih berorientasi jangka panjang dengan menekankan pada kepuasan konsumen. Di dalam pemasaran itu sendiri ada suatu usaha bagaimana memuaskan, memenuhi kebutuhan *needs and wants* dari konsumen. *Needs* adalah kebutuhan yang dirasakan kurang atau belum dimiliki oleh konsumen dan harus segera dipenuhi, sedangkan *wants* adalah keinginan terhadap suatu kebutuhan yang sudah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti daya beli, pendidikan, agama, keyakinan, dan family.

Penerapan pemasaran harus lebih dahulu memperbaiki pondasi-pondasi pemasaran yaitu: memperhatikan pada kualitas yang ditawarkan dan juga jeli melihat segmentasi dan penentuan sasaran.

Pengertian mengenai pemasaran jasa pendidikan, menurut beberapa ahli diantaranya adalah: Kotler mengemukakan bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu proses sosial dan manajerial, baik oleh individu atau kelompok, untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh lembaga pendidikan melalui

penciptaan penawaran dengan pihak lain³⁰. Secara khusus dalam marketing pendidikan John R. Silber dalam Buchari, menyatakan bahwa *in another sense, marketing ethics deal with avoiding the dubiously legitimized dishonesties of some commercial advertising and we should hope that institutions are supplied with the qualities of intellect and characters as well*³¹.

Etika marketing dalam dunia pendidikan bisa diartikan sebagai kegiatan menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu dikarenakan pendidikan itu sifatnya lebih kompleks dan dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikannya mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga Negara, serta generasi penerus ilmuwan di kemudian hari.

Secara umum istilah marketing sering dibagi menjadi dua yaitu marketing pada “*profit organization*” dan marketing pada “*non profit organization*”. Lembaga pendidikan termasuk dalam *non profit organization*. Lembaga pendidikan adalah sebuah lembaga yang bertujuan memberi pelayanan kepada konsumen, terdiri dari murid, mahasiswa dan juga masyarakat umum yang dikenal sebagai “*stakeholder*”. Pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari

³⁰Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Principle of Marketing*, Fourteenth Edition. (England: Pearson Education Limited, 2012). Hlm. 8.

³¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 53

layanan tersebut, karena mereka sudah membayar kepada lembaga pendidikan.

Landasan yang harus dipegang, dalam membangun lembaga pendidikan, pertama landasan epistemologis. Lembaga pendidikan harus berusaha untuk mengerti dunia sekelilingnya, memikirkan sedalam-dalamnya masalah yang ada di masyarakat. Dengan demikian tujuan pendidikan tidak dapat dibelokkan atau digeser oleh berbagai pertimbangan dan kebijakan yang menyimpang, tetapi harus berpegang teguh pada kebenaran. Landasan kedua adalah landasan politik. Lembaga pendidikan harus memikirkan kehidupan praktis yang berguna bagi masa depan bangsa. Kondisi masyarakat kita begitu kompleks sehingga banyak masalah pemerintahan, industri, pertanian, perbankan, tenaga kerja, bahan baku dan sebagainya yang perlu untuk dipecahkan oleh tenaga ahli. Tenaga ahli inilah yang nantinya harus dicetak oleh lembaga pendidikan, sehingga lulusan menjadi lulusan yang bermutu, berpegang kepada kebenaran sekaligus sanggup menyelesaikan berbagai persoalan yang ada di masyarakat.

Secara teoritis ada tiga komponen dasar dalam penerapan pemasaran pendidikan, yaitu: (1) *integrated marketing*, (2) *create customersatisfaction*, dan (3) *a profit*. Ada empat faktor yang harus dikelola dalam penerapan pemasaran pendidikan : (1) *customer-impinging resources*, (2) *policies*, (3) *activities* dan (4) *market*

segmentation, keempat faktor tersebut akan memberikan referensi bagi pemakai jasa produk untuk menentukan pilihan jasa produk yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan tersebut.

Secara khusus, pemasaran memiliki empat aktivitas yaitu *analysis, organization, planning* dan *control*. Jadi marketing jasa pendidikan dapat diartikan sebagai kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan.

4. Konsep Strategi Pemasaran Pendidikan

Buzzel dan Gale sebagaimana dikutip oleh Panji Anoraga mendefinisikan strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumberdaya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah³² Strategi menurut Setiawan Hari Purnomo sebenarnya berasal dari bahasa Yunani “strategos” diambil dari kata stratos yang berarti militer dan Ag yang berarti memimpin. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai *general ship* yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para

³² Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2004), hal. 339

jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.³³

Beberapa pendapat ahli tentang pemasaran, **Menurut William J. Stanton** Pengertian pemasaran ialah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. **Menurut Basu Dan Hani** Pengertian pemasaran ialah system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial³⁴

Secara umum konsep strategi pemasaran pendidikan mencakup 7 hal pokok, yaitu:³⁵

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan sekumpulan nilai kepuasan yang kompleks. Nilai sebuah produk ditentukan oleh pembeli berdasar seberapa manfaat yang di dapat dari produk tersebut.

³³ Setiawan Hari Purnomo, *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996), hlm. 8

³⁴ Tim Dosen Pendidikan. "Definisi dan Pengertian Pemasaran menurut Para Ahli", dikutip dari <http://www.dosenpendidikan.com/definisi-dan-pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/> diakses tanggal Selasa 2 Januari 2018 jam 14.55 WIB.

³⁵ Ratih Hurriyati. *Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen*. (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 48

Apa wujud dari produk itu. Produk adalah segala hal yang ditawarkan produsen untuk dilihat, diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan, atau digunakan sebagai pemenuhan konsumsi.

b. Harga (*Price*)

Keputusan untuk menetapkan harga produk, harus memperhatikan berbagai hal. Hal yang utama dalam penentuan tarif adalah penentuan tariff harus disesuaikan dengan strategi pemasaran secara umum.

Salah satu strategi yang sekarang dikembangkan oleh beberapa perguruan tinggi adalah *skimming price*. *Skimming price* adalah menetapkan tariff yang tinggi pada awal dipasarkan, tetapi konsumen diberi jaminan bahwa produk yang mereka hasilkan mempunyai kualitas yang tinggi dan dijamin tidak mengecewakan.

c. Tempat (*Place*)

Para lembaga pendidikan maupun para siswa menyatakan bahwa lokasi lembaga yang mudah dicapai kendaraan umum, ada fasilitas transportasi umum, atau fasilitas transportasi yang disediakan lembaga akan memberi pertimbangan dalam menentukan keputusan memilih sebuah lembaga. Salah satu contoh adalah letak lembaga yang ada di dekat kota, mesti akan banyak dicari orang, karena letaknya yang strategis.

James dan Phillips mengategorikan unsur-unsur saluran distribusi jasa pendidikan menjadi tiga bagian, sebagai berikut:

- 1) Penampilan (appearance) jasa pendidikan, yaitu seberapa efektif penampilan dan lokasi sekolah;
- 2) Pelanggan dan pengunjung (customers and their visitors) jasa pendidikan, dimana kultur jasa pendidikan yang berorientasi pada pelanggan jasa pendidikan harus memperhatikan pelanggan jasa pendidikan
- 3). Hubungan mula-mula dan aksesibilitas (first contact and accessibility) jasa pendidikan, yang berkaitan dengan cara individu berhubungan dengan sekolah dan kemudahan menjalin hubungan dengan sekolah.³⁶

d. Promosi (*Promotion*)

Suatu upaya untuk menyebarkan informasi, mengajak atau mempengaruhi, mengingatkan pasar akan suatu produk dengan harapan agar konsumen bersedia menerima, membeli, atau loyal pada produk tersebut. Dalam promosi, aspek yang harus dipertimbangkan adalah bentuk komunikasi khususnya iklan (advertising), penjualan personal (personal selling), promosi penjualan (sales promotion) dan publisitas (publicity).

³⁶ David Wijaya. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 131.

e. Orang (*People*)

Yang dimaksud orang di sini adalah semua orang yang terlibat dalam penyajian jasa, sehingga mampu mempengaruhi persepsi pembeli.

Faktor-faktor yang menjadi preferensi dalam memilih sekolah berkaitan dengan tenaga pengajar adalah:

- 1) Kompetensi pedagogik, yaitu:
 - a) Kemampuan memahami dengan ciri-ciri siswa yang tumbuh dan berkembang terus-menerus.
 - b) Memahami potensi-potensi siswa dan cara membantu mengembangkan dengan serasi, seimbang, dan total.
 - c) Memahami teori belajar termasuk didalamnya bagaimana proses belajar itu terjadi dan bagaimana setiap siswa memiliki karakteristik yang tidak sama.
 - d) Menguasai berbagai model dan strategi pembelajaran sehingga siswa betul-betul belajar dengan efektif dan kreatif.
 - e) Menguasai cara-cara menerapkan isi dalam proses pembelajaran sehingga proses pembelajaran berjalan dengan efektif.
 - f) Menguasai Bahasa Indonesia yang baik dan benar yang dipergunakan sebagai *medium of instruction* yang efektif.

- g) Menguasai bagaimana pendekatan pedagogik dalam setiap menghadapi permasalahan pembelajaran yang melibatkan siswa.
 - h) Menguasai bagaimana merancang proses belajar mengajar yang komprehensif yang mencakup berbagai unsur yang diperlukan dalam suatu proses pembelajaran yang produktif.
 - i) Menguasai bagaimana menilai kemajuan belajar siswa secara total.
 - j) Menguasai bagaimana membimbing siswa bila menghadapi persoalan dalam pembelajaran.
 - k) Menguasai prinsip dan proses bagaimana mengelola proses belajar mengajar termasuk mengelola kelas sehingga tercipta suasana belajar yang kondusif dan hidup serta memungkinkan terjadinya dan tumbuhnya kreativitas siswa dalam pembelajaran.
- 2) Bidang Kepribadian, meliputi komitmen dan kemauan tinggi dalam melakukan tugasnya sebagai guru profesional; memiliki rasa kasih sayang kepada siswa tanpa membedakan; memiliki rasa tanggung jawab yang kokoh dalam melaksanakan fungsinya sebagai guru; dan berakhlak mulia.

3) Bidang Profesional, meliputi:

- a) Menguasai substansi atau materi atau isi mata pelajaran yang menjadi bidang keahliannya.
- b) Menguasai peralatan mengajar dan sumber daya mengajar yang diperlukan dalam proses belajar mengajar.
- c) Menguasai bagaimana mengolah sumber daya mengajar dari lingkungan hidup sehingga dapat dipergunakan untuk mendukung proses pembelajaran.
- d) Menguasai bagaimana menyusun rencana pembelajaran, seperti mengemas isi materi, media teknologi, dan nilai dalam setiap proses pembelajaran.

4) Bidang Sosial, meliputi:

- a) Memahami berbagai faktor yang berpengaruh dalam menciptakan lingkungan belajar yang mendukung proses pembelajaran.
- b) Mengerti berbagai faktor sosial-kultural dan ekonomi yang berpengaruh terhadap proses pendidikan siswa.
- c) Memahami pentingnya hubungan antara sekolah dengan orangtua dan tokoh masyarakat yang berpengaruh terhadap proses pendidikan siswa di sekolah secara langsung maupun tidak langsung.

- d) Mengerti nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku dan dijunjung tinggi oleh masyarakat yang merupakan pegangan hidup, yang memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan watak dan kepribadian siswa.
- e) Memahami pendekatan-pendekatan yang diterapkan di sekolah untuk menarik peran serta masyarakat dalam pendidikan siswa sesuai dengan kapasitas dan fungsi mereka.
- f) Menguasai dan memahami perubahan-perubahan akibat dampak globalisasi yang mempengaruhi keseluruhan aspek dan bagaimana mengendalikan perubahan tersebut agar tidak terjadi pengaruh negatif terhadap proses pertumbuhan dan perkembangan siswa.

f. Sarana fisik (Physical Evidence)

Sarana fisik merupakan saran dan prasarana yang mendukung proses menghasilkan produk sehingga konsumen beredia untuk membeli dan meggunakan produk tersebut. Unsur-unsur dalam sarana fisik antara lain lingkungan fisik termasuk di dalamnya adalah bangunan, perlengkapan, letak geografis, keterjangkauan serta barang-barang lain yang dijadikan satu dengan service yang diberikan seperti tiket, smpul, label, dan sebagainya.

g. Proses (*Process*)

Layanan jasa ataupun kualitas produk sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (*quality assurance*), seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompetensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi siswa

a. Harga

Menurut Philip Kotler dan A.B Susanto, harga merupakan satu satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu bauran pemasaran yang paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi.³⁷

Pendapat lain tentang harga, diungkapkan oleh Ridwan Iskandar Sudayat. Beliau menyatakan bahwa harga suatu barang adalah tingkat pertukaran barang itu dengan barang lain. Sebagaimana diketahui bahwa, salah satu tugas pokok ekonomi adalah menjelaskan alasan barang-barang mempunyai harga serta alasan barang yang mahal dan murah. Contoh yang umum, gaji dan upah adalah harga jasa bagi seorang

³⁷ Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*, terj. Ancella Anitawati Hermawan, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 63

yang bekerja. Bunga adalah harga meminjam atau menggunakan uang di bank. Pajak adalah ahrga jasa pemerintah bagi warga negara. Beberapa sebutan lain untuk harga adalah uang sewa, tiket, tol, honorarium, SPP, dan sebagainya.³⁸

Harga merupakan kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang transaksi jual beli barang atau jasa, dan kedua belah pihak meridhai kesepakatan tersebut. Dalam akadnya kedua belah pihak harus merelakan harga tersebut, baik lebih sedikit, lebih banyak, atau sama dengan nilai barang atau asa yang ditawarkan pihak penjual kepada pihak pembeli. Besar kecilnya harga ditentukan oleh permintaan produk/jasa oleh para pembeli dan pemasaran produk/jasa dari para pengusaha/pedagang

Dalam menafsirkan konsep tentang harga tentu mempunyai banyak penafsiran, Kotler dalam penefsiran tentang harga mengatakan harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, sementara elemen yang lain mendapatkan biaya. Harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (Price, Product, Place dan Promotion). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (income), adapun adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu Product (produk), Place (tempat/saluran) dan Promotion (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha/badan usaha.³⁹

³⁸ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), hlm. 61-63

³⁹ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 67

Menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, bahwa istilah harga dalam bisnis jasa bisa ditemui dengan berbagai sebutan. Universitas atau perguruan tinggi menggunakan SPP (tuition), konsultan profesional menggunakan istilah fee, bank menggunakan istilah service charge, jasa jalan tol atau jasa angkutan menggunakan istilah tarif, pialang menggunakan istilah komisi, apartemen menggunakan istilah sewa, asuransi menggunakan istilah premi, dan sebagainya.⁴⁰

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang

⁴⁰ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), hlm. 98

sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.⁴¹

Faktor-faktor yang selalu diperhatikan dalam penetapan harga adalah:⁴²

- a. Permintaan produk
- b. Target pangsa pasar
- c. Reaksi pesaing
- d. Penggunaan strategi penetapan harga: penentrasi atau saringan
- e. Bagian lain dari bauran pemasaran seperti produk, saluran distribusi, dan promosi
- f. Biaya untuk memproduksi atau untuk membeli produk.

Islam memberikan kebebasan dalam harga, yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam. Selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridai oleh kedua pihak yang akad.⁴³ Sedang menurut Ibnu Taimiyah ”Harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran.”⁴⁴

⁴¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta : Penerbit Andi Offset, 2000), hal 154

⁴² William J. Stanton, *Prinsip Manajemen* Edisi Ketujuh Jilid 1, terj. Yohanes Lamarto, (Erlangga, Jakarta, 1985), hlm 315

⁴³ Rachmat Syafei, MA. *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm. 87

⁴⁴ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm 224

Dari definisi tersebut jelaslah bahwa yang menentukan harga adalah permintaan produk/jasa oleh para pembeli dan pemasaran produk/jasa dari para pengusaha/pedagang, oleh karena jumlah pembeli adalah banyak, maka permintaan tersebut dinamakan permintaan pasar. Adapun penawaran pasar terdiri dari pasar monopoli, duopoli, oligopoli, dan persaingan sempurna. Adapun bentuk penawaran pasar, tidak dilarang oleh agama Islam selama tidak berlaku zalim terhadap para konsumen. Jadi harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang mana para pembeli memberikan ridha dan para penjual juga memberikan ridha. Jadi para pembeli dan para penjual masing masing meridhai. Titik keseimbangan yang merupakan kesepakatan tersebut dinamakan dengan harga.

b. Citra dan kualitas

Citra lembaga merupakan kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Citra lembaga sangat diperlukan dalam meningkatkan loyalitas nasabah karena citra salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Citra dengan sengaja harus diciptakan agar menghasilkan nilai positif bagi sebuah lembaga⁴⁵.

Hal positif untuk meningkatkan citra perusahaan dapat dilakukan melalui pelayanan, keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan. Dengan

⁴⁵Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, Dasar-dasar Public Relations. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007, hlm 113

demikian, citra suatu lembaga merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif. Semakin meningkat kualitas lembaga, maka citra lembaga juga akan semakin tinggi.

Menurut Shirley Harrison sebagaimana yang dikutip Dewa Ayu Putu Eka Kardani terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi citra perusahaan yaitu : ⁴⁶

- a. Kepribadian (Personality) Merupakan keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
- b. Reputasi (Reputation) Merupakan hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
- c. Nilai (Value) Merupakan nilai- nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
- d. Identitas Perusahaan (Corporate Identity) Merupakan komponen - komponen yang mempermudah pengenalan public sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan.

⁴⁶ Dewa Ayu Putu Eka Kardani dan Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat, *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. BPR. Jaya Kerti Mengwi Badung*, dikutip dari <https://media.neliti.com/media/publications/101346-ID-pengaruh-citra-perusahaan-terhadap-loyal.pdf>, diakses pada hari Senin 20 November 2017 jam 10.02 WIB.

Kata pencitraan awalnya hanya dikenal di dunia perusahaan industri, khususnya yang berkaitan dengan produk. Dalam perkembangannya pencitraan merambah pada bidang lain, salah satunya di bidang pendidikan. Faktor globalisasi menjadikan banyak istilah yang tadinya hanya khusus pada salah satu bidang, bergeser ke bidang lainnya, salah satu contohnya adalah istilah citra. Bedanya adalah pada dunia industri hasilnya berupa sebuah produk benda sedangkan pada pendidikan berupa lulusan siswa.

Lembaga pendidikan yang dicitrakan sebagai lembaga pendidikan yang memiliki kualitas pencitraan memberikan ciri-ciri sebagai berikut: (1) Memiliki budaya disiplin yang kuat, (2) Memiliki kurikulum yang relevan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi modern, (3) Memiliki komunitas yang selalu menciptakan cara-cara atau teknik belajar yang kreatif, (4) Berorientasi pada hard knowledge dan soft knowledge yang seimbang, (5) Pengembangan potensi siswa secara holistik.⁴⁷

Soebagio menjelaskan bahwa, terdapat beberapa manfaat apabila suatu lembaga pendidikan menampilkan citra positif; Pertama, konsumen akan tumbuh sikap kepercayaan yang tinggi; Kedua, mampu menarik sanak famili jika citra lembaga pendidikan telah positif.⁴⁸

Menjaga citra lembaga menjadi sesuatu yang penting, karena dampak yang akan ditimbulkan sangat besar. Citra lembaga yang baik akan meningkatkan

⁴⁷ Suryadi, *Manajemen Mutu Berbasis Sekolah*, (Bandung: PT Sarana Panca Karya Nusa, 2009), hlm.47

⁴⁸ Soebagio Atmodiwiryo, *Manajemen Pendidikan Indonesia*, (Jakarta: Ardadizya Jaya, 2000), hlm. 71

kepercayaan seseorang kepada lembaga tersebut. Bagi seseorang yang memiliki kepercayaan yang tinggi kepada lembaga pendidikan tentunya akan mendaftarkan dan mempercayakan lembaga pendidikan tersebut menjadi tempat mendidik putra-putri mereka, bahkan sangat mungkin terjadi merela untuk mempengaruhi orang lain supaya mempercayakan pendidikan putra putri mereka pada lembaga pendidikan tersebut.

Citra positif mengandung arti kredibilitas suatu organisasi/lembaga dimata publik adalah credible (baik). Kredibel ini mencakup pada 2 hal, yakni: (1). Kemampuan (expertise) dalam memenuhi kebutuhan, harapan, maupun kepentingan publik; dan (2). Kepercayaan (trustworthy) untuk tetap komitmen menjaga kepentingan bersama untuk mewujudkan investasi sosial (social investment), yaitu program-program yang ditunjukkan untuk mendukung kesejahteraan sosial.⁴⁹

Citra suatu lembaga, terutama lembaga pendidikan dimulai dari pembentukan identitas lembaga. Identitas lembaga bisa dilihat dari pemimpinnya, nama lembaga, tampilan lainnya dengan memanfaatkan media publisitas baik yang visual, audio maupun audio visual. Selain seperti yang disebutkan, identitas dan citra lembaga juga berbentuk non fisik seperti nilai-nilai dan filosofis yang dibangun, pelayanan, gaya kerja dan komunikasi internal maupun eksternal.

Identitas lembaga akan memancarkan citra (image) kepada publik, antara lain dimata user (pengguna), komunitas, media, penyumbang dana, staff, dan juga

⁴⁹ Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Membangun Public Relations Membangun Citra Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2008). Hlm. 8-9

pemerintah sehingga jadilah citra lembaga. Karena itu, citra lembaga pendidikan dibangun dari 4 area , yaitu:

1. produk / service (termasuk kualitas output, dan *costemer care*)
2. *Social responsibility, institution citizenship, etnical behaviour*, dan *community affair*;
3. *Environments* (ruang kantor, ruang informasi, laborat, dan sebagainya);
4. *Communication*, (iklan, *publishing, personal communication*, brosur, dan program-program identitas lembaga).⁵⁰

Anggapan tersebut dalam pelayanan jasa, kualitas jasa tidak dapat dilihat secara parsial, tetapi harus dilihat secara agregat, dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Tjiptono mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya):⁵¹

- a. Keandalan Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.
- b. Daya tanggap Daya tanggap yaitu kcinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi

⁵⁰ Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing ...* Hlm. 11-12

⁵¹ Fandy Tjiptono. *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. (Yogyakarta: Marknesis, 2009), hlm 269

para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa

- c. Jaminan Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan
- d. Perhatian Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.
- e. Bukti Fisik Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan meminta dipenuhi pelayanannya. Parasuraman mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” (Responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability).⁵² Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan

⁵² A Valerie Parasuraman. *Delivering Quality Service*. (diterjemahkan oleh Sutanto). (New York: The free press, 2001) hlm. 26

prilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (responsiveness), menumbuhkan adanya jaminan (assurance), menunjukkan bukti fisik (tangible) yang dapat dilihatnya, menurut (empathy) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya (reliability) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan

Dalam Manajemen mutu sekolah dipahami sebagai Unit Layanan Jasa, yakni pelayanan pembelajaran. Sebagai unit layanan jasa, maka yang dilayani sekolah (pelanggan sekolah) adalah: 1) Pelanggan internal : guru, pustakawan, laboran, teknisi dan tenaga administrasi, 2) Pelanggan eksternal terdiri atas : pelanggan primer (siswa), pelanggan sekunder (orang tua, pemerintah dan masyarakat), pelanggan tertier (pemakai/penerima lulusan baik diperguruan tinggi maupun dunia usaha). Peningkatan kualitas merupakan salah satu prasyarat agar kita dapat memasuki era globalisasi yang penuh dengan persaingan.⁵³

Dalam Islam, memberikan layanan usaha kepada orang lain baik berupa barang atau jasa dari usaha yang dijalankan, harus yang terbaik kualitasnya, tidak hanya asal-asalan. Sebagaimana dalam firman Allah SWT pada surat Al-Baqarah ayat

⁵³ **Muh. Khoirul Rifa'i**, *Urgensi Manajemen Mutu Pelayanan Jasa Pendidikan*, dikutip dari, <https://www.kiblat.net/2018/02/27/urgensi-manajemen-mutu-pelayanan-jasa-pendidikan/>, diakses pada hari Selasa 2 Mei 2018 jam 10.30 WIB.

267 yang artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkakanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.⁵⁴

Allah ta’ala memerintahkan untuk memberikan yang baik berupa apa saja untuk diberikan kepada orang lain. Jika mereka memberikan barang yang tidak baik kepada orang lain, maka merekapun tidak akan meridhainya, tidak mau menerima, atau mereka akan menerimanya dengan kedongkolan dan memicingkan mata.

c. Pemahaman tentang Perbankan Syariah

Pemahaman berasal dari kata paham yang mempunyai arti mengerti benar, sedangkan pemahaman merupakan proses perbuatan cara memahami. Sehingga dapat diartikan bahwa pemahaman adalah suatu proses, cara memahami, cara mempelajari baik-baik supaya paham dan banyak pengetahuan.

Beberapa definisi tentang pemahaman telah diungkapkan oleh para ahli. Menurut Nana Sudjana, pemahaman adalah hasil belajar, misalnya peserta didik dapat menjelaskan dengan susunan kalimatnya sendiri atas apa yang dibacanya atau

⁵⁴ Tim Penyusun Al Quran Al Hafidz, *Al Quran dan Terjemahan*, (Bandung: Cordoba, 2016)

didengarnya, memberi contoh lain dari yang telah dicontohkan guru dan menggunakan petunjuk penerapan pada kasus lain.⁵⁵

Ngalim Purwanto mengemukakan bahwa pemahaman atau komprehensi adalah tingkat kemampuan yang mengharapakan testee mampu memahami arti atau konsep, situasi, serta fakto yang diketahuinya. Dalam hal ini testee tidak hanya hafal cara verbalistis, tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang ditanyakan.⁵⁶

Partowisastro dalam asik belajar, mengemukakan empat macam pengertian pemahaman, yaitu sebagai berikut:⁵⁷

- a. Pemahaman berarti melihat hubungan yang belum nyata pada pandangan pertama.
- b. Pemahaman berarti mampu menerangkan atau dapat melukiskan tentang aspek-aspek, tingkatan, sudut pandangan-pandangan yang berbeda.
- c. Pemahaman berarti memperkembangkan kesadaran akan faktor-faktor yang penting. Berkemampuan membuat ramalan yang beralasan mengenai tingkah lakunya.

Beberapa definisi tentang pemahaman telah diungkapkan oleh para ahli. Menurut Nana Sudjana, pemahaman adalah hasil belajar, misalnya peserta didik dapat menjelaskan dengan susunan kalimatnya sendiri atas apa yang dibacanya atau

⁵⁵ Nana Sudjana, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1995). hlm. 24

⁵⁶ Ngalim Purwanto, *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010, h. 44

⁵⁷ Asik Belajar, *Pemahaman Belajar*, dikutip dari <http://www.asikbelajar.com>, diakses pada hari Selasa 2 Januari 2018 jam 10.41 wib.

didengarnya, memberi contoh lain dari yang telah dicontohkan guru dan menggunakan petunjuk penerapan pada kasus lain.⁵⁸

Pemahaman adalah proses, perbuatan, cara memahami atau memahamkan”⁵⁹. Dalam hal ini pemahaman dapat diartikan sebagai proses pembelajaran yang diikuti hasil belajar sesuai dengan tujuan tujuan pembelajaran. Suharsimi menyatakan bahwa pemahaman (*comprehension*) adalah bagaimana seorang mempertahankan, membedakan, menduga (*estimates*), menerangkan, memperluas, menyimpulkan, menggeneralisasikan, memberikan contoh, menuliskan kembali, dan memperkirakan.⁶⁰ Dengan pemahaman, siswa diminta untuk membuktikan bahwa ia memahami hubungan yang sederhana di antara fakta – fakta atau konsep. Pemahaman juga dapat diartikan perbuatan atau cara yang digunakan untuk membuat anak menjadi paham atas materi yang sedang diterangkan.

Sejalan dengan pendapat tersebut Sudjana juga mengelompokkan pemahaman ke dalam tiga kategori yaitu sebagai berikut: 1) Tingkat terendah Pemahaman tingkat terendah adalah pemahaman terjemahan. 2) Tingkat kedua Pemahaman penafsiran adalah menghubungkan bagian-bagian terdahulu dengan yang diketahui berikutnya, atau menghubungkan beberapa bagian dari grafik dengan kejadian, membedakan yang pokok dan yang bukan pokok. 3) Pemahaman tingkat ketiga Pemahaman tingkat ketiga atau tingkat tertinggi adalah pemahaman ekstrapolasi. Dengan ekstrapolasi

⁵⁸ Nana Sudjana. *Penilaian Hasil -----* hlm. 24

⁵⁹ Tim Penyusun Kamus. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka. 1993) hlm. 636

⁶⁰ Suharsimi Arikunto. *Dasar – Dasar Evaluasi Pendidikan (edisi revisi)*.(Jakarta: Bumi Aksara. 2009) hlm 118

diharapkan seorang mampu melihat balik yang tertulis, dapat membuat ramalan tentang konsekuensi atau dapat memperluas persepsi dalam arti waktu, dimensi, kasus, ataupun masalahnya.⁶¹

Wina Sanjaya mengatakan pemahaman memiliki ciri-ciri sebagai berikut: 1) Pemahaman lebih tinggi tingkatnya dari pengetahuan. 2) Pemahaman bukan hanya sekedar mengingat fakta, akan tetapi berkenaan dengan menjelaskan makna atau suatu konsep. 3) Dapat mendeskripsikan, mampu menerjemahkan. 4) Mampu menafsirkan, mendeskripsikan secara variabel. 5) Pemahaman eksplorasi, mampu membuat estimasi.⁶²

Pengertian bank menurut UU No. 7 Tahun 1992 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak⁶³.

Perbankan syariah atau perbankan Islam (*al-Mashrafiyah al-Islamiyah*) dapat diartikan sebagai suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (*syariah*). Sistem ini dibentuk karena adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (*riba*), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang (*haram*).

⁶¹ Nana Sudjana, *Penilaian Hasil----*, hlm.24

⁶² Wina Sanjaya. *Kurikulum dan Pembelajaran Teori dan Praktek Pengembangan KTSP* (Jakarta: Kencana, 2008) hlm. 45

⁶³ Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Intermedia, 1995), hlm. 66.

Dalam literature Islam, istilah bank tidak dikenal. Lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat, dalam literatur Islam dikenal dengan istilah *Baitul Maal* atau *Baitul Tamwil*.

Istilah lain yang sering digunakan untuk menyebut bank Islam adalah bank syariah. Secara akademik istilah Islam dan syariah memang berbeda. Namun secara teknis untuk penyebutan bank Islam dan bank syariah mempunyai pengertian yang sama.

Dalam UU no 10 tahun 1998 disebutkan bahwa bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Lebih lanjut dijelaskan bahwa prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

Berdasarkan rumusan di atas, Bank Syariah berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara Islam, yaitu mengacu pada ketentuan Al Qur'an dan Al Hadits.

Perbankan syariah mempunyai tujuan agar lembaga perbankan dapat menghasilkan keuntungan dengan cara meminjamkan modal, membiayai kegiatan usaha, atau kegiatan lain yang sesuai. Transaksi yang dilarang dalam prinsip Islam adalah:

- a. Perniagaan atas barang-barang yang haram
- b. Bunga
- c. Perjudian
- d. Ketidak jelasan dan manipulatif ⁶⁴

Dalam perkembangan dewasa ini, perbankan syari'ah di Indonesia harus selalu berbenah, karena masih terdapat beberapa hal yang harus terus diperbaiki dan dikembangkan lebih lanjut. Yang harus diperbaiki dan dikembangkan antara lain:

- a. Kepastian hukum tentang mekanisme penyelesaian sengketa. UU Perbankan Syariah belum memuat secara pasti mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat terjadi antara nasabah dan bank syariah terutama mengenai lembaga peradilan yang bertanggung jawab mengurus tentang sengketa tersebut.
- b. Batasan yang jelas antara peran BI dan DSN MUI. Perlu kejelasan lebih lanjut dalam pembagian tugas antara BI dan DSN MUI dalam perbankan syari'ah di Indonesia. Kejelasan ini perlu agar tidak terjadi benturan kewenangan pada saat UU Perbankan Syari'ah diberlakukan.
- c. Peningkatan kualitas sumber daya insan perbankan syari'ah Indonesia. Saat ini SDI yang dimiliki bank syari'ah kurang memadai yang memiliki

⁶⁴ "Prinsip Perbankan Syariah", *Wikipedia* dikutip dari https://id.wikipedia.org/wiki/Perbankan_syariah, diakses pada hahri Selasa 2 Januari 2018 jam 15.04 WIB.

kompetensi yang tidak hanya di bidang perbankan, tetapi mencakup pula aspek syari'ahnya dalam praktek perbankan⁶⁵

Pembentukan bank syariah semula memang banyak diragukan, sebab:

- a. Banyak yang beranggapan bahwa sistem perbankan bebas bunga (interest free) adalah suatu yang tak mungkin dan tidak lazim.
- b. Adanya pertanyaan tentang bagaimana bank akan membiayai operasinya.

Tetapi di lain pihak, bank Islam adalah satu alternatif sistem ekonomi Islam.⁶⁶

Pembiayaan dalam perbankan syari'ah tidak bersifat menjual uang yang mengandalkan pendapatan bunga atas pokok pinjaman yang di investasikan, tetapi dari pembagian laba yang diperoleh pengusaha. Pendekatan bank syari'ah mirip dengan investment banking, di mana secara garis besar produk adalah mudarabah (trust financing) dan musyarakah (partnership financing), sedangkan yang bersifat investasi diimplementasikan dalam bentuk murabahan (jual-beli).⁶⁷

Produk syari'ah baru dikenal di Indonesia di awal 1990-an, yaitu ketika Bank Muamalat Indonesia berdiri. Berawal dari produk perbankan syari'ah, saat ini kaum muslimin Indonesia sudah dapat berinvestasi lewat berbagai bentuk investasi secara syari'ah, di antaranya akan diuraikan secara umum sebagai berikut.⁶⁸

⁶⁵ Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah (Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia)*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 76

⁶⁶ Nofinawati, *Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*, dikutip dari <https://media.neliti.com/media/publications/93143-ID-perkembangan-perbankan-syariah-di-indone.pdf>, diakses hari Selasa 2 Januari 2018 jam 11.35 WIB.

⁶⁷ Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah---*, hlm 28

⁶⁸ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 21.

- a. Pasar Modal Jika investor ingin berinvestasi secara syari'ah di bursa saham, saat ini ada dua cara yang bisa ditempuh. Pertama, membuat portofolio tersendiri dengan mengacu pada daftar saham halal atau Jakarta Islamic Index (JII) yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia. Namun, selama ini prestasi Jakarta Islamic Index masih underperform karena pasar modal yang lesu, sehingga peluang mencetak labanya kecil sekali, dan kedua, lewat reksadana syari'ah.
- b. Reksadana Syari'ah Dalam reksadana syari'ah, manajer investasi akan menanamkan dananya pada saham atau fixed income yang halal. Investor diperkenalkan pada investasi riil, bukan yang spekulatif. Reksadana syari'ah dimaksud, walaupun dilakukan secara syari'ah, risiko rugi tetap ada. Itulah sebabnya, investor harus memperhatikan betul tingkat resiko masing – masing reksadana. Tingkat resiko dimaksud, tercermin dari komposisi portofolio setiap reksadana. Makin besar dana yang akan ditanamkan di ekuitas (pasar modal), resikonya makin tinggi. Kalau mau lebih aman, investor bisa memilih reksadana yang porsi ekuitas dengan pendapatan tetapnya nyaris sebanding. Faktor lain yang harus diperhatikan yakni Danareksa Syari'ah Berimbang (campuran) dan Danareksa Syari'ah (saham).
- c. Pasar Uang dan Produk Perbankan Syari'ah Pasar modal merupakan salah satu investasi yang dilakukan di pasar uang berdasarkan Sertifikat Wadiah Bank Indonesia (SWBI). Untuk mengakses hal dimaksud, dapat

dilakukan melalui reksadana syari'ah atau melalui tabungan dan/atau melalui deposito di bank syari'ah.

d. Asumsi dan Dana Pensiun Syari'ah.

e. Gadai Syari'ah Gadai syar'iah (rahn) adalah salah satu cara untuk memperoleh uang melalui kantor pegadaian syari'ah. Gadai syari'ah adalah menahan salah satu harta milik nasabah (rahin) sebagai barang jaminan (marhun) atas utang/pinjaman yang diperoleh dari kantor pegadaian syari'ah. Harta milik nasabah dimaksud, mempunyai nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai (murtahin) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya

d. Promosi.

Pengertian Promosi menurut Basu Swastha adalah promosi_dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang di buat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.⁶⁹

Jadi promosi merupakan usaha perusahaan untuk menciptakan kesadaran, memberi tahukan membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang di tawarkan perusahaan.

Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian (attention)), menciptakan dan menumbuhkan

⁶⁹ Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1997), hlm 227

keinginan (desire), serta mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sejumlah strategi promosi mencoba membangun permintaan primer. Sedangkan sebagian besar strategi promosi berupaya merangsang permintaan selektif yaitu keinginan untuk mendapatkan suatu merek tertentu.

Tujuan promosi mengakibatkan keinginan para konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan. Oleh sebab itu, harus di usahakan bagai mana mempengaruhi berfikir konsumen akhir meyakinkan pembeli. Sedangkan kata promosi harus baik dan menarik, sehingga memberi kesan bahwa pembeli tidak menghendaki produk yang lain selain dari barang yang ditawarkan kepadanya.

Menurut Kismono, perusahaan perlu menetapkan tujuan promosi yang akan membantu tercapainya tujuan perusahaan secara lebih luas. Program-program promosi dapat didasarkan atas satu atau lebih tujuan berikut ini: ⁷⁰

1. Memberikan informasi. Tujuan dasar dari semua kegiatan promosi adalah memberikan informasi kepada konsumen potensial tentang produk yang ditawarkan, dimana konsumen dapat membelinya, dan berapa harga yang ditetapkan. Konsumen memerlukan informasi-informasi tersebut dalam pengambilan keputusan pembeliannya.
2. Meningkatkan penjualan. Kegiatan promosi juga merupakan salah satu cara meningkatkan penjualan. Perusahaan dapat merancang promosi penjualan dengan memberikan kupon belanja, sampel produk dan sebagainya. Untuk

⁷⁰ Gugup Kismono, *Pengantar Bisnis*, Edisi I, Cetakan I, (Yogyakarta: BPFE, 2001) hlm 374

membujuk konsumen mencoba produk yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah atau dengan tambahan keuntungan yang lain.

3. Menstabilkan penjualan. Pada saat pasar lesu, perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan yang berarti.
4. Memposisikan produk. Perusahaan perlu memposisikan produknya dengan menekankan keunggulan produknya dibandingkan produk pesaing. Strategi promosi yang tepat, seperti iklan, dapat membantu perusahaan.
5. Membentuk citra produk. Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan dapat membantu image konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Perusahaan dapat menggunakan media iklan untuk membangun citra produknya di mata konsumen

Adapun unsur-unsur bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong variabel-variabel yang ada di promotional mix ada lima, yaitu ⁷¹

- a. Periklanan (Advertising) Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa.
- b. Penjualan perorangan (personal selling) Presentasi pribadi oleh para wiraniaga perusahaan dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.

⁷¹ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), hlm. 58

- c. Promosi penjualan (sales promotion) Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.
- d. Hubungan masyarakat (public relation) Membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun “citra perusahaan” yang baik dan menangani atau menyingkirkan gossip, cerita dan peristiwa yang dapat merugikan.
- e. Pemasaran langsung (direct marketing) Komunikasi langsung dengan pelanggan yang di incar secara khusus untuk memperoleh tanggapan langsung. Dengan demikian maka promosi merupakan kegiatan perusahaan yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga dengan kegiatan tersebut konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

Strategi pokok pada promosi sekolah yaitu: ⁷²

- a. menyelenggarakan latihan ujian akhir atau try out terhadap siswa siswi SMP
- b. melaksanakan publikasi langsung lewat kunjungan ke beberapa sekolah.
- c. menggunakan beraneka keunggulan sekolah dan mempergunakan acara-acara tertentu dan menyusun program yang bisa memberikan kesan yang bagus dari masyarakat serta menarik minat masyarakat.

⁷² Muhammad Halim Kusuma. Naskah Publikasi. *Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten*, dikutip dari <http://eprints.ums.ac.id/41849/1/11.%20NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>, diakses pada hari Selasa 2 Januari 2018 jam 14.17 wib.

Metode promosi sekolah:

a. publikasi langsung

Sekolah melakukan kunjungan langsung ke sekolah calon siswa SMK di SMP nya masing-masing

b. publikasi tidak langsung

baliho, brosur, poster, spanduk, acara pameran atau gelar budaya, try out

Di dalam Islam aktifitas promosi dikaitkan dengan pemasaran. Pemasaran dalam Islam selalu mengedepankan adab dan etika dagang yang luar biasa. Etika dan adab berdagang dalam Islam inilah yang sering dikenal dengan strategi berdagang. Oleh karena itu, Seykh Sayyid Nada membeberkan sejumlah adab yang harus dijunjung pedagang Muslim dalam menjalankan aktivitas jual-eli, berdasarkan hadis-hadis Rasulullah, sebagai berikut: ⁷³ Tidak menjual sesuatu yang haram. Umat Islam dilarang menjual sesuatu yang haram seperti minuman keras dan memabukkan, narkoba dan barang-barang yang diharamkan Allah *Subhanahu wa ta'ala*. “Hasil penjualan barang-barang itu hukumnya haram dan kotor,”

1. Tidak melakukan sistem perdagangan terlarang. Contohnya menjual yang tidak dimiliki. Rasul *Shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda: “Jangan kamu menjual sesuatu yang tidak engkau miliki.” (HR Ahmad, Abu Daud, an-

⁷³ Prof.Dr.Muhammad. *Rubrik Kajian Kita Majalah Pengusaha Muslim Edisi 32/2012*, dikutip dari <http://majalah.pengusahamuslim.com/pemasaran-dalam-perspektif-islam/>, diakses pada hari Rabu 2 Januari 2018 jam 14.55 wib.

Nasa'i). Selain itu Islam juga melarang umatnya menjual buah-buahan yang belum jelas hasilnya serta sistem perdagangan terlarang lainnya.

2. Tidak terlalu banyak mengambil untung.
3. Tidak membiasakan bersumpah ketika berdagang. Hal ini sesuai dengan hadist Rasulullah *Shallallahu 'alaihi wa sallam*: *"Janganlah kalian banyak bersumpah ketika berdagang, sebab cara seperti itu melariskan dagangan lalu menghilangkan keberkahannya."* (HR Muslim)
4. Tidak berbohong ketika berdagang. Salah satu perbuatan berbohong adalah menjual barang yang cacat namun tidak diberitahukan kepada pembelinya.
5. Penjual harus melebihkan timbangan. Seorang pedagang sangat dilarang mengurangi timbangan.
6. Pemaaf, mempermudah dan lemah lembut dalam berjual beli.
7. Tidak boleh memakan dan memonopoli barang dagangan tertentu. Sabda Nabi *Shallallahu 'alaihi wa sallam*: *"Tidaklah seorang menimbun barang melainkan pelaku maksiat."* (HR Muslim).

e. Sosial Budaya

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen untuk mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka.⁷⁴ Mengenai masalah budaya, Stoner dalam Mulyono mengatakan budaya adalah gabungan kompleks asumsi, tingkah laku,

⁷⁴ Sukarno Wibowo dan Dedi Supiadi. *Ekonomi Mikro Islam cetakan pertama*. (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm 235

cerita, mitos, metfora, dan berbagi ide lain yang menjadi satu untuk menentukan apa arti menjadi masyarakat tertentu..⁷⁵

Budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk di dalamnya adalah sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Budaya yang berkembang sangat tergantung daerah masing-masing. Budaya di satu daerah belum tentu sama dengan budaya di daerah yang lain. Oleh karena itu jika seseorang berpindah dari satu daerah ke daerah lain, maka dia harus mempelajari budaya yang ada di daerah tersebut.

Menurut Hofstede dalam Shvoong sebagaimana yang dikutip Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang Purwanti , “budaya adalah pemrograman kolektif atas pikiran yang membedakan anggota-anggota suatu kategori orang dari kategori lainnya”.⁷⁶

Lima dimensi budaya diidentifikasi sebagai berikut: a) Power distance/ jarak kekuasaan, menyangkut tingkat kesetaraan masyarakat dalam kekuasaan. Jarak kekuasaan yang kecil menunjukkan masyarakat yang setara. b) Individualism vs collectivism, menyangkut ikatan di masyarakat, pada masyarakat yang individual setiap pihak diharapkan mengurus dirinya sendiri dan keluarganya secara mandiri. c)

⁷⁵ Moeljono Djokosantoso. *Budaya Korporat dan Keunggulan Koperasi*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003) , hlm 16

⁷⁶ Daniel Teguh Tri Santoso, Endang Purwanti. *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*. Among Makarti. Vol 6 no 16 desember 2013, Salatiga: STIE AMA Salatiga.

Masculinity vs femininity, menyangkut perbedaan gaya antara dua jenis kelamin. Pada pria yang ditonjolkan adalah ketegasan dan kompetitif, sedangkan pada wanita adalah kesopanan dan perhatian. d) Uncertainty avoidance/ penghindaran ketidakpastian, menyangkut rasa nyaman suatu budaya terhadap ketidakpastian. e) Long-term orientation/ orientasi jangka panjang, menyangkut pola pikir masyarakat. Pada masyarakat yang beorientasi jangka panjang yang ditonjolkan adalah status, sikap hemat, dan ketekunan dan memiliki rasa malu yang tinggi. Sub-budaya Masing-masing budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub-budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Ketika subkultur menjadi besar dan cukup makmur, para perusahaan sering merancang program pemasaran secara khusus untuk melayani mereka. “Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka”.⁷⁷

Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku pembelian konsumen dalam faktor kebudayaan ini terdapat beberapa komponen antara lain: Budaya, budaya merupakan faktor penentu yang paling mendasar dari segi keinginan dan perilaku seseorang karena kebudayaan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Menurut Kotler kebudayaan adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku konsumen. Sub-budaya, sub budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub-budaya

⁷⁷ Nugroho J Setiadi. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Prenada Media, 2003), hlm 41

yang membentuk segmen pasar penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.⁷⁸

Elain faktor kebudayaan, menurut Kotler perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. 1). Kelompok Acuan kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan, sedangkan kelompok yang memiliki pengaruh tidak langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok aspirasional. 2). Keluarga Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Bahkan, jika pembeli tidak lagi berinteraksi secara mendalam dengan keluarganya, pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan. 3). Peran dan Status Seseorang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya. Kedudukan orang tersebut di masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status. Orang-orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat. Oleh karena itu pemasar harus menyadari potensi simbol status dari produk dan merek.⁷⁹

⁷⁸ ----. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Indeks, 2005), hlm 224

⁷⁹ Ibid, hlm 205-209

Dalam permasalahan sosial, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen:⁸⁰

1. Kelas Sosial

Menurut Kotler dan Keller pada dasarnya, semua masyarakat memiliki stratifikasi sosial yang lebih sering ditemukan dalam kelas sosial, pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku serupa.

2. Kelompok Acuan

Kottler dan Keller mendefinisikan pemimpin opini (opinion leader) adalah orang yang komunikasi informalnya atas produk dapat memberikan saran atau informasi tentang produk atau jenis produk tertentu, seperti merek apa yang terbaik atau apa manfaat produk tertentu.

3. Keluarga

Secara tradisional, keluarga didefinisikan sebagai dua orang atau lebih yang dikaitkan oleh hubungan darah, perkawinan, atau adopsi yang tinggal bersama-sama. Temuan penelitian oleh Anderson, et al (1976) didukung oleh Tan dan Chua (1986) dalam Haron et al (2004), dalam

⁸⁰ Syafril dan Nuril Huda. *Analisis Faktor Sosial Budaya Dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin)*. Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 3, Nomor 3, Oktober 2015, Lampung: Universitas Lampung.

penelitian mereka di Singapura, Tan dan Chua menemukan bahwa saran dari teman, tetangga dan anggota keluarga mempunyai pengaruh yang kuat pada keputusan konsumen dibandingkan dengan variabel lain dalam memilih lembaga keuangan.

4. Religius

Beberapa pakar perilaku konsumen membedakan apa yang dinamakan motif rasional dan motif emosional. Motif emosional mengandung arti bahwa pemilihan sasarannya menurut kriteria pribadi atau subjektif (sebagai contoh: kebanggaan, ketakutan, kasih sayang, ketaatan atau status). Aspek religiusitas merupakan hal yang emosional dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk, contohnya masakan halal dan masalah riba.

5. Ekonomi

Pilihan produk juga dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang seperti penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan aktiva, utang, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap kegiatan berbelanja.

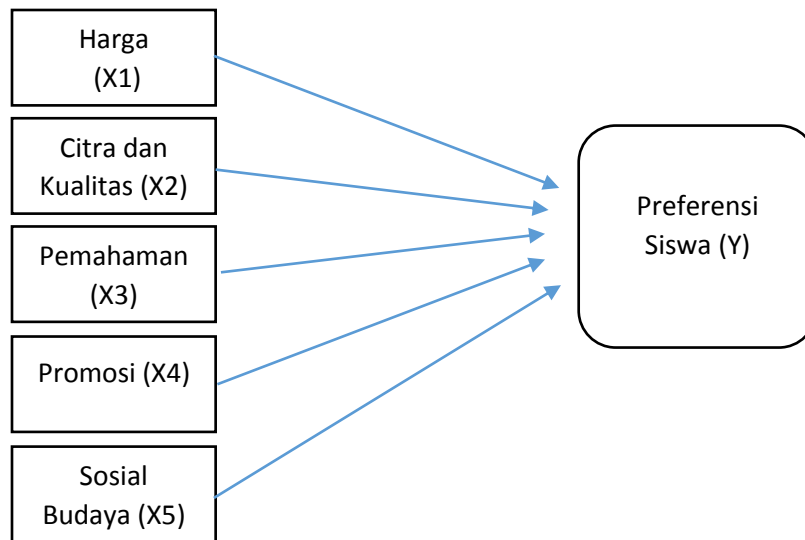
BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, serta penampilan hasilnya. Sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Karena seluruh anggota populasi dijadikan sampel. Hal ini terjadi jumlah anggota populasi relatif kecil. Dalam penelitian ini jumlah populasi ada 98 siswa, sehingga semua anggota populasi dijadikan sampel. Lalu, variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Terikat (Dependent Variable) Variabel terikat dalam penelitian ini adalah preferensi siswa dalam memilih paket keahlian. Variabel terikat dikonotasikan dengan huruf Y.
2. Variabel bebas (Independent variable) Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga (X1), citra dan kualitas (X2), pemahaman bank syariah (X3), promosi (X4) dan sosial budaya (X5) .



Gambar 1 Hubungan Antar Variabel

B. Tempat dan waktu penelitian

Tempat Penelitian : SMK N I Bantul

Waktu Penelitian : Desember 2017

C. Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah siswa kls X,XI,XII Paket Keahlian Perbankan Syariah, Ketua Paket Keahlian Perbankan Syariah, Panitia PPDB, serta Kepala Sekolah. Selain itu data juga diperoleh dari bukti fisik dan data tertulis berupa dokumen atau arsip sekolah, terutama arsip kesiswaan.

D. Metode Penentuan Subyek

Metode penentuan subyek adalah sumber untuk memperoleh keterangan¹. Yang menjadi subyek penelitian adalah siswa kls X,XI,XII Paket Keahlian Perbankan Syariah.

E. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan metode angket.

Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya tertutup dan harus diisi oleh responden dengan memilih salah satu alternative jawaban yang tersedia.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan SPSS, sebelum dilakukan analisis data, dilakukan terlebih dahulu uji instrumen data kuesioner, uji asumsi klasik, uji hipotesis lalu tahap terakhir analisis regresi berganda yang bertujuan menghitung besarnya pengaruh kelima variabel independen terhadap satu variabel dependen sebagai berikut:

1. Uji Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas menunjukkan seberapa baik suatu instrumen yang dibuat untuk mengukur konsep tertentu

¹ Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta:PT. Rajawali, 2010), hlm. 93

yang ingin diukur.² Alat pengukur yang yang absah akan mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya.

Pertanyaan dikatakan valid jika adanya korelasi signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan dukungan pertanyaan tersebut dalam mengungkapkan suatu yang ingin diungkap. Untuk mengujinya menggunakan korelasi Pearson, yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Pengujian signifikan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikan 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut adalah valid dan sebaliknya.³

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran tanpa bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Maksudnya alat ukur tersebut akan tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa reliabilitas menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurnya. Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi dari pengukur.

Suatu pengukur dikatakan reliabel (dapat diandalkan) jika dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda Suatu kuesioner dinyatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu walaupun berkali-kali diuji. Menghitung reliabilitas menggunakan rumus Alpha cronbach, maka batasan reliabilitas sebenarnya sudah ditentukan. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

² H. Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), hlm.45

³ Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, *Metode penelitian survey*, (Jakarta: LP3ES, 1995), Edisi Revisi, hlm. 139

- Jika $r_{\alpha} > 0,60$, maka pernyataan reliabel
- Jika $r_{\alpha} < 0,60$, maka pernyataan tidak reliabel.⁴

2. Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang diolah adalah sah (tidak terdapat penyimpangan) serta distribusi normal, maka data tersebut akan diuji melalui uji asumsi klasik, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak menurut Ghazali (2006) yaitu dengan analisis grafik maupun uji statistik. Penulis menggunakan grafik dengan melihat *normal probability plot*. Disamping uji grafik dianjurkan dilengkapi dengan uji statistik salah satunya dengan uji statistik *non parametric Kolmogorov-Smirnov (K-S)*.

Apabila titik-titik telah mendekati garis lurus, maka dapat dikatakan *residual* telah mengikuti distribusi normal. Residual disini adalah variabel yang ikut berpengaruh dalam analisis regresi tapi tidak ikut diteliti. Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov Test*. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, namun sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

⁴ H. Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis ---*, hlm. 42

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal.

Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas, yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel- variabel independen yang dapat dilihat melalui Variance Inflation Factor (VIF). Nilai VIF yang bias ditoleransi adalah 10. Apabila VIF variabel- variabel independen < 10 , berarti tidak ada Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis (Uji *t*)

Uji statistik *t* menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variabel dependen. Langkah- langkah pengujiannya sebagai berikut:

a. Komposisi Hipotesis

Hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). $H_0 : b_1 = 0$ tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga (X_1), citra dan kualitas (X_2), pemahaman bank syariah (X_3), promosi (X_4) dan sosial budaya (X_5) terhadap preferensi siswa (Y).

$H_a : b_1 = 0$ ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga (X1), citra dan kualitas (X2), pemahaman bank syariah (X3), promosi (X4) dan sosial budaya (X5) terhadap preferensi siswa (Y). Level of signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05).

1) Kriteria Pengujian

H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan H_0 ditolak jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara harga (X1), citra dan kualitas (X2), pemahaman bank syariah (X3), promosi (X4) dan sosial budaya (X5) terhadap preferensi siswa (Y).

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh signifikan secara parsial antara harga (X1), citra dan kualitas (X2), pemahaman bank syariah (X3), promosi (X4) dan sosial budaya (X5) terhadap preferensi siswa (Y).

2) Uji Ketepatan Model (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independen* yang dimasukkan ke model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen*. Langkah-langkahnya yaitu: a) Menentukan H_0 dan H_1 .

3) Level of Signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05)

$H_0 : b_1 = 0$ tidak ada pengaruh signifikan secara simultan harga (X1), citra dan kualitas (X2), pemahaman bank syariah (X3), promosi (X4) dan sosial budaya (X5) terhadap preferensi siswa (Y).

$H_0 : b_1 \neq 0$ ada pengaruh signifikan secara simultan. harga (X1), citra dan kualitas (X2), pemahaman bank syariah (X3),

promosi (X4) dan sosial budaya (X5) terhadap preferensi siswa (Y).

4) Kriteria Pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya secara bersama-sama harga (X1), citra dan kualitas (X2), pemahaman bank syariah (X3), promosi (X4) dan sosial budaya (X5) terhadap preferensi siswa (Y).

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya secara bersama-sama harga (X1), citra dan kualitas (X2), pemahaman bank syariah (X3), promosi (X4) dan sosial budaya (X5) terhadap preferensi siswa (Y).

5) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin nilai R^2 mendekati satu maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 semakin kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas.

6) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, dan untuk memprediksi suatu nilai variabel dependen berdasar variabel independen.

Tujuan analisis ini untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan harga (X1), citra dan kualitas (X2), pemahaman bank

syariah (X3), promosi (X4) dan sosial budaya (X5) terhadap preferensi siswa (Y). Sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Profil SMK N 1 Bantul

SMK Negeri 1 Bantul berdiri pada tahun 1968 dengan dasar hukum Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor : 213/UKK/III/1968 tertanggal 9 Juni 1968 dengan nama SMEA Negeri VI Bantul. Pada perkembangannya berubah nama menjadi SMEA Negeri 1 Bantul dan sekarang menjadi SMK Negeri 1 Bantul

SMK Negeri 1 Bantul mempunyai komitmen yang kuat untuk selalu berubah mengikuti perkembangan zaman dan selalu melakukan peningkatan mutu. Sehingga tidak mengherankan apabila banyak prestasi yang telah dicapai siswa, guru, maupun oleh SMK N I Bantul, baik di tingkat lokal atau nasional.

SMK Negeri 1 Bantul berkali-kali dijadikan tujuan studi banding oleh sekolah lain, baik di wilayah Jawa bahkan dari luar Jawa. Kerjasama dengan sekolah lain di luar negeri juga dilakukan. Tahun tahun 2010 menandatangani Mou kerjasama dengan sekolah bisnis Bangna Comercial Thailand. Tahun 2012 bekerjasama dengan Sungaikolok Industrial And Community College Thailand dalam program pertukaran guru dan siswa.

SMK Negeri 1 Bantul mempunyai 4 program keahlian dan 7 paket keahlian yaitu: ¹

- a. Program keahlian Keuangan dengan paket keahlian :Akuntansi dan Perbankan Syariah
- b. Program Keahlian Administrasi dengan paket keahlian Administrasi Perkantoran
- c. Program Keahlian Tata Niaga dengan paket keahlian pemasaran
- d. Program Keahlian Teknik Komputer dan Informatika dengan paket keahlian Rekayasa Perangkat Lunak, Teknik Komputer dan Jaringan, serta Multimedia.

Tabel 2 Profil Tamatan Kompetensi Keahlian

No	Kompetensi Keahlian	Keterangan
1	Akuntansi dan Keuangan Lembaga	Mencetak tenaga terampil di bidang Keuangan Perusahaan
2	Perbankan Syariah	Mencetak tenaga terampil di bidang Keuangan Berbasis Syariah Perbankan
3	Otomatisasi dan Manajemen Perkantoran	Mencetak tenaga terampil di bidang pengelolaan ketatausahaan kantor

¹ Renstra SMK N I Bantul tahun 2017 – 2021, hlm. 2

4	Bisnis Daring dan Pemasaran	Mencetak tenaga terampil di bidang marketing dan manajemen
5	Teknik Komputer dan Jaringan	Mencetak tenaga terampil di bidang komputer hardware dan jaringan
6	Multimedia	Mencetak tenaga terampil di bidang desain grafis, animasi, fotografi, audio-video shooting
7	Rekayasa Perangkat Lunak	Mencetak tenaga terampil di bidang software pemrograman, desain web, coding, pemeliharaan sistem perangkat lunak

2

Visi

Terwujudnya sekolah berkualitas, berkarakter dan berwawasan lingkungan

Misi

- a. Menyiapkan sarana prasarana dan SDM yang memenuhi SNP (Standar Nasional Pendidikan)
- b. Melaksanakan pembelajaran yang berbasis sains dan teknologi
- c. Mengimplementasikan iman, taqwa, dan nilai-nilai karakter bangsa dalam kehidupan sehari-hari.
- d. Melaksanakan pembelajaran berbasis lingkungan serta mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.
- e. Menyiapkan tamatan yang mampu mengisi dan menciptakan lapangan kerja serta mengembangkan profesionalitas di bidang bisnis.³

² Ibid., hlm. 1

2. Kondisi Fisik SMK Negeri 1 Bantul

Letak geografis SMK Negeri 1 Bantul ada di Jalan Parangtritis Km. 11, Sabdodadi, Bantul, Yogyakarta, kode pos 66702. Kondisi fisik sekolah dilihat dari beberapa segi, dapat dikatakan baik. Dari segi penyediaan sarana prasarana pendukung pembelajaran, ini terlihat dari bangunan, tata letak ruang, dan kebersihan lingkungan yang terjaga serta penghijauan taman yang ada di SMK Negeri 1 Bantul.

Sarana dan prasarana yang terdapat di SMK Negeri 1 Bantul, yang berwujud bangunan sebagai berikut:

1. Ruang Kepala sekolah
2. Ruang wakil kepala sekolah
3. Ruang Tata Usaha
4. Ruang Bimbingan Konsling
5. Ruang guru
6. Ruang piket guru
7. Ruang guru tiap paket keahlian
8. Ruang teori
9. Ruang aula
10. Ruang Perpustakaan
11. Ruang pertemuan (Wijayakusuma)
12. Ruang laboratorium computer

³ Ibid., hlm 1

13. Ruang laboratorium fisika/kimia/IPA
14. Ruang laboratorium Bahasa
15. Ruang laboratorium Akuntansi
16. Ruang laboratorium Administrasi Perkantoran
17. Ruang laboratorium Pemasaran
18. Ruang laboratorium Perbankan Syariah/bank mini
19. Ruang laboratorium Rekayasa Perangkat Lunak
20. Ruang laboratorium Teknik Komputer dan Jaringan
21. Ruang laboratorium Multimedia
22. Ruang laboratorium mengetik manual
23. Ruang bisnis center
24. Ruang UP Multimedia
25. Ruang UP Teknik Komputer dan Jaringan
26. Ruang UKS
27. Ruang OSIS
28. Ruang gudang olahraga
29. Ruang gudang pramuka
30. Ruang kantin
31. Ruang perpustakaan
32. Gudang
33. Dapur sekolah
34. Parkir siswa dan guru

35. Masjid
36. Ruang renungan dan doa
37. Kamar mandi/WC
38. Pos satpam
39. Lapangan olahraga
40. Hotspot area
41. Gedung techno park
42. Tempat pengolahan sampah ⁴

Jumlah ruang teori disesuaikan dengan jumlah kelas yang ada yaitu 48 ruang dengan perincian:

1. Akuntansi : 12 ruang
2. Administrasi Perkantoran : 6 ruang
3. Pemasaran : 9 ruang
4. Perbankan Syariah : 3 ruang
5. Rekayasa Perangkat Lunak : 6 ruang
6. Teknik Komputer dan Jaringan : 6 ruang
7. Multimedia : 6 ruang ⁵

Semua ruangan yang ada dalam kondisi yang baik, dalam arti bisa dipergunakan untuk kegiatan belajar mengajar dan kegiatan lainnya. Semua

⁴ Isna Sholikhatus, 2017. *Laporan Individu Praktik Lapangan Terbimbing (PLT)* . Universitas Negeri Yogyakarta Semester Ganjil 2017/2018, hlm. 3-4

⁵ Ibid., hlm. 5

ruang teori difasilitasi kipas angin serta LCD projector. Untuk ruang – ruang tertentu diberi AC, seperti lab computer, ruang guru, ruang pertemuan, ruang TU, ruang perpustakaan, dan ruang BK.

Upaya untuk menjaga kebersihan ruang dilakukan dengan piket siswa perkelas, dan ada petugas khusus cleaning service. Peralatan kebersihan, seperti sapu, tempat sampah dan lainnya tersedia di setiap ruangan.

3. Kondisi Non Fisik SMK Negeri 1 Bantul

a. Keadaan Personalia

Jumlah tenaga pendidik (pengajar) berjumlah 103 orang, sedangkan jumlah tenaga kependidikan (karyawan) sebanyak 26 orang yang bekerja di bidang ketatausahaan, teknisi, perpustakaan, kebersihan, jaga malam dan satpam.⁶

b. BK (Bimbingan Konseling)

Jumlah guru BK 6 orang, semua berlatar belakang pendidikan Bimbingan Konseling bahkan ada yang S2 psikologi Islam.

Guru Bimbingan dan Konseling

1. bertugas membantu dan memantau perkembangan siswa dari berbagai segi yang mempengaruhinya,
2. memberikan informasi-informasi penting yang dibutuhkan oleh siswa.

⁶ Ibid, hlm 7

3. Memberi informasi tentang karir dan kelanjutan studi

c. Kondisi Lembaga (Sekolah)

1) Struktur Organisasi Tata Kerja

Sebagai lembaga yang sudah berserfikat ISO, struktur organisasi di lembaga sekolah ini sudah dibuat secara jelas dan rinci. Masing-masing jabatan ada pejabat yang menduduki, ada uraian tugasnya, dan juga ada hubungan antar jabatan.

2) Program Kerja Lembaga

Dalam melaksanakan tugasnya, Kepala Sekolah dibantu oleh 5 wakil kepala sekolah dan sekretaris kepala yaitu: ⁷

a) Wakasek Kesiswaan yang mengurus seluruh siswa yang ada di sekolah. Kegiatan utamanya antara lain Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) , Masa Orientasi siswa baru, Ekstrakurikuler, Lomba, dan kegiatan kesiswaan yang lain.

b) Wakasek Hubungan Masyarakat (Humas)
program kerjanya antara lain adalah menjalin kerjasama dengan DU/Di, masyarakat, melaksanakan PKL, penelusuran tamatan, maupun penyebarluasan informasi sekolah.

⁷ Isna. Sholikhatun, 2017. *Laporan Individu....*, hlm. 9

- c) Wakasek Kurikulum dengan program kerjanya antara lain adalah persiapan awal tahun ajaran, pembagian tugas mengajar guru, persiapan KBM dan pelaksanaan penilaian.
- d) Wakasek Sarana/Prasarana, dengan kegiatan pokoknya, menjamin tersedianya sarpras di sekolah serta kondisi sarpras dalam keadaan baik, membuat perencanaan keuangan sekolah.
- e) Wakasek SDM tugas pokoknya membuat perencanaan SDM di sekolah, serta peningkatan mutu SDM
- f) Sekretaris kepala sekolah, bertugas membantu kepala sekolah untuk kepentingan rapat, dan validasi surat/dokumen yang harus ditandatangani kepala sekolah.
- g) Ketua Program Keahlian, bertugas mengkoordinasikan kegiatan pembelajaran praktik di program keahliannya masing-masing
- h) Ketua Kompetensi Keahlian, bertugas mengkoordinasikan kegiatan pembelajaran praktek di kompetensi keahlian masing-masing
- i) KPU (koordinator pengetahuan umum), bertugas mengkoordinasikan kegiatan pembelajaran kelompok normatif dan adaptif (A dan B)

- j) Ka TU, bertugas memimpin tenaga TU untuk membantu terlaksananya kegiatan belajar mengajar

3). Program dan Pelayanan Non Reguler

a). Program Unggulan

- (1). Menjadi sekolah yang unggul
- (2). Mengembangkan sikap dan kompetensi keagamaan
- (3). Mengembangkan potensi siswa berbasis multiple intelligence
- (4). Mengembangkan budaya
- (5). Mengembangkan kemampuan Bahasa dan Teknologi
- (6). Meningkatkan keterserapan tamatan ke dunia usaha dan industry atau berwirausaha.
- (7). Berprestasi ke tingkat nasional atau internasional.
- (8). Pencapaian tingkat kelulusan 100% ⁸

⁸ Ibid., hlm 9

b). Pelayanan Non Regular

Tabel 3 Pelayanan non Regular

No	Jenis Layanan	Penyelenggara
1	Sertifikasi Kompetensi Komputer	Microsoft
2	Bahasa Inggris (Toieci)	Lembaga TOIEC Internasional
3	Sertifikasi Komputer Akuntansi	CPSSoft Accurate
4	Pemasaran Tamatan	BKK SMK N I Bantul
5	Kunjungan Industri	SMK N I Bantul

9

4). Ekstrakurikuler

Tabel 4 Ekstrakurikuler

NO	EKSTRAKURIKULER	PEMBIMBING
1	Pramuka	1. Dra. Hj. Sri Indaryati 2. Dra. Sumaryati 3. Hj. Tatik Wardayati, S.Pd. 4. Sri Widayati, S.Pd. 5. Sujar Hartono, S.Pd. 6. Ajeng Fitri S, S.Pd.
2	Tari	Ridayanti S.Pd
3	PMR	8. Nuray Anggraeni 9. Ade Riyani
4	Qiro'ah	Marhaban, S.Pd.I
5	Teater	Dhanik Suratno, A.Md.
6	KIR	Rahmat Hidayat, M.Pd.
7	KIR	Yuli Siwi Astuti, S.Pd.
8	Debat Bahasa Inggris	1. Agatha Christiyanti

⁹ Ibid., hlm. 10

		Manullang, S.S. 2. Egie Danarko, S.Pd.
9	Menjahit	1. Rani Komara, S.Pd. 2. Puri Wanasih, S.Pd T
10	Bola Basket	1. Yanu Iswanto, S.Pd 2. Dedi Prasetyo, S.Pd
11	Iqra'	Mustofa, S.PdI.
12	Kerawitan	Didik Supriyantara, S. Sn
13	Robotik	Trubus Nugroho, A.md
14	Volly	1. Siswandaru, S.Pd 2. Sholihan
15	Bahasa Perancis	Anita Purnaningsih, S.Pd
16	Bahasa Inggris	Sujar Hartono, SPd
17	Hadroh	Tajil Muluk, S.Pd.I
18	Futsal	Wahyu Styawan, S.Pd
19	Futsal	Aan Hidayat
20	Drumband	Muhammad Jori Purnomo
21	Paduan Suara	1. Indra Kusuma Wardani, S.Sn. 2. Ristiyanti, SPd
22	Pencak Silat	Agung Dwi Setiawan, S.Pd
23	Networking	Dariyati, S.Kom
24	Renang	Sri Nur Arafah

10

5). Bantuan Bea Siswa

- a) Beasiswa BSM
- b) Beasiswa prestasi
- c) Beasiswa RETRIVEL dan RAPUS
- d) Beasiswa JPD
- e) Beasiswa dari Korea
- f) Beasiswa dari Hoshizora Jeapang

¹⁰ Wawancara dengan Muh Aris di Yogyakarta, tanggal 7 Desember 2017

g) Beasiswa dari GNOTA guru dan karyawan SMKN I Bantul

6). Profil Prestasi Siswa

Tabel 5 Data Profil Prestasi Siswa

No.	Nama Siswa	Prestasi	Nama Guru Pembimbing
1.	Febri Kusmanto	Juara I Atletik Putra Tingkat Kabupaten Tahun 2017	Yanu Iswantara,SPd.
2.	Astri Purwa , Bella Suciwati	Juara I Teater Tingkat Kabupaten Tahun 2017	Dani Suratno,SSn
3.	Ovi Trisnadilla, Fikri Ivaldi Ihsan	Juara I Kelas Wirausaha Tingkat Kabupaten Tahun 2017	Dona Suci Wulan
4.	Bella Suciwati	Juara III Bussiness Plan Tingkat Kabupaten Tahun 2017	Aris Purwantinah,S.Pd.
5.	Margareta Dina Aprelia	Juara II Bussiness Plan Tingkat Kabupaten Tahun 2017	Aris Purwantinah,SPd
6.	Rizki Nur Mawanti	Juara I Bussiness Plan Tingkat Kabupaten Tahun 2017	Aris Purwantinah,SPd
7.	Indah Eviana	Juara II Bahasa Perancis Tingkat Propinsi Tahun 2017	Anita Purnaningsih, S.Pd.
8.	Nafida Maharanni	Juara II Tinju Tingkat Propinsi Tahun 2017	Arif Pratiwindyo, MPd

11

¹¹ Data ekstra kurikuler SMK N I Bantul tahun 2017 – 2018.

7). Program Pendidikan Penguatan Karakter

- a) Setiap pagi mulai jam 07.00 – 07.15 diadakan tadarus bagi yang bergama Islam dan renungan bagi yang nasrani
- b) Membiasakan bersalaman setiap bertemu dengan guru atau teman
- c) Pembiasaan sholat berjamaah di masjid sekolah
- d) Pada hari Sabtu diadakan pembinaan keagamaan Islam bagi siswa yang beragama Islam (sifatnya tidak wajib)
- e) Melakukan kunjungan (bakti sosial) ke panti asuhan atau tempat umum (pantai) Penggalangan dana atau bantuan kepada pihak yang membutuhkan (intern atau ekstern)

8). Program Literasi

- a) Pembiasaan membaca buku jam 07.00 – 07.15 setiap Kamis dan Selasa
- b) Pembuatan mading per kelas
- c) Diadakan lomba membaca antar siswa ¹²

¹² Wawancara dengan Muh Aris di Yogyakarta, tanggal 7 Desember 2017

4. Profil Paket Keahlian Perbankan Syariah

Visi

Terwujudnya tamatan yang berkualitas, berakhlak mulia, berwawasan lingkungan dan menguasai teknologi.

Misi

1. Menyiapkan sarana prasarana dan SDM yang memenuhi SNP (Standar Nasional Pendidikan)
2. Melaksanakan pembelajaran yang berbasis sains dan teknologi
3. Mengimplementasikan iman, taqwa, dan nilai-nilai karakter bangsa dalam kehidupan sehari-hari.
4. Melaksanakan pembelajaran berbasis lingkungan serta mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.
5. Menyiapkan tamatan yang mampu mengisi dan menciptakan lapangan kerja serta mengembangkan profesionalitas di bidang bisnis.
6. Mengimplementasikan pendidikan etika berlalu lintas dalam kehidupan sehari-hari.

a. Profil tamatan :

- 1) Berkepribadian islam
- 2) Mampu menterjemahkan etika syariah kedalam sistem perbankan
- 3) Kreatif, inovatif dan produktif dalam operasional perbankan syariah

- 4) Ahli di bidang Administrasi Keuangan Perbankan
- 5) Mampu mengelolaa Akuntansi perusahaan Jasa dan barang
- 6) Mampu mengelolah kas Bank Perkreditan
- 7) Mampu mengelola adminstrasi transaksi keuangan¹³

b. Alokasi Waktu Perbankan Syariah

Tabel 6 Alokasi Waktu Perbankan Syariah

MATA PELAJARAN	ALOKASI WAKTU
A. Muatan Nasional	
1. Pendidikan Agama dan Budi Pekerti	318
2. Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	212
3. Bahasa Indonesia	354
4. Matematika	424
5. Sejarah Indonesia	108
6. Bahasa Inggris dan Bahasa Asing Lainnya	352
B. Muatan Kewilayahan	
7. Seni budaya	108
8. Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	144
C. Muatan Peminatan Kejuruan	
C1. Dasar Bidang Keahlian	
9. Simulasi dan Komunikasi Digital	108
10. Ekonomi Bisnis	72
11. Administrasi Umum	72
12. IPA	72
C2. Dasar Program Keahlian	
13. Etika Profesi	72
14. Aplikasi Pengolah Angka/Spreadsheet	108
15. Akuntansi Dasar	180
16. Perbankan Dasar	108
C3. Kompetensi Keahlian	
17. Pengelolaan Kas	144
18. Ekonomi Islam	280
19. Layanan Lembaga Keuangan Syariah	418
20. Akuntansi Perbankan Syariah	490
21. Komputer Akuntansi	382

¹³ Wawancara dengan Ririh Damayanti di Yogyakarta, tanggal 7 Desember 2017

22. Produk Kreatif dan Kewirausahaan	350
Jumlah A dan B	2.020
Jumlah C (C1, C2, dan C3)	2.856
Total	4.876 ¹⁴

c. Spektrum Perbankan Syariah

Tabel 7 Spektrum Perbankan Syari'ah

MATA PELAJARAN	KELAS					
	X		XI		XII	
	1	2	1	2	1	2
A. Muatan Nasional						
1. Pendidikan Agama dan Budi Pekerti	3	3	3	3	3	3
2. Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	2	2	2	2	2	2
3. Bahasa Indonesia	4	4	3	3	3	3
4. Matematika	4	4	4	4	4	4
5. Sejarah Indonesia	3	3	-	-	-	-
6. Bahasa Inggris dan Bahasa Asing lainnya	3	3	3	3	4	4
B. Muatan Kewilayahan						
7. Seni Budaya	3	3	-	-	-	-
8. Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	2	2	2	2	-	-
C. Muatan Peminatan Kejuruan						
C1. Dasar Bidang Keahlian						
9. Simulasi dan Komunikasi Digital	3	3	-	-	-	-
10. Ekonomi Bisnis	2	2	-	-	-	-
11. Administrasi Umum	2	2	-	-	-	-
12. IPA	2	2	-	-	-	-
C2. Dasar Program Keahlian						
13. Etika Profesi	2	2	-	-	-	-
14. Aplikasi Pengolah Angka/Spreadsheet	3	3	-	-	-	-
15. Akuntansi Dasar	5	5	-	-	-	-
16. Perbankan Dasar	3	3	-	-	-	-
C3. Kompetensi Keahlian						
17. Pengelolaan Kas	-	-	4	4	-	-
18. Ekonomi Islam	-	-	4	4	4	4

¹⁴ SK. Direktur Jenderal Pendidikan Menengah Kemendikbud Nomor : 7013/D/KP/2013

19. Layanan Lembaga Keuangan Syariah	-	-	5	5	7	7
20. Akuntansi Perbankan Syariah	-	-	7	7	7	7
21. Komputer Akuntansi	-	-	4	4	7	7
22. Produk Kreatif dan Kewirausahaan	-	-	5	5	5	5
<hr/>						
Jumlah A dan B	24	24	17	17	16	16
Jumlah C (C1, C2 dan C3)	22	22	29	29	30	30
Total	46	46	46	46	46	46 ¹⁵

d. Daftar Tempat Prakerin Perbankan Syariah

Tabel 8 Daftar Tempat Prakerin

No	Nama	Alamat
1	BMT Arta Barokah	Jl. Imogiri Timur Giwangan Yogyakarta
2	BMT Sunan Kalijaga	Jl. Tegal Turi 45 Giwangan Yogyakarta
3	BMT Bangun Rakyat Sejahtera	Jl Timoho gang Delima Yogyakarta
4	BMT IKA PLN	Jl. Imogiri Timur 113 – B Yogyakarta
5	BMT Azzam	Jl. Yogja Wonosari Km 13 Piyungan
6	BMT Al Amin	Jl. DI Panjaitan Melikan Bantul
7	BMT Multazam	Jl Bantul km 4,5 Dongkelan Bantul
8	BMT Projo Artha Sejahtera	Jl. KH Mas Mansur Bantul
9	BMT Saka Madani	Jl. Bantul km 6,5 Nyemengan Bantul
10	BMT Arta Sejahtera	Gunungsaren, Trimurti, Srandakan

¹⁵ SK. Direktorat Jenderal Pendidikan Menengah Kemendikbud Nomor : 7013/D/KP/2013

11	BMT Bina Sejahtera	Ngentakrejo, Lendah, Kulon Progo
12	BMT Niti Tentrem Nugraha	Jl. Bantul Niten Bantul
13	BMT Artha Amanah Cab Bantul	Jl. KH Wakhid Hasyim Bantul

16

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Responden penelitian ini adalah semua siswa kelas X, XI, dan XII Paket Keahlian Perbankan Syariah SMKN 1 Bantul.

Tabel 9 Kelas * Sex Crosstabulation

Count		Sex		Total
		L	P	
Kelas	X	0	32	32
	XI	4	29	33
	XII	2	31	33
Total		6	92	98

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 98 siswa yang terdiri siswa kelas X sebanyak 32 siswa dengan jenis kelamin perempuan, laki-laki tidak ada. Kelas XI sebanyak 33 siswa (laki-laki 4 siswa, perempuan 29 siswa), Kelas XII 33 siswa (laki-laki 2 siswa, perempuan 31 siswa).

¹⁶ Wawancara dengan Ririh Damayanti di Yogyakarta, tanggal 7 Desember 2017

Analisis hasil penelitian dilakukan sesuai dengan alur maka analisis pertama adalah mengukur reliabilitas dan validitas variabel.

1. Variabel X1 (harga)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 dengan $df = 30-2=28$, maka nilai r-tabelnya adalah 0,374. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r- hitung > dari r tabel. Analisis output dapat dilihat sebagai berikut:

Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga

Tabel 10 Uji validitas variabel Harga

Pertanyaan X1	Nilai Signifikan (2-tailed)	R hitung	Valid/ tidak Valid
P1	0.001	.580	Valid
P2	0.007	.484	Valid
P3	0.000	.646	Valid
P4	0.000	.790	Valid
P5	0.000	.785	Valid

Pada tabel 10 diatas terlihat hasil perhitungan uji vadilitas harga. Untuk nilai r tabel untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5 % $\alpha = 0.05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden ($df= N-2$) dimana $N= 30$, maka nilai r tabel pada $30-2 = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,374. Dari tabel tersebut terlihat bahwa 5 pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel 0,374 sehingga semua pernyataan adalah valid.

2. Variabel X2 (Citra dan Kualitas)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 dengan $df = 30-2=28$, maka nilai r-tabelnya adalah 0,374. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r- hitung > dari r tabel. Analisis output dapat dilihat sebagai berikut.

Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra dan Kualitas

Tabel 11 Uji validitas variabel Citra dan Kualitas

Pertanyaan X2	Nilai Signifikan (2-tailed)	R Hitung	Valid/ tidak Valid
P1	0.035	.386	Valid
P2	0.000	.598	Valid
P3	0.000	.882	Valid
P4	0.000	.792	Valid
P5	0.000	.598	Valid
P6	0.000	.605	Valid

Pada tabel 11 diatas terlihat hasil perhitungan uji vadilitas Citra dan Kualitas. Untuk nilai r tabel untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5 % $\alpha = 0.05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden ($df = N-2$) dimana $N = 30$, maka nilai r tabel pada $30-2 = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,374. Dari tabel tersebut terlihat bahwa 5 pernyataan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel 0,374 sehingga semua pernyataan adalah valid.

3. Variabel X3 (Pemahaman tentang Perbankan Syariah)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 dengan $df = 30-2=28$, maka nilai r-tabelnya adalah 0,374. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r- hitung $>$ dari r tabel. Analisis output dapat dilihat sebagai berikut.

Hasil Pengujian Validitas Variabel Pemahaman

Tabel 12 Uji validitas variabel Pemahaman

Pertanyaan X3	Nilai Signifikan (2-tailed)	R hitung	Valid/ tidak Valid
P1	0.001	.596	Valid
P2	0.000	.621	Valid
P3	0.000	.612	Valid
P4	0.001	.596	Valid
P5	0.000	.644	Valid
P6	0.000	.636	Valid
P7	0.000	.789	Valid
P8	0.000	.702	Valid

Pada tabel 12 diatas terlihat hasil perhitungan uji validitas Pemahaman. Untuk nilai r tabel untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5 % ($\alpha = 0.05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden ($df = N-2$) dimana $N = 30$, maka nilai r tabel pada $30-2 = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,374. Dari tabel tersebut terlihat bahwa 5 pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel 0,374 sehingga semua pernyataan adalah valid.

4. Variabel X4 (Promosi)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 dengan $df = 30-2=28$, maka nilai r-tabelnya adalah 0,374. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r- hitung > dari r tabel. Analisis output dapat dilihat sebagai berikut.

Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi

Tabel 13 Uji validitas variabel Promosi

Pertanyaan X4	Nilai Signifikan (2-tailed)	R Hitung	Valid/ tidak Valid
P1	0.017	.431	Valid
P2	0.002	.534	Valid
P3	0.029	.398	Valid
P4	0.047	.396	Valid
P5	0.031	.394	Valid
P6	0.001	.596	Valid
P7	0.009	.466	Valid
P8	0.006	.491	Valid
P9	0.001	.581	Valid

Pada tabel 13 diatas terlihat hasil perhitungan uji validitas Promosi. Untuk nilai r tabel untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5 % $\alpha = 0.05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden ($df = N-2$) dimana $N = 30$, maka nilai r tabel pada $30-2 = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,374. Dari tabel tersebut terlihat bahwa 5 pernyataan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel 0,374 sehingga semua pernyataan adalah valid.

5. Variabel X5 (Sosial Budaya)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 dengan $df = 30-2=28$, maka nilai r-tabelnya adalah 0,374. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r- hitung $>$ dari r tabel. Analisis output dapat dilihat sebagai berikut.

Hasil Pengujian Validitas Variabel Sosial Budaya

Tabel 14 Uji validitas variabel Sosial Budaya

Pertanyaan X5	Nilai Signifikan (2-tailed)	R hitung	Valid/ tidak Valid
P1	0.000	.644	Valid
P2	0.000	.607	Valid
P3	0.000	.734	Valid
P4	0.000	.771	Valid
P5	0.000	.650	Valid
P6	0.001	.507	Valid
P7	0.000	.721	Valid

Pada tabel 14 diatas terlihat hasil perhitungan uji validitas Sosial Budaya. Untuk nilai r tabel untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5 % ($\alpha = 0.05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden ($df = N-2$) dimana $N = 30$, maka nilai r tabel pada $30-2 = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,374. Dari tabel tersebut terlihat bahwa 5 pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel 0,374 sehingga semua pernyataan adalah valid.

6. Variabel X6 (Preferensi)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 dengan $df = 30-2=28$, maka nilai r-tabelnya adalah 0,374. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r- hitung > dari r tabel. Analisis output dapat dilihat sebagai berikut.

Hasil Pengujian Validitas Variabel Preferensi

Tabel 15 Uji validitas variabel Preferensi

Pertanyaan Y	Nilai Signifikan (2-tailed)	R Hitung	Valid/ tidak Valid
P1	0.001	.597	Valid
P2	0.000	.614	Valid
P3	0.001	.567	Valid
P4	0.002	.548	Valid
P5	0.027	.403	Valid
P6	0.000	.563	Valid
P7	0.001	.563	Valid

Pada tabel 15 diatas terlihat hasil perhitungan uji validitas Preferensi. Untuk nilai r tabel untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5 % $\alpha = 0.05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden ($df = N-2$) dimana $N = 30$, maka nilai r tabel pada $30-2 = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,374. Dari tabel tersebut terlihat bahwa 5 pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel 0,374 sehingga semua pernyataan adalah valid. Dilanjutkan dengan uji reliabilitas dengan hasil dibawah ini.

Tabel 16 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's	N of Item	Tidak/Reliabel
Harga	.679	5	Reliabel
Citra dan Kualitas	.704	6	Reliabel
Pemahaman	.799	8	Reliabel
Promosi	.704	9	Reliabel
Sosial Budaya	.781	7	Reliabel
Preferensi Siswa	.645	7	Reliabel

Pada tabel 16 diatas terlihat bahwa besarnya nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Artinya dapat diambil kesimpulan data tersebut sangat reliabel.

B. Pengujian Data

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas perlu dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data karena data yang berdistribusi normal merupakan syarat dilakukannya *parametric-test*. Data yang normal berarti mempunyai penyebaran yang normal pula. Dengan demikian, data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.¹⁷ Sementara itu jika dianalisa dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, maka terlihat seperti pada table berikut ini :

Tabel 17 Uji Hasil Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,51169434
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,052
	Negative	-,058
Test Statistic		,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

¹⁷ Sarjono & Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah pengantar: aplikasi untuk riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h.64

Berdasarkan uji normalitas dengan Komlogrov-Smirnov Test diperoleh nilai sebesar ,058 dan Asymp.sig sebesar .200 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal dan menunjukkan bahwa variabel harga, citra dan kualitas, pemahaman, promosi dan sosial budaya dapat diteliti terhadap preferensi siswa.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas diperlukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas dapat berdasarkan nilai Toleran dan VIF yang terdapat pada tabel Coefficients dibawah ini:

Tabel 18 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	,071	2,045		,035	,972			
Harga	,363	,111	,295	3,277	,001	,560	1,785	
Citra dan Kualitas	,331	,091	,322	3,627	,000	,576	1,737	
Pemahaman	,204	,064	,236	3,190	,002	,826	1,211	
Promosi	,040	,060	,052	,662	,509	,732	1,367	
Sosial Budaya	,124	,062	,163	2,013	,047	,693	1,443	

a. Dependent Variable: Preferensi

Dengan dasar pengambilan keputusan bahwa :

- Jika nilai VIF tidak lebih dari 10,00
- Jika nilai Tolerance tidak kurang dari 0,10

Maka model dapat dikatakan tebebas dari multikolinearitas. Berdasarkan Tabel 18 diatas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance seluruh Variabel adalah $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10,00$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Dapat disimpulkan bahwa harga, citra dan kualitas, pemahaman, promosi dan sosial budaya tidak mempunyai korelasi variabel independent. Hal ini dikarenakan bahwa siswa atau responden memiliki persepsi atau tanggapan berbeda terhadap setiap perbedaan variabel.

3. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *Heterokedastisitas* bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksmaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain¹⁸.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013) h.139

Tabel 19 Hasil Uji *Heteroskedastisitas*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,689	1,118		,617	,539
	Harga	,043	,061	,097	,707	,481
	Citra dan Kualitas	-,020	,050	-,053	-,394	,695
	Pemahaman	,027	,035	,087	,772	,442
	Promosi	-,034	,033	-,124	-1,034	,304
	Sosial Budaya	,013	,034	,049	,397	,692

a. Dependent Variable: Absut

Berdasarkan table 19 diatas terlihat bahwa semua variabel tidak signifikan terhadap variabel absolute dari nilai residual. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah *heteroskedastisitas*. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang diteliti tidak memiliki persamaan antara satu observasi dengan observasi lainnya, karena setiap variabel yang diteliti memiliki dimensi yang berbeda sebagai acuan untuk mendapatkan tanggapan tentang preferensi siswa dalam memilih paket keahlian.

C. Pengujian Hipotesis Statistik

1. Koefisien Determinasi

Tabel 20 Hasil Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,764 ^a	,584	,561	1,55223

a. Predictors: (Constant), Sosial Budaya, Citra dan Kualitas, Pemahaman, Promosi, Harga

Dari tabel 20 yang tertera diatas terhadap tampilan output SPSS model summary besarnya Adjusted R 56.10% variabel preferensi siswa dapat dijelaskan oleh variabel harga, citra dan kualitas, pemahaman, promosi dan sosial budaya. Sedangkan sisanya ($100\% - 56.1\% = 43.9\%$) dijelaskan oleh sebab sebab yang lain diluar mode. Nilai R = 0.764 menunjukkan bahwa antara variabel terikat (X) mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel bebas yaitu preferensi siswa (Y). Karena hal yang terdapat di dalam variabel bebas tersebut lah yang dapat menentukan preferensi siswa dan memiliki hubungan yang sempurna.

2. Uji F Hitung

Tabel 21 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310,742	5	62,148	25,794	,000 ^b
	Residual	221,666	92	2,409		
	Total	532,408	97			

a. Dependent Variable: Preferensi

b. Predictors: (Constant), Sosial Budaya, Citra dan Kualitas, Pemahaman, Promosi, Harga

Berdasarkan tabel 21 diatas dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 25.794 dengan probabilitas 0.000 karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi preferensi siswa atau dapat dikatakan bahwa harga, citra dan kualitas, pemahaman, promosi dan sosial budaya secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap preferensi siswa. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang terdapat di dalam seluruh variabel mempunyai pengaruh yang nyata secara bersamaan terhadap preferensi siswa sebagai variabel terikat.

3. Uji t hitung

Tabel 22 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,071	2,045		,035	,972
	Harga	,363	,111	,295	3,277	,001
	Citra dan Kualitas	,331	,091	,322	3,627	,000
	Pemahaman	,204	,064	,236	3,190	,002
	Promosi	,040	,060	,052	,662	,509
	Sosial Budaya	,124	,062	,163	2,013	,047

a. Dependent Variable: Preferensi

a. Pengaruh Variabel Harga (X1) terhadap Variabel Preferensi Siswa (Y)

Dari hasil analisis pada table nilai t-hitung untuk koefisien harga adalah 3.277 sedang t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0.05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t tabel, nilai α dibagi dua menjadi 0,025 didapat t tabel adalah 1.673.

Dari hasil perhitungan tersebut ternyata nilai t-hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $3.277 > 1.673$ dan sig (probabilitas) nya $0,001 < \alpha = 0,05$. Sehingga hipotesis yang berbunyi adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap Preferensi siswa diterima dengan koefisien regresi $\beta \neq 0$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang nyata antara harga (X1) terhadap Preferensi siswa (Y).

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa siswa dalam memilih paket keahlian dipengaruhi oleh harga.

b. Pengaruh Variabel citra dan kualitas (X2) terhadap Variabel Preferensi siswa (Y).

Dari hasil analisis pada tabel nilai t-hitung untuk koefisien citra dan kualitas adalah 3.627 sedang t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0.05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t tabel, nilai α dibagi dua menjadi 0,025 didapat t tabel adalah 1.673.

Dari hasil perhitungan tersebut ternyata nilai t-hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $3.627 > 1.673$ dan sig (probabilitas) nya $0,000 < \alpha = 0,05$. Sehingga hipotesis yang berbunyi adalah terdapat pengaruh yang nyata antara citra dan kualitas terhadap Preferensi siswa diterima dengan koefisien regresi $\beta \neq 0$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, berarti secara parsial terdapat pengaruh yang nyata antara citra dan kualitas (X2) terhadap preferensi siswa (Y). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Preferensi siswa dalam memilih paket keahlian dipengaruhi secara nyata oleh citra dan kualitas.

c. Pengaruh Variabel pemahaman (X3) terhadap Variabel Preferensi siswa (Y)

Dari hasil analisis pada tabel nilai t-hitung untuk koefisien pemahaman adalah 3.19 sedang t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0.05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t tabel, nilai α dibagi dua menjadi 0,025 didapat t tabel adalah 1.673. Dari hasil perhitungan tersebut ternyata nilai t-hitung lebih kecil

dari t tabel yaitu $3.190 > 1.673$ dan sig (probabilitas) nya $0,000 < \alpha = 0,05$. Sehingga hipotesis yang berbunyi adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara pemahaman perbankan syariah terhadap preferensi siswa diterima dengan koefisien regresi $\beta \neq 0$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, berarti secara parsial terdapat pengaruh antara pemahaman (X3) terhadap Preferensi siswa (Y).

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa preferensi siswa dalam memilih paket keahlian dipengaruhi oleh pemahaman terhadap perbankan syariah. Mereka lebih mementingkan faktor pemahaman terhadap perbankan syariah dalam memilih paket keahlian.

d. Pengaruh Variabel promosi (X4) terhadap Variabel Preferensi siswa (Y)

Dari hasil analisis pada tabel nilai t-hitung untuk koefisien promosi adalah 0.662 sedang t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0.05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t tabel, nilai α dibagi dua menjadi 0,025 didapat t tabel adalah 1.673. Dari hasil perhitungan tersebut ternyata nilai t-hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0.662 < 1.673$ dan sig (probabilitas)nya $0,509 > \alpha = 0,05$. Sehingga hipotesis yang berbunyi adalah tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap preferensi siswa diterima dengan koefisien regresi $\beta = 0$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh antara promosi (X4) terhadap preferensi siswa (Y). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa preferensi siswa dalam memilih paket keahlian tidak dipengaruhi oleh promosi.

e. Pengaruh Variabel sosial budaya (X5) terhadap Variabel Preferensi siswa (Y)

Dari hasil analisis pada tabel nilai t-hitung untuk koefisien sosial budaya adalah 2.013 sedang t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0.05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t tabel, nilai α dibagi dua menjadi 0,025 didapat t tabel adalah 1.673. Dari hasil perhitungan tersebut ternyata nilai t-hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $2.01 > 1.673$ dan sig (probabilitas) nya $0,047 < \alpha = 0,05$. Sehingga hipotesis yang berbunyi adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara sosial budaya terhadap preferensi siswa diterima dengan koefisien regresi $\beta \neq 0$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, berarti secara parsial terdapat pengaruh antara sosial budaya (X5) terhadap Preferensi siswa (Y). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa preferensi siswa dalam memilih paket keahlian dipengaruhi oleh faktor sosial budaya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap preferensi siswa dalam memilih paket keahlian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung (.662) lebih kecil dari t tabel (1.673) dan nilai sig (probabilitas) variabel promosi (X_1) adalah $0,509 > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima.
2. Terdapat pengaruh partial yang signifikan antara faktor harga, citra dan kualitas, pemahaman dan sosial budaya, terhadap preferensi siswa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung masing masing variabel lebih besar dari t tabel (1.673) dan nilai sig (probabilitas) masing masing variabel kecuali promosi lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, citra dan kualitas, pemahaman, promosi dan sosial budaya secara bersama-sama (simultan) terhadap preferensi siswa dengan nilai F hitung 25.794 dengan probabilitas 0.000 karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi preferensi siswa atau dapat dikatakan bahwa harga, citra dan kualitas, pemahaman, promosi dan sosial budaya secara bersama-sama berpengaruh terhadap preferensi siswa.
4. Variabel yang paling berpengaruh terhadap preferensi siswa adalah variabel citra dan kualitas (X_3). Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung (3.627) lebih besar dari t tabel (1.673) dan nilai sig (probabilitas) variabel citra dan kualitas adalah $0,000 < \alpha = 0,05$.

B. SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Tingkat pemilihan paket yang dilakukan oleh siswa lebih memprioritaskan citra dan kualitas yang akan berpengaruh pada preferensi siswa dengan cara seperti meningkatkan kualitas

memberikan dampak yang lebih jelas sehingga siswa dapat selalu dengan baik dan puas terhadap pilihannya.

2. Berupaya untuk mensosialisasikan paket keahlian yang sudah ada dan terus melakukan inovasi-inovasi terhadap promosi sehingga dapat lebih menarik, kompetitif, sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan juga tetapi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2005, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari, Ratih Hurriyati, 2009, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Ali, Zainuddin, 2010, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Amirin, Tatang M..2010. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: PT. Rajawali.
- Anoraga, Panji, 2004, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Arikunto, Suharsimi, 2009, *Dasar – Dasar Evaluasi Pendidikan (edisi revisi)*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardiana, I Wayan, 2010. “Studi Etnografi Preferensi Siswa Melanjutkan Sekolah Ke SMA Daripada SMK Di Era Kebijakan Pengembangan SMK (Di Kabupaten Bangli)”. *Jurnal Pasca Sarjana*, Vol. 1, No. 2, 2010, Bali: Universitas Pendidikan Ganesha
- Arif, Nur Rianto Al , *Teori Mikroekonomi*, Kencana, Jakarta, 2010
- Ascarya. 2005.*Pemetaan Hasil Peneltian Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Indonesia*.Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, BankIndonesia. Jakarta.
- Asik Belajar, “Pemahaman Belajar”, dikutip dari <http://www.asikbelajar.com>, diakses pada hari Selasa 2 Januari 2018 jam 10.41 wib.
- Atmodiwiryo, Soebagio, 2000, *Manajemen Pendidikan Indonesia*, Jakarta: Ardadizya Jaya.
- Bank Indonesia dan Institut Pertanian Bogor. 2003. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kalimantan Selatan*, Bank Indonesia, Jakarta.
- Cantika , Natalia Dwi, 2013, “Pengaruh Strategi Pemasaran Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Surabaya”. *Jurnal Mahasiswa Unesa*. Vol. 1, No. 1, 2013, Surabaya: Universitas Negeri Surabaya

Chaundry, Muhammad Syarif. 2012. *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Daftar Alamat SMK se Kabupaten Bantul, dikutip dari <http://blog.unnes.ac.id/daftardaftar/daftar-alamat-smk-se-kab-bantul/>, diakses pada hari Rabu tanggal 22 November 2017 jam 13.10 wib.

Data Ekstra Kurikuler SMK N 1 Bantul 2017-2018

Dharmayanti , Winna dan Shudji Munadi. 2014. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Siswa SMP Masuk SMK Di Kota Pontianak”. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, Vol. 4, No. 3, November 2014, Pontianak: IKIP PGRI Pontianak

Fatoni, Siti Nur, 2014, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, Bandung: Pustaka Setia.

Ghozali, H. Imam, 2007, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herlambang, Susatyo, 2014, *Basic Marketing*, Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Hurriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen cetakan pertama*. Bandung : CV. Alfabeta.

-----, 2010, *Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.

Junaidi. 2015. Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo). *Jurnal Fokus Bisnis*, Volume 14, No. 02, bulan Desember 2015, Paloppo: STIE Muhammadiyah Paloppo.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2006. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kardani, Dewa Ayu Putu Eka, Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat, “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. BPR. Jaya Kerti Mengwi Badung”, dikutip dari <https://media.neliti.com/media/publications/101346-ID-pengaruh-citra-perusahaan-terhadap-loyal.pdf>, diakses pada hari Senin 20 November 2017 jam 10.02 WIB

Karim, Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kismono, Gugup, 2001, *Pengantar Bisnis*, Edisi I, Cetakan I, Yogyakarta: BPFE.

- Krismawintari , Ni Putu Dyah, 2016, Mengenai Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah (Studi Pada SMPK 1 Harapan Denpasar), *Jurnal Pendidikan Ekonomi* , Vol.10, No.2. Februari 2016, Bali: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Kriyantono, Rachmat, 2008, *Public Relations Writing: Membangun Public Relations Membangun Citra Korporat*, Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip.,2010., *Manajemen Pemasaran*, Cet Ke-10, Jakarta: Prehalindo.
- ., 1999. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Vol 2, Edisi Ketujuh, Terjemahan, Jakarta : Lembaga Penerbit FE-UI.
- ., 2012, *Principle of Marketing*, Fourteenth Edition, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*, terj. Ancella Anitawati Hermawan, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Gery Amstrong. 2003. *Marketing an Introduction*.Third Edition. New Jesrey: Prentice-Hall. Inc..
- Kristiani, Nuning, 2016, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tua Siswa Memilih SD Kesatriyan Surakarta”. *Jurnal Manajemen Maranatha*., vol. 16, no. 1, Novemembr 2016, Surakarta: Universitas Kristen Maranatha,
- Kurniati. 2012. *Analisis persepsi dan preferensi nasabah muslim dan nasabah non muslim terhadap keputusan memilih perbankan syariah di provinsi DIY(Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Yogyakarta dan Bank Pembangunan Daerah (BPD) DIY Syariah)*. JURNAL EKONOMI SYARIAH INDONESIA, Volume II, No.2 Desember 2012. Yogyakarta: Universitas Alma Ata.
- Kusuma, Muhammad Halim, “Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten”, dikutip dari <http://eprints.ums.ac.id/41849/1/11.%20NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>, diakses pada hari Selasa 2 Januari 2018 jam 14.17 wib.
- Lupiyohadi, Rambat dan A. Hamdani.2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*.Edisi Dua. Jakarta: Salemba Empat.

- Madnasir, Khoirudin, 1989, *“Etika Bisnis Dalam Islam”*, Seksi Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Raden Intan, Lampung.
- Machmud, Amir Machmud , Rukmana, 2010, *Bank Syariah (Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta: Erlangga.
- Mappiare, Andi, 1994, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, Surabaya: Usana Offsetprinting.
- Marwan, Asri., 1990., *Marketing. Cetakan Kedua*, Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada.
- Maryati, Sri. 2009. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) Di Kota Semarang”, *Tesis*, Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota, Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Murdopo, Langgeng, 2013, “Analisis Preferensi Siswa Dalam Memilih Sekolah Madrasah Aliyah di Pulang Pisau”. *JSM (Jurnal Sains Manajemen)* ISSN : 2302-1411 Program Magister Sains Manajemen UNPAR Vol. I, No. 1, April 2013, Palangkaraya: UNPAR
- Muhammad, Prof..Dr., “Rubrik Kajian Kita Majalah Pengusaha Muslim Edisi 32/2012”, dikutip dari <http://majalah.pengusahamuslim.com/pemasaran-dalam-perspektif-islam/>, diakses pada hari Rabu 2 Januari 2018 jam 14.55 wib.
- Muhammad Aris, Waka Kesiswaan SMK N 1 Bantul , Yogyakarta, tanggal 7 Desember 2017
- Nofinawati, “Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia”, dikutip dari <https://media.neliti.com/media/publications/93143-ID-perkembangan-perbankan-syariah-di-indone.pdf>, diakses hari Selasa 2 Januari 2018 jam 11.35 WIB.
- Parasuraman, A Valerie, 2001, *Delivering Quality Service*. diterjemahkan oleh Sutanto. New York: The free press.
- Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 1990 tentang Pendidikan Menengah
- “Prinsip Perbankan Syariah”, *Wikipedia* dikutip dari https://id.wikipedia.org/wiki/Perbankan_syariah, diakses pada hari Selasa 2 Januari 2018 jam 15.04 WIB.

Profil dikutip dari,

<http://smkn1bantul.sch.id/html/index.php?id=profil&kode=12&profil=Sejarah%20Singkat>, diakses pada hari Rabu 22 Noember 2018 jam 13.15 wib.

Purnomo, Jatmico Edi. Sudartono. Agus Suharmanto. 2009. “Pengaruh Iklan SMK di Televisi Terhadap Minat Siswa SMP Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang Untuk Melanjutkan Ke SMK”. *Jurnal PTM.*. Vol. 9. No.1: 1412-1247, Juni 2009, Semarang: Unnes

Purnomo, Setiawan Hari, 1996. *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Purwanto, Ngelim, 2010, *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*, Bandung: Remaja Rosda Karya.

Rahayu, Yulianda, Ima Amaliah, dan Westi Riani, Jurnal. *Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Bandung dalam Menggunakan Akad Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah di Lembaga Keuangan Syariah*, (online), dikutip <https://karyailmiah.unisba.ac.id>, diakses tanggal 26 April 2017.

Rencana Strategis Departemen Pendidikan Nasional (Renstra Depdiknas) 2005-2009. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.

Renstra SMK N 1 Bantul tahun 2017 - 2021

Rifa'i, Muh. Khoirul, “Urgensi Manajemen Mutu Pelayanan Jasa Pendidikan”, dikutip dari, <https://www.kiblat.net/2018/02/27/urgensi-manajemen-mutu-pelayanan-jasa-pendidikan/>, diakses pada hari Selasa 2 Januari 2018 jam 10.30 WIB.

Ririh Damayanti, Ketua Paket Keahlian Perbankan Syariah SMK N 1 Bantul , Yogyakarta, tanggal 7 Desember 2017.

Sanjaya, Wina, 2008, *Kurikulum dan Pembelajaran Teori dan Praktek Pengembangan KTSP*, Jakarta: Kencana.

Sessu, Andi, 2013, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prefensi Siswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, no. 5, vol. 3, September 2013, Jakarta: Uhamka.

Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al-Misbah*. Vol. 7. Jakarta: Lentera Hati.

Sholikhatun, Isna, 2017, *Laporan Individu Praktik Lapangan Terbimbing (PLT)* Universitas Negeri Yogyakarta Semester Ganjil 2017/2018, Yogyakarta.

- Singarimbun, Masri Singarimbun, Sofyan Effendi, 1995, *Metode penelitian survey*, Jakarta: LP3ES.
- Siamat, Dahlan, 1995, *Manajemen Lembaga Keuangan*. Jakarta: Intermedia.
- SK. Direktur Jenderal Pendidikan Menengah Kemendikbud Nomor : 7013/D/KP/2013 tentang *Spektrum Keahlian Pendidikan Menengah Kejuruan*. Jakarta.
- Stanton, William J. 2002. *Fundamentals of Marketin*.10 Edition. Singapore: Mc Graw-Hill International.
- Santoso, Daniel Teguh Tri, Endang Purwanti. “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang”. *Among Makarti*. Vol. 6 no. 16 Desember 2013, Salatiga: STIE AMA Salatiga.
- Setiadi, Nugroho J, 2003, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Prenada Media.
- Soemirat, Soleh, Elvinaro Ardianto, 2007, *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Stanton, William J, 1985, *Prinsip Manajemen* Edisi Ketujuh Jilid 1, terj. Yohanes Lamarto, Erlangga, Jakarta.
- Sugiartha, Putu Ngurah Arya Darma, 2015, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Siswa Dalam Memilih SMP Laboratorium UNDIKSHA Singaraja”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, vol. 5, no. 1, 2015, Bali: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Sudjana, Nana, 1995, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono.2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta: Bandung.
- Suryadi, 2009, *Manajemen Mutu Berbasis Sekolah*, Bandung: PT Sarana Panca Karya Nusa.
- Swasta, Basu, Irawan,1997, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Syafei, Rachmat MA.2000, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia.

- Syafril, Nuril Huda. "Analisis Faktor Sosial Budaya Dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin)". *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 3, Nomor 3, Oktober 2015, Lampung: Universitas Lampung.
- Tangkilisan, Glendy , Sem G. Oroh, Agus Supandi Soegoto. 2014. " Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Di SMK N 1 MANADO". *Jurnal EMBA*, Vol.2, No.4, Desember 2014, Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Tim Dosen Pendidikan. "Definisi dan Pengertian Pemasaran menurut Para Ahli". <http://www.dosenpendidikan.com/definisi-dan-pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/> diakses tanggal 11 Januari 2018.
- Tim Penyusun Al Quran Al Hafidz, 2016, *Al Quran dan Terjemahan*, Bandung: Cordoba.
- Tim Penyusun Kamus, 1993, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Tim Penyusun, 2007, Renstra SMK N I Bantul tahun 2017 – 2021. Bantul: SMK N 1 Bantul.
- Tito. 2013. "Pengaruh Karakteristik Sekolah, Kompetensi Keahlian, Citra SMK dan Kelas Sosial Orang Tua Dalam keputusan Peserta Didik Memilih Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Di kota Palangka Raya". *JSM (Jurnal Sains Manajemen)* ISSN : 2302-1411 Program Magister Sains Manajemen , Vol. 1, No.1, April 2013, Palangkaraya: UNPAR
- Wibowo, Sukarno, Dedi Supiadi, 2013, *Ekonomi Mikro Islam cetakan pertama*, Bandung: Pustaka Setia.
- Djokosantoso, Moeljono, 2003, *Budaya Korporat dan Keunggulan Koperasi*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, Fandy, 2000, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- ., 2009, *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Marknesis.
- Wijaya, David, 2012, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya.

I. DATA RESPONDEN

1. Nama : (Boleh dikosongi)
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Kelas
 - a. X
 - b. XI
 - c. XII

II. PETUNJUK ANGKET VARIABEL

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai yang saudara/i pilih berdasarkan keadaan anda sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

Harga

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena fasilitasnya sesuai dengan yang saya inginkan				
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena pelayanannya sesuai dengan yang saya inginkan				
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena sistem pengajarannya sesuai dengan yang saya inginkan				
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan yang saya inginkan				
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan				

	ekstrakurikuleranya lebih baik bila dibandingkan dengan sekolah lain yang sejenis				
6	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena biaya Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) perbulannya terjangkau				
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena besar pungutan masih dalam taraf kewajaran				

Citra dan kualitas

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas fasilitasnya lengkap				
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas pelayanannya baik				
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di perguruan tinggi				
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di dunia kerja				
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul lingkungan sekolahnya baik				
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul Nilai UN SMP baik				
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul banyak prestasi yang dicapai				
8	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena banyaknya kegiatan positif yang dilaksanakan				

Pemahaman tentang Perbankan Syariah

1	Sistem bunga tidak digunakan dalam perbankan syariah				
2	Perbankan syariah adalah bank yang berdasar Al Quran, Sunah, Fatwa Ulama dan Pemerintah				
3	Perbankan syariah sudah cukup berkembang di Indonesia				
4	Perbankan syariah menggunakan bagi hasil dalam pembagian keuntungannya				
5	Perbankan syariah bersifat gotong royong dan bebas				

	riba				
6	Saya tahu dan mengerti perbedaan bank syariah dengan bank konvensional				
7	Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah				
8	Orientasi bisnis bank syariah selain mencari profit juga berusaha mendapatkan keberkahan dari Allah SWT				
9	Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah Islam.				

Promosi

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena presentasi yang diadakan di SMP saya				
2	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>brochure</i> (selebaran) yang saya baca				
3	Isi persentasi yang disampaikan di SMP membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul				
4	Narasumber yang memberika penjelasan tentang Perbankan Syariah SMK N I Bantul membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul				
5	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari kakak kelas di SMK				
6	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari alumni				
7	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari tetangga				
8	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>website</i> yang saya baca				
9	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>media sosial yang saya ikuti</i>				
10	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari guru atau karyawan yang tinggal di dekat saya				

Sosial budaya

1	Pendidikan anak merupakan hal yang penting di keluarga kami				
2	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikannya merupakan keharusan di keluarga kami				
3	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pelayanannya merupakan keharusan di keluarga kami				
4	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik fasilitasnya merupakan keharusan di keluarga kami				
5	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena saudara saya sekolah di sana				
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena anak tetangga saya juga sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul				
7	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikan karakternya merupakan keharusan di keluarga kami				

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya.

I. DATA RESPONDEN

1. Nama : Amanda Naurens R (Boleh dikosongi)

2. Jenis Kelamin :

a. Laki-laki

☒ b. Perempuan

3. Kelas

☒ a. X

b. XI

c. XII

II. PETUNJUK ANGKET VARIABEL

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai yang saudara/i pilih berdasarkan keadaan anda sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

Harga

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena fasilitasnya sesuai dengan yang saya inginkan			✓	
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena pelayanannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena sistem pengajarannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan yang saya inginkan			✓	
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan			✓	

	ekstrakurikuler lebih baik bila dibandingkan dengan sekolah lain yang sejenis				
6	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena biaya Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) perbulannya terjangkau			✓	
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena besar pungutan masih dalam taraf kewajaran			✓	

Citra dan kualitas

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas fasilitasnya lengkap		✓		
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas pelayanannya baik			✓	
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di perguruan tinggi		✓		
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di dunia kerja		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul lingkungan sekolahnya baik		✓		
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul Nilai UN SMP baik		✓		
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul banyak prestasi yang dicapai			✓	
8	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena banyaknya kegiatan positif yang dilaksanakan	✓			

Pemahaman tentang Perbankan Syariah

1	Sistem bunga tidak digunakan dalam perbankan syariah			✓	
2	Perbankan syariah adalah bank yang berdasar Al Quran, Sunah, Fatwa Ulama dan Pemerintah		✓		
3	Perbankan syariah sudah cukup berkembang di Indonesia			✓	
4	Perbankan syariah menggunakan bagi hasil dalam pembagian keuntungannya		✓		
5	Perbankan syariah bersifat gotong royong dan bebas			✓	

	riba				
6	Saya tahu dan mengerti perbedaan bank syariah dengan bank konvensional			✓	
7	Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah			✓	
8	Orientasi bisnis bank syariah selain mencari profit juga berusaha mendapatkan keberkahan dari Allah SWT		✓		
9	Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah Islam.			✓	

Promosi

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena presentasi yang diadakan di SMP saya			✓	
2	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>brochure</i> (selebaran) yang saya baca		✓		
3	Isi persentasi yang disampaikan di SMP membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul			✓	
4	Narasumber yang memberika penjelasan tentang Perbankan Syariah SMK N I Bantul membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
5	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari kakak kelas di SMK			✓	
6	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari alumni			✓	
7	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari tetangga			✓	
8	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>website</i> yang saya baca		✓		
9	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>media sosial</i> yang saya ikuti		✓		
10	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari guru atau karyawan yang tinggal di dekat saya			✓	

Sosial budaya

1	Pendidikan anak merupakan hal yang penting di keluarga kami	✓			
2	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikannya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		
3	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pelayanannya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		
4	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik fasilitasnya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		
5	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena saudara saya sekolah di sana		✓		
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena anak tetangga saya juga sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
7	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikan karakternya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		

II. PETUNJUK ANGKET VARIABEL

Berilah tanda check (✓) pada kolom yang tersedia sesuai yang saudara pilih berdasarkan jawaban yang diberikan, dengan diberikan jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

KS : Kurang Sesuai

TS : Tidak Sesuai

Berikut :

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena fasilitasnya sesuai dengan yang saya inginkan			✓	
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena pelayanannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena metode pengajarannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena keahliannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena lingkungan				

Lampiran Angket Penelitian

REKAPITULASI ANGKET PENELITIAN

NO.	KLS	HARGA	CITRAKU	HAMBSY	PROMO	SOSBUD	PREFERENSI
1	X	12	17	30	22	22	19
2	X	16	23	29	23	21	22
3	X	14	22	28	21	18	20
4	X	14	21	28	21	18	20
5	X	14	18	23	22	17	18
6	X	12	17	29	23	24	21
7	X	15	18	32	22	20	22
8	X	20	24	32	22	22	26
9	X	15	18	24	24	23	21
10	X	14	18	28	23	23	22
11	X	14	20	28	24	19	23
12	X	15	18	30	22	22	20
13	X	17	18	24	24	18	22
14	X	12	15	31	15	14	17
15	X	17	20	29	24	23	24
16	X	13	16	27	18	17	21
17	X	14	18	23	19	18	22
18	X	15	19	31	18	21	21
19	X	16	16	30	23	18	23
20	X	14	15	25	19	16	18
21	X	15	19	30	20	22	23
22	X	14	17	28	17	19	22
23	X	14	21	28	23	20	22
24	X	15	20	31	16	15	19
25	X	15	19	31	22	24	20
26	X	15	19	30	21	24	23
27	X	15	19	29	24	22	22
28	X	16	18	24	25	19	20
29	X	16	18	25	23	20	21
30	X	14	15	25	19	16	18
31	X	15	19	30	20	22	23
32	X	14	17	28	17	19	22
33	XI	15	18	32	20	28	23
34	XI	15	21	29	21	20	19
35	XI	12	17	32	26	25	19
36	XI	14	17	32	23	25	19
37	XI	16	19	30	24	19	24
38	XI	15	17	27	24	19	19
39	XI	15	18	29	24	20	20

40	XI	17	21	31	23	25	25
41	XI	15	20	31	24	21	24
42	XI	15	21	29	22	20	21
43	XI	11	21	29	22	20	21
44	XI	13	18	32	19	22	23
45	XI	15	20	30	23	20	19
46	XI	15	22	31	30	24	26
47	XI	13	17	31	22	14	19
48	XI	13	18	31	19	14	21
49	XI	20	21	32	30	22	23
50	XI	15	21	31	22	22	23
51	XI	13	14	30	21	18	20
52	XI	15	17	31	23	21	24
53	XI	15	17	30	23	23	22
54	XI	15	18	30	24	16	19
55	XI	13	18	29	22	20	20
56	XI	15	17	24	25	20	20
57	XI	14	18	28	25	21	20
58	XI	17	18	32	19	19	23
59	XI	15	22	31	23	22	21
60	XI	16	18	32	20	18	22
61	XI	13	17	31	22	14	19
62	XI	13	18	31	19	14	21
63	XI	20	21	32	27	22	23
64	XI	15	21	31	22	22	23
65	XI	14	18	28	25	21	20
66	XII	15	18	30	15	18	19
67	XII	16	18	28	24	21	21
68	XII	13	17	27	22	24	20
69	XII	11	15	28	20	18	18
70	XII	15	18	24	22	21	19
71	XII	13	15	24	20	18	19
72	XII	19	22	30	25	24	24
73	XII	13	18	25	18	17	18
74	XII	14	16	25	22	20	18
75	XII	15	18	30	15	18	19
76	XII	15	18	28	27	20	21
77	XII	16	19	29	21	21	19
78	XII	15	18	30	18	18	19
79	XII	12	16	25	22	22	17
80	XII	15	18	24	22	18	21
81	XII	15	20	31	26	21	21
82	XII	14	19	27	26	23	19
83	XII	15	18	30	21	16	17
84	XII	11	16	31	18	20	19

85	XII	14	18	27	20	18	19
86	XII	14	20	28	18	18	22
87	XII	13	19	25	16	14	18
88	XII	11	16	29	22	20	19
89	XII	7	6	25	22	18	11
90	XII	15	18	24	24	21	20
91	XII	13	16	24	20	23	15
92	XII	15	18	24	21	16	18
93	XII	14	17	24	21	18	17
94	XII	16	18	32	27	27	23
95	XII	17	20	31	15	24	21
96	XII	12	18	24	22	16	19
97	XII	14	20	28	18	18	22
98	XII	13	19	25	16	14	18

Lampiran Tabulasi

ANGKET PENELITIAN HARGA, CITRA DAN KUALITAS, PEMAHAMAN TTG BANK SYARIAH, PROMOSI, DAN SOSIAL BUDAYA SISWA SMKN 1 BANTUL PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH

NO.	KLS	JK	HARGA					JML	CITRA DAN KUALITAS						JML	MAHAMAN TTG BANK SYARI									JML	Promosi									JML	SOSIAL BUDAYA							JML	Preferensi Siswa							Jml
			1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	9		1	2	3	4	5	6	7	1	2		3	4	5	6	7											
1	X	0	2	3	3	2	2	12	3	2	3	3	3	3	17	3	3	4	4	4	4	4	30	3	2	3	2	2	2	3	3	2	22	4	3	3	3	3	3	22	2	2	2	4	4	2	3	19			
2	X	0	3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	3	4	23	3	4	3	4	4	3	4	29	3	3	3	2	2	2	3	3	2	23	4	4	3	3	2	23	4	4	3	2	3	21	3	22				
3	X	0	3	3	2	3	3	14	3	4	4	4	4	3	22	4	4	3	4	4	3	3	28	4	2	2	2	2	2	3	3	1	24	4	3	3	3	1	3	18	3	3	3	2	3	20					
4	X	0	3	3	2	3	3	14	3	4	4	4	3	3	21	4	4	3	4	4	3	3	28	4	2	2	2	2	2	3	3	1	24	4	3	3	3	1	3	18	3	3	3	3	2	3	20				
5	X	0	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	3	3	18	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	3	3	2	2	2	2	2	22	3	3	3	3	1	3	17	2	3	2	3	3	18					
6	X	0	3	3	2	2	2	12	2	3	3	3	3	3	17	3	4	3	3	4	4	4	29	3	3	3	2	2	2	3	3	2	23	4	4	4	4	2	2	4	24	3	3	2	3	3	21				
7	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	2	2	2	3	2	2	22	4	3	3	3	2	2	3	20	3	3	3	3	22					
8	X	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	32	4	2	4	1	1	1	4	4	1	22	4	4	4	4	1	1	4	22	4	4	4	2	4	26				
9	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	3	3	3	3	2	24	4	3	3	3	3	4	23	3	3	3	3	3	21					
10	X	0	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	3	3	3	4	28	3	2	3	3	3	2	3	3	2	23	4	3	3	3	3	3	4	23	3	3	4	3	2	22				
11	X	0	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	4	3	20	4	4	3	3	3	3	4	28	3	2	3	3	3	2	3	3	3	24	4	4	3	3	1	3	19	3	3	4	4	3	23					
12	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	4	3	4	30	3	2	3	3	3	2	2	2	2	22	4	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	20					
13	X	0	3	3	3	4	4	17	3	3	3	4	3	2	18	3	3	3	4	2	3	3	24	3	4	2	2	3	3	3	2	2	24	3	3	3	2	1	2	4	18	3	3	4	3	2	22				
14	X	0	3	3	2	2	2	12	2	3	2	3	2	3	15	4	4	4	4	4	4	4	31	1	2	1	3	2	2	2	2	1	15	3	3	2	2	1	1	2	14	2	2	3	3	4	17				
15	X	0	4	3	3	3	4	17	3	3	4	4	3	3	20	3	4	4	4	4	4	4	29	2	3	1	3	3	4	3	2	2	24	4	4	4	3	2	2	4	23	4	4	3	4	4	2	24			
16	X	0	3	3	3	2	2	13	2	3	2	3	4	2	16	3	4	3	4	2	3	4	27	3	2	3	4	2	1	1	1	1	18	3	3	3	3	1	1	3	17	3	3	2	4	3	21				
17	X	0	3	2	3	3	3	14	3	2	3	3	3	4	18	3	3	3	2	3	3	3	23	3	2	2	2	2	2	2	2	2	19	4	3	3	3	1	1	3	18	2	3	4	3	3	22				
18	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	3	19	4	3	4	4	4	4	4	31	2	3	3	3	3	1	1	1	1	18	4	4	4	3	1	1	4	21	4	4	2	3	3	21				
19	X	0	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	3	16	4	4	3	4	4	4	4	30	3	3	3	4	2	2	2	2	2	23	3	2	3	3	2	2	3	18	4	4	2	3	4	3	23			
20	X	0	3	3	3	2	3	14	4	3	2	2	2	2	15	3	3	3	3	4	3	3	25	2	2	2	2	2	2	3	2	2	19	3	3	3	2	1	1	3	16	3	3	2	3	2	18				
21	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	4	3	19	4	4	3	3	4	4	4	30	2	2	2	4	3	3	3	2	1	20	4	4	4	4	1	1	4	22	4	4	4	4	1	4	23			
22	X	0	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	3	2	17	2	3	4	3	4	4	4	28	2	2	2	3	2	2	1	1	2	17	4	3	3	3	1	2	3	19	3	3	4	4	2	3	22			
23	X	0	2	3	3	3	3	14	3	3	4	4	4	3	21	4	4	3	3	3	4	4	28	2	2	3	3	2	3	3	3	2	23	4	3	3	3	2	2	3	20	3	3	4	4	3	2	22			
24	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	31	3	2	2	2	1	1	2	2	1	16	4	2	2	2	1	1	3	15	3	3	3	3	1	2	19			
25	X	0	4	3	3	3	2	15	4	4	3	3	3	2	19	4	4	4	4	4	4	4	31	3	2	2	2	2	2	2	4	3	2	22	4	4	4	4	2	2	4	24	2	3	3	3	2	4	20		
26	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	4	19	4	4	3	3	4	4	4	30	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	22	4	4	4	4	2	2	4	24	3	3	4	4	1	4	23		
27	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	19	3	4	3	3	4	4	4	29	3	3	2	3	3	4	2	2	2	24	4	3	3	3	2	4	3	22	3	3	3	4	3	3	22			
28	X	0	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	3	3	3	3	2	2	25	3	3	3	3	2	2	3	19	3	3	3	3	2	3	20			
29	X	0	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	3	18	3	4	3	3	3	3	3	25	3	4	3	2	2	2	3	2	2	23	4	3	3	3	2	2	3	20	3	3	3	4	2	3	21			
30	X	0	3	3	3	2	3	14	4	3	2	2	2	2	15	3	3	3	4	3	3	3	25	2	2	2	2	2	2	3	2	2	19	3	3	3	2	1	1	3	16	3	3	2	3	2	2	18			
31	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	4	3	19	4	4	3	3	4	4	4	30	2	2	2	4	3	3	2	2	1	20	4	4	4	4	1	1	4	22	3	3	4	4	1	4	2	23		

30	X	0	3	3	3	2	3	14	4	3	2	2	2	15	3	3	3	4	3	3	3	25	2	2	2	2	2	3	2	2	19	3	3	2	1	1	3	16	3	3	2	3	3	18				
31	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	19	4	4	3	3	4	4	4	30	2	2	2	4	3	3	2	1	1	20	4	4	4	1	1	4	22	3	3	4	4	1	4	23		
32	X	0	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	3	17	2	3	4	4	3	4	4	28	2	2	3	2	2	1	1	2	17	4	3	3	1	2	3	19	3	3	4	4	2	3	22			
33	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	32	2	3	3	2	2	2	2	2	20	4	3	4	4	4	28	3	3	3	4	4	3	23				
34	X	0	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	4	3	21	4	4	3	4	4	4	29	3	2	3	3	1	4	2	2	21	4	3	3	2	2	3	20	2	3	3	3	2	3	19			
35	X	0	3	2	2	3	12	2	3	3	4	3	2	17	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	4	4	2	2	2	26	4	4	4	4	1	4	25	1	1	2	4	4	3	19			
36	X	0	3	3	3	3	2	14	3	3	2	3	3	17	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	2	3	1	23	4	4	4	3	3	3	25	2	2	2	3	4	2	4	19			
37	X	1	3	3	3	3	4	16	3	3	3	4	3	19	4	4	3	4	4	3	4	30	3	3	3	3	3	2	3	2	24	3	3	3	2	2	3	19	3	3	4	4	3	24				
38	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	3	17	3	3	4	4	3	4	3	27	3	3	3	3	2	3	2	24	4	3	3	1	2	3	19	3	3	2	3	3	19					
39	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	29	3	3	3	3	3	2	2	2	24	4	3	3	3	2	2	3	20	3	3	3	2	3	20			
40	X	0	3	4	4	3	3	17	3	4	3	4	4	3	21	4	4	4	4	4	4	31	3	3	3	3	2	2	2	2	23	4	3	4	3	2	3	23	4	3	4	4	3	25				
41	X	0	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	3	20	4	3	4	4	4	4	4	31	3	3	3	3	2	2	3	2	24	4	3	3	2	2	4	21	3	4	3	4	3	24				
42	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	4	21	4	3	3	4	4	4	4	29	3	3	3	3	2	2	2	2	22	4	3	3	3	2	2	3	20	3	3	4	3	2	3	21		
43	X	0	1	1	3	3	3	11	3	3	3	4	4	21	4	3	3	4	4	4	4	29	3	3	3	3	2	2	2	2	22	4	3	3	3	2	2	3	20	3	3	4	3	2	3	21		
44	X	1	3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	1	3	1	1	19	4	4	4	1	1	4	22	3	3	3	4	3	4	23			
45	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	30	2	3	3	2	3	2	3	2	23	4	4	3	3	2	2	3	20	2	2	3	3	3	19			
46	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	31	4	3	3	4	4	3	2	3	2	23	4	4	4	2	2	4	24	4	4	3	4	3	26			
47	X	0	3	3	3	1	3	13	2	3	3	3	3	17	4	4	4	4	4	4	4	31	3	2	3	2	2	3	3	2	20	4	1	2	2	1	1	3	14	1	3	3	4	4	2	19		
48	X	0	3	3	3	1	3	13	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	31	3	3	3	1	1	1	3	3	1	19	4	1	2	2	1	1	3	14	3	3	3	4	3	2	21	
49	X	1	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	4	21	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	3	3	4	4	3	3	0	4	4	4	1	1	4	22	3	3	3	4	3	4	23		
50	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	4	21	4	3	4	4	4	4	4	31	4	3	3	2	2	2	2	2	22	4	4	3	3	2	2	4	22	3	3	4	4	3	3	23		
51	X	0	3	2	3	3	2	13	2	3	1	2	3	14	4	3	4	4	3	4	4	30	4	2	2	3	2	2	2	2	2	21	3	2	3	3	3	1	3	18	2	3	2	3	3	20		
52	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	4	2	17	4	4	4	4	4	4	31	3	2	3	3	2	2	3	3	2	23	3	3	4	3	2	4	23	4	4	3	4	4	2	3	24	
53	X	0	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	4	2	17	4	4	4	3	4	4	30	4	2	3	2	3	3	2	2	23	4	4	3	2	2	4	23	3	3	3	4	4	2	3	22		
54	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	30	4	3	3	2	2	2	3	3	2	24	4	3	2	1	1	3	2	4	3	3	3	3	1	19		
55	X	0	3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	29	3	3	3	2	2	2	3	2	2	22	4	3	3	3	2	2	3	20	3	2	3	3	3	3	20	
56	X	1	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	2	17	3	3	3	3	3	3	3	24	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25	4	3	3	3	2	2	3	20	3	3	3	3	2	3	20	
57	X	0	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	18	4	3	3	4	3	4	4	28	3	2	3	3	3	2	3	3	3	25	4	3	3	3	2	2	4	21	3	3	3	3	2	3	20	
58	X	0	3	3	4	4	3	17	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	32	2	2	2	4	2	2	2	2	1	19	4	3	3	3	2	1	3	19	4	3	3	4	4	2	3	23
59	X	0	3	3	3	2	4	15	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	4	4	4	31	3	3	3	3	2	2	2	3	2	23	4	2	4	4	2	2	4	22	2	2	4	4	3	2	4	21
60	X	0	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	32	2	2	2	4	2	2	2	2	1	20	4	3	3	1	1	3	18	3	3	3	4	4	2	3	22	
61	X	0	3	3	3	1	3	13	2	3	3	3	3	17	4	4	4	4	4	4	4	31	3	2	3	2	2	2	3	3	2	20	4	1	2	2	1	1	3	14	1	3	3	4	4	2	3	19
62	X	0	3	3	3	1	3	13	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	31	3	3	3	1	1	1	3	3	1	19	4	1	2	2	1	1	3	14	3	3	3	4	3	2	3	21
63	X	0	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	4	21	4	4	4	4	4	4	4	32	2	3	3	3	4	4	2	3	2	27	4	4	4	1	1	4	22	3	3	3	3	4	3	4	23	
64	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	4	21	4	3	4	4	4	4	4	31	4	3	3	2	2	2	2	2	2	22	4	4	3	3	2	2	4	22	3	3	4	4	3	3	23	
65	X	0	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	18	4	3	3	4	3	4	4	28	3	2	3	3	3	2	3	3	3	25	4	3	3	3	2	2	4	21	3	3	3	3	2	3	20	
66	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	30	3	3	3	1	1	1	1	1	1	15	4	3	3	3	1	1	3	18	3	3	3	3	1	3	19	
67	X	0	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	3	3	2	2	2	3	2	24	4	3	3	2	2	4	21	3	3	3	3	3	3	21		
68	X	0	3	3	3	2	2	13	3	3	3	2	3	17	4	4	4	4	4	4	4	27	3	2	3	2	2	2	2	3	2	22	4	4	4	2	2	4	24	2	3	3	3	2	4	20		
69	X	0	2	2	2	2	3	11	2	2	2	3	3	15	4	4	4	4	4	4	4	26	2	2	3	2	2	2	3	2	2	20	3	3	3	2	2	2	18	2	3	2	3	3	2	3	18	
70	X	0	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	24	3	2	3	3	2	2	2	3	2	22	4	3	3	3	2	2	4	21	2	3	3	3	2	3	19	
71	X	0	3	3	3	2	2	13	3	3	2	3	2	15	3	3	3	3	3	3	3	24	3	2	3	2	2	2	2	2	2	20	4	3	2	2	2	3	18	2	4	3	3	3	2	3	19	
72	X	0	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	22																																		

70	XII	0	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	24	3	2	3	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2	4	21	2	3	3	2	3	19			
71	XII	0	3	3	3	2	13	3	3	2	2	3	15	3	3	3	3	3	3	24	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	18	2	4	3	3	3	2	2	3	2	19					
72	XII	0	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	22	4	4	3	4	4	3	30	3	3	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	24	3	3	4	4	2	4	24			
73	XII	0	2	2	3	3	13	3	3	3	3	3	18	3	3	4	3	3	3	25	3	1	2	1	2	1	3	3	18	3	2	2	1	4	3	17	2	3	3	4	3	1	2	18		
74	XII	0	3	3	3	3	14	2	3	2	3	3	16	2	3	3	4	3	3	25	4	3	3	2	2	2	2	2	22	4	3	3	3	2	2	3	20	1	2	3	3	3	3	18		
75	XII	0	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	4	3	30	3	3	3	1	1	1	1	1	15	4	3	3	3	1	3	18	3	3	3	3	1	3	19			
76	XII	0	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	27	4	3	3	3	2	2	3	20	3	3	3	3	21				
77	XII	0	3	4	3	3	16	3	4	3	3	3	19	4	4	3	4	3	3	29	2	2	3	3	2	2	2	3	21	4	3	3	3	2	2	4	21	2	3	3	3	3	19			
78	XII	0	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	4	3	30	3	3	3	2	1	1	3	1	18	4	3	3	3	1	3	18	3	3	3	3	3	19				
79	XII	0	2	3	2	3	12	2	3	2	3	3	16	2	3	3	4	3	3	25	3	2	3	2	2	2	3	3	22	4	4	3	3	2	2	4	22	1	2	3	3	3	17			
80	XII	0	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	2	2	3	2	22	3	2	3	3	3	1	3	18	3	3	3	3	21				
81	XII	0	3	3	3	3	15	3	3	4	4	3	20	4	4	3	4	4	4	31	4	2	2	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	2	4	3	21	3	3	3	4	2	3	21		
82	XII	0	3	3	3	3	14	3	3	3	4	3	19	4	4	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	2	3	3	26	4	4	4	3	2	2	4	23	2	2	3	3	3	19			
83	XII	0	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	4	3	30	3	3	2	4	2	2	2	2	21	4	3	2	1	1	3	2	16	3	3	3	3	1	1	17		
84	XII	0	2	2	2	3	11	2	2	3	3	3	16	4	4	4	4	3	4	31	1	1	3	2	2	2	3	2	18	4	3	3	3	2	2	3	20	2	2	3	3	4	2	3	19	
85	XII	0	2	3	3	3	14	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	3	3	28	2	2	2	4	3	2	2	2	10	3	4	3	3	1	1	3	18	2	2	3	3	3	2	3	19	
86	XII	0	3	3	4	2	14	4	3	3	3	4	3	19	4	4	3	4	3	28	2	2	2	2	2	2	2	2	18	3	4	3	3	1	1	3	18	3	3	4	4	3	2	3	22	
87	XII	0	2	2	3	3	13	3	3	4	3	3	19	3	3	3	4	3	3	25	3	1	2	1	2	2	1	2	16	3	2	2	2	1	1	3	14	2	3	3	4	3	1	2	18	
88	XII	0	2	2	2	2	11	2	3	2	3	3	16	4	4	3	4	3	4	29	3	2	3	2	3	2	2	2	22	3	3	3	3	2	3	20	3	3	3	2	3	3	2	3	19	
89	XII	1	1	1	1	2	7	1	1	1	1	1	6	3	4	3	3	2	3	4	25	1	1	2	3	3	3	3	22	3	2	3	3	3	1	3	18	1	1	1	3	1	3	11		
90	XII	0	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	24	2	2	3	3	3	2	3	3	24	3	3	3	3	2	4	3	21	3	3	3	3	3	20			
91	XII	0	3	3	3	1	13	2	2	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	24	3	2	4	2	2	2	2	2	20	4	4	4	3	2	2	4	23	1	1	2	3	3	2	3	15	
92	XII	0	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	24	2	2	3	2	2	2	2	2	21	4	3	2	1	1	3	2	16	3	3	3	3	2	1	18		
93	XII	0	2	3	3	3	14	3	3	2	3	3	17	3	3	3	3	3	3	32	3	2	4	3	2	2	2	2	21	4	3	4	2	3	28	2	2	2	2	3	3	2	3	17		
94	XII	1	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	3	27	4	4	4	4	4	3	27	3	3	3	3	3	4	3	4	23	
95	XII	0	3	3	4	3	17	4	3	3	3	4	3	18	4	4	4	4	4	31	1	1	1	3	3	1	1	3	15	4	4	4	4	1	3	4	24	3	3	3	3	3	4	1	4	21
96	XII	0	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	24	3	2	3	3	2	2	2	2	22	4	3	2	1	1	3	2	16	3	3	3	3	3	3	1	19	
97	XII	0	3	3	4	2	14	4	3	3	3	4	3	20	4	4	3	3	4	28	2	2	2	2	2	2	2	2	18	3	4	3	3	1	1	3	18	3	3	4	4	3	2	3	22	
98	XII	0	2	2	3	3	13	3	3	4	3	3	19	3	3	3	4	3	3	25	3	1	2	1	2	2	1	2	16	3	2	2	2	1	1	3	14	2	2	3	3	4	3	1	2	18

LAMPIRAN UJI ASUMSI KLASIK DAN REGRESI

Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,51169434
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,052
	Negative	-,058
Test Statistic		,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,071	2,045		,035	,972		
	Harga	,363	,111	,295	3,277	,001	,560	1,785
	Citra dan Kualitas	,331	,091	,322	3,627	,000	,576	1,737
	Pemahaman	,204	,064	,236	3,190	,002	,826	1,211
	Promosi	,040	,060	,052	,662	,509	,732	1,367
	Sosial Budaya	,124	,062	,163	2,013	,047	,693	1,443

a. Dependent Variable: Preferensi

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,689	1,118		,617	,539
	Harga	,043	,061	,097	,707	,481
	Citra dan Kualitas	-,020	,050	-,053	-,394	,695
	Pemahaman	,027	,035	,087	,772	,442
	Promosi	-,034	,033	-,124	-1,034	,304
	Sosial Budaya	,013	,034	,049	,397	,692

a. Dependent Variable: Absut

Uji Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sosial Budaya, Citra dan Kualitas, Pemahaman, Promosi, Harga ^b		Enter

a. Dependent Variable: Preferensi

b. All requested variables entered.

Uji R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,764 ^a	,584	,561	1,55223

a. Predictors: (Constant), Sosial Budaya, Citra dan Kualitas, Pemahaman, Promosi, Harga

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310,742	5	62,148	25,794	,000 ^b
	Residual	221,666	92	2,409		
	Total	532,408	97			

a. Dependent Variable: Preferensi

b. Predictors: (Constant), Sosial Budaya, Citra dan Kualitas, Pemahaman, Promosi, Harga

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,071	2,045		,035	,972
Harga	,363	,111	,295	3,277	,001
Citra dan Kualitas	,331	,091	,322	3,627	,000
Pemahaman	,204	,064	,236	3,190	,002
Promosi	,040	,060	,052	,662	,509
Sosial Budaya	,124	,062	,163	2,013	,047

a. Dependent Variable: Preferensi

Lampiran Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	Tx1
VAR00001	Pearson Correlation	1	,252	,228	,340	,249	,580**
	Sig. (2-tailed)		,179	,226	,066	,184	,001
	N	30	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	,252	1	,295	,237	,166	,484**
	Sig. (2-tailed)	,179		,114	,207	,380	,007
	N	30	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	,228	,295	1	,404*	,347	,646**
	Sig. (2-tailed)	,226	,114		,027	,060	,000
	N	30	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	,340	,237	,404*	1	,532**	,790**
	Sig. (2-tailed)	,066	,207	,027		,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson Correlation	,249	,166	,347	,532**	1	,785**
	Sig. (2-tailed)	,184	,380	,060	,002		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Tx1	Pearson Correlation	,580**	,484**	,646**	,790**	,785**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,007	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	Tx2
VAR00007 Pearson Correlation	1	,386*	,212	-,061	-,147	,019	,386**
Sig. (2-tailed)		,035	,261	,751	,439	,922	,035
N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00008 Pearson Correlation	,386*	1	,467**	,394*	,201	,030	,598**
Sig. (2-tailed)	,035		,009	,031	,287	,874	,000
N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00009 Pearson Correlation	,212	,467**	1	,757**	,490**	,432*	,882**
Sig. (2-tailed)	,261	,009		,000	,006	,017	,000
N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00010 Pearson Correlation	-,061	,394*	,757**	1	,510**	,399*	,796**
Sig. (2-tailed)	,751	,031	,000		,004	,029	,000
N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00011 Pearson Correlation	-,147	,201	,490**	,510**	1	,203	,598**
Sig. (2-tailed)	,439	,287	,006	,004		,281	,000
N	30	30	30	30	30	30	30
VAR00012 Pearson Correlation	,019	,030	,432*	,399*	,203	1	,605**
Sig. (2-tailed)	,922	,874	,017	,029	,281		,000
N	30	30	30	30	30	30	30
Tx2 Pearson Correlation	,328	,598**	,882**	,796**	,598**	,605**	1
Sig. (2-tailed)	,077	,000	,000	,000	,000	,000	
N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	Tx3
VAR00014	Pearson Correlation	1	,587**	,088	,366*	,253	,048	,386*	,315	,596**
	Sig. (2-tailed)		,001	,644	,047	,178	,799	,035	,090	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00015	Pearson Correlation	,587**	1	,048	,336	,231	,144	,489**	,433*	,621**
	Sig. (2-tailed)	,001		,803	,070	,218	,447	,006	,017	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00016	Pearson Correlation	,088	,048	1	,447*	,418*	,577**	,358	,247	,612**
	Sig. (2-tailed)	,644	,803		,013	,021	,001	,052	,188	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00017	Pearson Correlation	,366*	,336	,447*	1	,253	,170	,263	,194	,596**
	Sig. (2-tailed)	,047	,070	,013		,178	,370	,161	,305	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00018	Pearson Correlation	,253	,231	,418*	,253	1	,535**	,294	,245	,644**
	Sig. (2-tailed)	,178	,218	,021	,178		,002	,114	,192	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00019	Pearson Correlation	,048	,144	,577**	,170	,535**	1	,480**	,389*	,636**
	Sig. (2-tailed)	,799	,447	,001	,370	,002		,007	,034	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00020	Pearson Correlation	,386*	,489**	,358	,263	,294	,480**	1	,932**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,035	,006	,052	,161	,114	,007		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00021	Pearson Correlation	,315	,433*	,247	,194	,245	,389*	,932**	1	,702**
	Sig. (2-tailed)	,090	,017	,188	,305	,192	,034	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Tx3	Pearson Correlation	,596**	,621**	,612**	,596**	,644**	,636**	,789**	,702**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		VAR000 23	VAR000 24	VAR000 25	VAR000 026	VAR000 027	VAR000 0028	VAR000 0029	VAR000 0030	VAR000 031	Tx4
VAR000 23	Pearson Correlation	1	,112	,484**	-,366*	-,212	-,174	,262	,561**	-,165	,431*
	Sig. (2-tailed)		,557	,007	,047	,262	,359	,162	,001	,385	,017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 24	Pearson Correlation	,112	1	,185	,000	,400*	,332	-,062	-,133	,351	,534*
	Sig. (2-tailed)	,557		,327	1,000	,028	,073	,744	,484	,057	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 25	Pearson Correlation	,484**	,185	1	-,069	-,133	-,332	,062	,332	-,050	,398
	Sig. (2-tailed)	,007	,327		,716	,482	,073	,744	,073	,792	,029
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000 26	Pearson Correlation	-,366*	,000	-,069	1	,438*	,236	-,673**	-,633**	-,025	-,369
	Sig. (2-tailed)	,047	1,000	,716		,016	,210	,000	,000	,896	,041

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000	Pearson										
27	Correlation	-,212	,400*	-,133	,438*	1	,606**	-,239	-,430*	,317	,394*
	Sig. (2-tailed)	,262	,028	,482	,016		,000	,204	,018	,088	,031
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000	Pearson										
28	Correlation	-,174	,332	-,332	,236	,606**	1	,134	-,012	,575**	,596**
	Sig. (2-tailed)	,359	,073	,073	,210	,000		,481	,950	,001	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000	Pearson										
29	Correlation	,262	-,062	,062	-,673**	-,239	,134	1	,802**	,269	,466**
	Sig. (2-tailed)	,162	,744	,744	,000	,204	,481		,000	,150	,009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000	Pearson										
30	Correlation	,561**	-,133	,332	-,633**	-,430*	-,012	,802**	1	,126	,491**
	Sig. (2-tailed)	,001	,484	,073	,000	,018	,950	,000		,508	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000	Pearson										
31	Correlation	-,165	,351	-,050	-,025	,317	,575**	,269	,126	1	,581**
	Sig. (2-tailed)	,385	,057	,792	,896	,088	,001	,150	,508		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Tx4	Pearson										
	Correlation	,431*	,534**	,398*	-,369*	,394*	,596**	,466**	,491**	,581**	1
	Sig. (2-tailed)	,017	,002	,029	,047	,031	,001	,009	,006	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		VAR00033	VAR00034	VAR00035	VAR00036	VAR00037	VAR00038	VAR00039	Tx5
VAR00033	Pearson Correlation	1	,387*	,337	,522**	,327	,294	,344	,644**
	Sig. (2-tailed)		,035	,069	,003	,078	,115	,063	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00034	Pearson Correlation	,387*	1	,781**	,620**	-,037	-,101	,556**	,607**
	Sig. (2-tailed)	,035		,000	,000	,848	,594	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00035	Pearson Correlation	,337	,781**	1	,775**	,075	,013	,789**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,069	,000		,000	,692	,945	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00036	Pearson Correlation	,522**	,620**	,775**	1	,245	,144	,549**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,192	,449	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00037	Pearson Correlation	,327	-,037	,075	,245	1	,848**	,206	,650**
	Sig. (2-tailed)	,078	,848	,692	,192		,000	,274	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00038	Pearson Correlation	,294	-,101	,013	,144	,848**	1	,166	,597**
	Sig. (2-tailed)	,115	,594	,945	,449	,000		,382	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00039	Pearson Correlation	,344	,556**	,789**	,549**	,206	,166	1	,721**
	Sig. (2-tailed)	,063	,001	,000	,002	,274	,382		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Tx5	Pearson Correlation	,644**	,607**	,734**	,771**	,650**	,597**	,721**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		VAR00041	VAR00042	VAR00043	VAR00044	VAR00045	VAR00046	VAR00047	Yx1
VAR00041	Pearson Correlation	1	,836**	,003	,061	,267	,019	,106	,597**
	Sig. (2-tailed)		,000	,989	,749	,154	,922	,579	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00042	Pearson Correlation	,836**	1	-,007	,000	,057	,185	,261	,614**
	Sig. (2-tailed)	,000		,972	1,000	,764	,329	,163	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00043	Pearson Correlation	,003	-,007	1	,576**	,143	-,217	,230	,567**
	Sig. (2-tailed)	,989	,972		,001	,450	,249	,221	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00044	Pearson Correlation	,061	,000	,576**	1	,190	-,102	,115	,548**
	Sig. (2-tailed)	,749	1,000	,001		,314	,591	,543	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00045	Pearson Correlation	,267	,057	,143	,190	1	-,369*	,220	,403*
	Sig. (2-tailed)	,154	,764	,450	,314		,045	,244	,027
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00046	Pearson Correlation	,019	,185	-,217	-,102	-,369*	1	,000	,173
	Sig. (2-tailed)	,922	,329	,249	,591	,045		1,000	,361
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00047	Pearson Correlation	,106	,261	,230	,115	,220	,000	1	,563**
	Sig. (2-tailed)	,579	,163	,221	,543	,244	1,000		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Yx1	Pearson Correlation	,597**	,614**	,567**	,548**	,403*	,173	,563**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001	,002	,027	,361	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliabel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,679	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,704	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,704	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,645	7

DAFTAR SISWA KELAS X PS
TAHUN PELAJARAN 2017 / 2018
BULAN :

WK1/PPB/FO/002

Rev. 05 / 1 Juli 2015

L: 0
P: 32
JML 32

NOMOR		NAMA SISWA	L/P	TANGGAL HADIR, CEK LIST											
Urt	Induk														
1	14180	AMANDA NOVRESA RAMADHANI	P												
2	14181	CINDI FIA AULIA	P												
3	14182	DESITA FITRIYANI	P												
4	14183	DHIAN NURROHMAH	P												
5	14184	DWI HESTININGSIH	P												
6	14185	ENVA SINDY PINTAKU NITA	P												
7	14186	ERICA DAMAYANTI	P												
8	14187	ERIN DWI ARYANI	P												
9	14188	ERNI AGUSTINA	P												
10	14189	EVA WULANDARI	P												
11	14190	FATMA SURYANI	P												
12	14191	FITRIA YUNITA	P												
13	14192	GAMAYANTI	P												
14	14193	INDRIYATI PANGESTY	P												
15	14194	ISNA KURNIAWATI	P												
16	14195	JIHAN ATHIFAH UFAIROH	P												
17	14196	MESSA PUTRI UTAMI	P												
18	14197	NADIYA OCTAVIA BERNANDA	P												
19	14198	NOR OKTAVIANI	P												
20	14199	NURUL SAPUTRI KHASANAH	P												
21	14200	OCTA ROHMAWATI	P												
22	14201	PUTRI PRIMA SARI	P												
23	14202	PUTRI SARASWATI AMARETHA	P												
24	14203	RAHMA FADILA AGUSTINA	P												
25	14204	RANI INDAH SEKARWATI	P												
26	14205	RETNO DELIA	P												
27	14206	REZA NUR AZIZAH	P												
28	14207	RHAFIKA MARETA SARI	P												
29	14208	RISKA NUR ANGGRAINI	P												
30	14209	RIZKI FAJAR RAHAYU	P												
31	14210	SAFITRI KHOLIFAH	P												
32	14211	TSANIA HANIFA NOVIANTI	P												

Bantul.....
Guru Mapel

DAFTAR SISWA KELAS XI PS
TAHUN PELAJARAN 2017 / 2018
BULAN :

WK1/PPB/FO/002

Rev. 05 / 1 Juli 2015

L: 4

P: 28

JML 32

NOMOR		NAMA SISWA	L/P	TANGGAL HADIR, CEK LIST											
Urt	Induk														
1	13665	ANASTASYA RAHMANIAR	P												
2	13666	ANGGI AYU MELANI	P												
3	13667	ANINDYA DAMAYANTI	P												
4	13668	ARI PUJI MILU WATI	P												
5	13669	DEVI SAFITRI	P												
6	13670	DWI AFRIYANI	P												
7	13671	EVA DIYANTI AULIA DEWI	P												
8	13672	FANY KURNIA ASYARI	P												
9	13673	FITRA ADI PRABOWO	L												
10	13674	GANJAR SINDUNG RIYADI	L												
11	13675	HERNALA SYUHWANTI	P												
12	13676	IMELDA YUNIA FATIN	P												
13	13677	INTAN KUMALAWATI	P												
14	13678	ISNAINI FITRI FATMAWATI	P												
15	13679	ISNAINI SHOLIKHAH	P												
16	13680	ISRO'UL LAILY FADLILLAH	P												
17	13681	MITA NUR SAFITRI	P												
18	13682	NINGRUM KUSUMAWATI	P												
19	13683	NUR KHLIFATUL LIFAH	P												
20	13684	NURLATIFAH WIDININGSIH	P												
21	13685	QORY UYUNA	P												
22	13686	RASYID AHMADI	L												
23	13687	REKA ARIANINGSIH	P												
24	13688	RIMA NUR HIDAYATI	P												
25	13689	SEPTI ISTINA	P												
26	13690	SURATYASNINGSIH	P												
27	13691	SURYA ADHE MUNIKA	L												
28	13692	SYAFINAZ PUTRIKA SALSABILA	P												
29	13693	VISKA DRIASTA NINGRUM	P												
30	13694	WEDA ROMIYATI	P												
31	13695	YENY ARSITA	P												
32	13696	ZENI ALFIYATI SHOLEHAH	P												

Bantu/.....

Guru Mapel

DAFTAR HADIR SISWA KELAS XII PS
TAHUN PELAJARAN 2017 - 2018
BULAN

WK1/PPB/FO/002

Rev. 05 / 1 Juli 2015

L : 2

P : 31

JML 33

NOMOR		NAMA SISWA	L / P	TANGGAL											
Urt	Induk														
1	13017	ADE KURNIAWATI	P												
2	13019	AGUNG RAMADHANI	L												
3	13022	AJI KURNIAWATI	P												
4	13031	ANINDYA SULISTYOWATI	P												
5	13036	APRI KRISNAWATI	P												
6	13040	AVIVAH VITRI MELIANA	P												
7	13043	CINTYA BUNGA APRILIA	P												
8	13044	CRISNITA	P												
9	13046	DESI APRIYANI	P												
10	13049	DEVITA SWARASWATI	P												
11	13052	DEWI SUPRIYATI	P												
12	13060	ELSA SILVIA OKTAVIANI	P												
13	13066	FATHONAH LILIEN NURDIANA	P												
14	13071	HILDA SYARIKA	P												
15	13084	KHAIRUNNISA ZAIN	P												
16	13085	KISAH DWI LESTARI	P												
17	13087	LESTARI SEPTININGSIH	P												
18	13092	MARITA HANDAYARI	P												
19	13096	MILENIA ARI PRASANTI	P												
20	13098	MUHAMAD ERI KURNIAWAN	L												
21	13100	MUKARROMATUD DAROINI	P												
22	13103	NAIM	P												
23	13104	NENGGAR PINASTI	P												
24	13107	NIKEN NUR HASANAH	P												
25	13124	RAFIKA NUR ASTUTI	P												
26	13126	RANI PUSPITA DEWI	P												
27	13132	RETNO DWI ASTUTI	P												
28	13140	RIZMA KUMALA DEWI	P												
29	13143	SANTIKA RAHAYU	P												
30	13151	SILVIA ERSY ELYANA	P												
31	13155	SITI NURJANAH	P												
32	13172	WULAN FITRIA MELINIASARI	P												
33	13173	YANTI OKTAVIA PAKPAHAN	P												

Bantul,

Guru Bidang Studi

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya.

I. DATA RESPONDEN

1. Nama : Ade Kurniawati (Boleh dikosongi)
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - ☒ b. Perempuan
3. Kelas
 - a. X
 - ☒ b. XI
 - c. XII

II. PETUNJUK ANGKET VARIABEL

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai yang saudara/i pilih berdasarkan keadaan anda sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

Harga

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena fasilitasnya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena pelayanannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena sistem pengajarannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan		✓		

	ekstrakurikuleranya lebih baik bila dibandingkan dengan sekolah lain yang sejenis				
6	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena biaya Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) perbulannya terjangkau		✓		
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena besar pungutan masih dalam taraf kewajaran			✓	

Citra dan kualitas

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas fasilitasnya lengkap		✓		
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas pelayanannya baik		✓		
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di perguruan tinggi		✓		
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di dunia kerja		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul lingkungan sekolahnya baik		✓		
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul Nilai UN SMP baik		✓		
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul banyak prestasi yang dicapai		✓		
8	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena banyaknya kegiatan positif yang dilaksanakan		✓		

Pemahaman tentang Perbankan Syariah

1	Sistem bunga tidak digunakan dalam perbankan syariah	✓			
2	Perbankan syariah adalah bank yang berdasar Al Quran, Sunah, Fatwa Ulama dan Pemerintah	✓			
3	Perbankan syariah sudah cukup berkembang di Indonesia	✓			
4	Perbankan syariah menggunakan bagi hasil dalam pembagian keuntungannya	✓			
5	Perbankan syariah bersifat gotong royong dan bebas	✓			

	riba				
6	Saya tahu dan mengerti perbedaan bank syariah dengan bank konvensional	✓			
7	Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah	✓			
8	Orientasi bisnis bank syariah selain mencari profit juga berusaha mendapatkan keberkahan dari Allah SWT	✓			
9	Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah Islam.	✓			

Promosi

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena presentasi yang diadakan di SMP saya		✓		
2	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>brochure</i> (selebaran) yang saya baca			✓	
3	Isi persentasi yang disampaikan di SMP membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
4	Narasumber yang memberika penjelasan tentang Perbankan Syariah SMK N I Bantul membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
5	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari kakak kelas di SMK			✓	
6	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari alumni			✓	
7	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari tetangga			✓	
8	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>website</i> yang saya baca			✓	
9	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>media sosial</i> yang saya ikuti			✓	
10	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari guru atau karyawan yang tinggal di dekat saya			✓	

Sosial budaya

1	Pendidikan anak merupakan hal yang penting di keluarga kami	✓			
2	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikannya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
3	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pelayanannya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
4	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik fasilitasnya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
5	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena saudara saya sekolah di sana	✓			
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena anak tetangga saya juga sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul	✓			
7	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikan karakternya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya.

I. DATA RESPONDEN

1. Nama : A. N. OG I A Y U M (Boleh dikosongi)

2. Jenis Kelamin :

a. Laki-laki

☒ b. Perempuan

3. Kelas

☒ a. X

b. XI

c. XII

II. PETUNJUK ANGKET VARIABEL

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai yang saudara/i pilih berdasarkan keadaan anda sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

Harga

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena fasilitasnya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena pelayanannya sesuai dengan yang saya inginkan	✓			
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena sistem pengajarannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan		✓		

	ekstrakurikuleranya lebih baik bila dibandingkan dengan sekolah lain yang sejenis		✓		
6	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena biaya Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) perbulannya terjangkau		✓		
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena besar pungutan masih dalam taraf kewajaran		✓		

Citra dan kualitas

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas fasilitasnya lengkap	✓			
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas pelayanannya baik	✓			
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di perguruan tinggi	✓			
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di dunia kerja	✓			
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul lingkungan sekolahnya baik	✓			
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul Nilai UN SMP baik	✓			
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul banyak prestasi yang dicapai	✓			
8	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena banyaknya kegiatan positif yang dilaksanakan	✓			

Pemahaman tentang Perbankan Syariah

1	Sistem bunga tidak digunakan dalam perbankan syariah		✓		
2	Perbankan syariah adalah bank yang berdasar Al Quran, Sunah, Fatwa Ulama dan Pemerintah	✓			
3	Perbankan syariah sudah cukup berkembang di Indonesia		✓		
4	Perbankan syariah menggunakan bagi hasil dalam pembagian keuntungannya	✓			
5	Perbankan syariah bersifat gotong royong dan bebas	✓			

	riba				
6	Saya tahu dan mengerti perbedaan bank syariah dengan bank konvensional		✓		
7	Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah		✓		
8	Orientasi bisnis bank syariah selain mencari profit juga berusaha mendapatkan keberkahan dari Allah SWT	✓			
9	Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah Islam.	✓			

Promosi

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena presentasi yang diadakan di SMP saya			✓	
2	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>brochure</i> (selebaran) yang saya baca		✓		
3	Isi persentasi yang disampaikan di SMP membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
4	Narasumber yang memberika penjelasan tentang Perbankan Syariah SMK N I Bantul membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
5	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari kakak kelas di SMK			✓	
6	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari alumni			✓	
7	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari tetangga			✓	
8	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>website</i> yang saya baca		✓		
9	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>media sosial</i> yang saya ikuti		✓		
10	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari guru atau karyawan yang tinggal di dekat saya		✓		

Sosial budaya

1	Pendidikan anak merupakan hal yang penting di keluarga kami	✓			
2	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikannya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
3	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pelayanannya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		
4	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik fasilitasnya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		
5	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena saudara saya sekolah di sana			✓	
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena anak tetangga saya juga sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul			✓	
7	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikan karakternya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya.

I. DATA RESPONDEN

1. Nama : M. Eri K (Boleh dikosongi)

2. Jenis Kelamin :

☒ a. Laki-laki

b. Perempuan

3. Kelas

a. X

b. XI

☒ c. XII

II. PETUNJUK ANGKET VARIABEL

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai yang saudara/i pilih berdasarkan keadaan anda sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

Harga

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena fasilitasnya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena pelayanannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena sistem pengajarannya sesuai dengan yang saya inginkan	✓			
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan		✓		

	ekstrakurikuler lainnya lebih baik bila dibandingkan dengan sekolah lain yang sejenis				
6	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena biaya Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) perbulannya terjangkau		✓		
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena besar pungutan masih dalam taraf kewajaran		✓		

Citra dan kualitas

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas fasilitasnya lengkap		✓		
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas pelayanannya baik		✓		
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di perguruan tinggi		✓		
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di dunia kerja		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul lingkungan sekolahnya baik		✓		
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul Nilai UN SMP baik		✓		
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul banyak prestasi yang dicapai		✓		
8	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena banyaknya kegiatan positif yang dilaksanakan		✓		

Pemahaman tentang Perbankan Syariah

1	Sistem bunga tidak digunakan dalam perbankan syariah	✓			
2	Perbankan syariah adalah bank yang berdasar Al Quran, Sunah, Fatwa Ulama dan Pemerintah	✓			
3	Perbankan syariah sudah cukup berkembang di Indonesia	✓			
4	Perbankan syariah menggunakan bagi hasil dalam pembagian keuntungannya	✓			
5	Perbankan syariah bersifat gotong royong dan bebas	✓			

	riba				
6	Saya tahu dan mengerti perbedaan bank syariah dengan bank konvensional	✓			
7	Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah	✓			
8	Orientasi bisnis bank syariah selain mencari profit juga berusaha mendapatkan keberkahan dari Allah SWT	✓			
9	Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah Islam.	✓			

Promosi

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena presentasi yang diadakan di SMP saya		✓		
2	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>brochure</i> (selebaran) yang saya baca		✓		
3	Isi persentasi yang disampaikan di SMP membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
4	Narasumber yang memberika penjelasan tentang Perbankan Syariah SMK N I Bantul membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
5	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari kakak kelas di SMK		✓		
6	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari alumni		✓		
7	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari tetangga		✓		
8	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>wehsite</i> yang saya baca		✓		
9	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>media sosial yang saya ikuti</i>		✓		
10	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari guru atau karyawan yang tinggal di dekat saya		✓		

Sosial budaya

1	Pendidikan anak merupakan hal yang penting di keluarga kami	✓			
2	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikannya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
3	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pelayanannya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
4	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik fasilitasnya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
5	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena saudara saya sekolah di sana	✓			
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena anak tetangga saya juga sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul	✓			
7	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikan karakternya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM
MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH
MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena fasilitasnya sesuai dengan yang saya inginkan	✓			
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena pelayanannya sesuai dengan yang saya inginkan	✓			
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena sistem pengajarannya sesuai dengan yang saya inginkan	✓			
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan yang saya inginkan	✓			
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan	✓			

	ekstrakurikuleranya lebih baik bila dibandingkan dengan sekolah lain yang sejenis				
6	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena biaya Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) perbulannya terjangkau		✓		
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena besar pungutan masih dalam taraf kewajaran		✓		

Citra dan kualitas

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas fasilitasnya lengkap	✓			
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas pelayanannya baik	✓			
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di perguruan tinggi		✓		
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di dunia kerja		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul lingkungan sekolahnya baik	✓			
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul Nilai UN SMP baik		✓		
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul banyak prestasi yang dicapai		✓		
8	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena banyaknya kegiatan positif yang dilaksanakan		✓		

Pemahaman tentang Perbankan Syariah

1	Sistem bunga tidak digunakan dalam perbankan syariah	✓			
2	Perbankan syariah adalah bank yang berdasar Al Quran, Sunah, Fatwa Ulama dan Pemerintah	✓			
3	Perbankan syariah sudah cukup berkembang di Indonesia	✓			
4	Perbankan syariah menggunakan bagi hasil dalam pembagian keuntungannya	✓			
5	Perbankan syariah bersifat gotong royong dan bebas	✓			

	riba				
6	Saya tahu dan mengerti perbedaan bank syariah dengan bank konvensional	✓			
7	Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah	✓			
8	Orientasi bisnis bank syariah selain mencari profit juga berusaha mendapatkan keberkahan dari Allah SWT	✓			
9	Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah Islam.	✓			

Promosi

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena presentasi yang diadakan di SMP saya		✓		
2	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>brochure</i> (selebaran) yang saya baca	✓			
3	Isi persentasi yang disampaikan di SMP membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
4	Narasumber yang memberika penjelasan tentang Perbankan Syariah SMK N I Bantul membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
5	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari kakak kelas di SMK		✓		
6	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari alumni		✓		
7	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari tetangga	✓			
8	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>website</i> yang saya baca	✓			
9	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>media sosial yang saya ikuti</i>	✓			
10	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari guru atau karyawan yang tinggal di dekat saya	✓			

Sosial budaya

1	Pendidikan anak merupakan hal yang penting di keluarga kami	✓			
2	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikannya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
3	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pelayanannya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
4	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik fasilitasnya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			
5	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena saudara saya sekolah di sana				✓
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena anak tetangga saya juga sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul				✓
7	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikan karakternya merupakan keharusan di keluarga kami	✓			

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya.

I. DATA RESPONDEN

1. Nama : Agung Ramadhan (Boleh dikosongi)

2. Jenis Kelamin :

☒ a. Laki-laki

b. Perempuan

3. Kelas

a. X

b. XI

☒ c. XII

II. PETUNJUK ANGKET VARIABEL

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai yang saudara/i pilih berdasarkan keadaan anda sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

Harga

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena fasilitasnya sesuai dengan yang saya inginkan				✓
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena pelayanannya sesuai dengan yang saya inginkan				✓
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena sistem pengajarannya sesuai dengan yang saya inginkan				✓
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan yang saya inginkan			✓	
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan			✓	

	ekstrakurikuler lainnya lebih baik bila dibandingkan dengan sekolah lain yang sejenis				
6	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena biaya Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) perbulannya terjangkau				✓
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena besar pungutan masih dalam taraf kewajaran				✓

Citra dan kualitas

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas fasilitasnya lengkap				✓
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas pelayanannya baik				✓
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di perguruan tinggi				✓
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di dunia kerja				✓
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul lingkungan sekolahnya baik				✓
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul Nilai UN SMP baik				✓
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul banyak prestasi yang dicapai				✓
8	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena banyaknya kegiatan positif yang dilaksanakan				✓

Pemahaman tentang Perbankan Syariah

1	Sistem bunga tidak digunakan dalam perbankan syariah		✓		
2	Perbankan syariah adalah bank yang berdasar Al Quran, Sunah, Fatwa Ulama dan Pemerintah	✓			
3	Perbankan syariah sudah cukup berkembang di Indonesia		✓		
4	Perbankan syariah menggunakan bagi hasil dalam pembagian keuntungannya		✓		
5	Perbankan syariah bersifat gotong royong dan bebas			✓	

	riba				
6	Saya tahu dan mengerti perbedaan bank syariah dengan bank konvensional		✓		
7	Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah		✓		
8	Orientasi bisnis bank syariah selain mencari profit juga berusaha mendapatkan keberkahan dari Allah SWT		✓		
9	Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah Islam.	✓			

Promosi

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena presentasi yang diadakan di SMP saya				✓
2	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>brochure</i> (selebaran) yang saya baca				✓
3	Isi persentasi yang disampaikan di SMP membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul			✓	
4	Narasumber yang memberika penjelasan tentang Perbankan Syariah SMK N I Bantul membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul		✓		
5	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari kakak kelas di SMK		✓		
6	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari alumni		✓		
7	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari tetangga		✓		
8	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>website</i> yang saya baca		✓		
9	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>media sosial yang saya ikuti</i>		✓		
10	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari guru atau karyawan yang tinggal di dekat saya		✓		

Sosial budaya

1	Pendidikan anak merupakan hal yang penting di keluarga kami		✓		
2	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikannya merupakan keharusan di keluarga kami			✓	
3	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pelayanannya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		
4	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik fasilitasnya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		
5	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena saudara saya sekolah di sana		✓		
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena anak tetangga saya juga sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul				✓
7	Memilihkan paket keahlian di sekolah yang baik pendidikan karakternya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI SISWA DALAM MEMILIH PAKET KEAHLIAN PERBANKAN SYARIAH PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NEGERI 1 BANTUL

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya.

I. DATA RESPONDEN

1. Nama : TSANIA HANIFA N (Boleh dikosongi)

2. Jenis Kelamin :

a. Laki-laki

☒ b. Perempuan

3. Kelas

a. X

b. XI

☒ c. XII

II. PETUNJUK ANGKET VARIABEL

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai yang saudara/i pilih berdasarkan keadaan anda sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

Harga

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena fasilitasnya sesuai dengan yang saya inginkan			✓	
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena pelayanannya sesuai dengan yang saya inginkan			✓	
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena sistem pengajarannya sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan yang saya inginkan		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena kegiatan		✓		

	ekstrakurikuler lebih baik bila dibandingkan dengan sekolah lain yang sejenis				
6	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena biaya Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) perbulannya terjangkau			✓	
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena besar pungutan masih dalam taraf kewajaran		✓		

Citra dan kualitas

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas fasilitasnya lengkap		✓		
2	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas pelayanannya baik		✓		
3	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di perguruan tinggi	✓			
4	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul kualitas lulusannya banyak diterima di dunia kerja		✓		
5	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul lingkungan sekolahnya baik		✓		
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul Nilai UN SMP baik		✓		
7	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul banyak prestasi yang dicapai		✓		
8	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena banyaknya kegiatan positif yang dilaksanakan	✓			

Pemahaman tentang Perbankan Syariah

1	Sistem bunga tidak digunakan dalam perbankan syariah		✓		
2	Perbankan syariah adalah bank yang berdasar Al Quran, Sunah, Fatwa Ulama dan Pemerintah		✓		
3	Perbankan syariah sudah cukup berkembang di Indonesia		✓		
4	Perbankan syariah menggunakan bagi hasil dalam pembagian keuntungannya	✓			
5	Perbankan syariah bersifat gotong royong dan bebas		✓		

	riba				
6	Saya tahu dan mengerti perbedaan bank syariah dengan bank konvensional		✓		
7	Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah		✓		
8	Orientasi bisnis bank syariah selain mencari profit juga berusaha mendapatkan keberkahan dari Allah SWT		✓		
9	Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah Islam.		✓		

Promosi

1	Saya memutuskan untuk sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena presentasi yang diadakan di SMP saya				✓
2	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>brochure</i> (selebaran) yang saya baca		✓		
3	Isi persentasi yang disampaikan di SMP membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul				✓
4	Narasumber yang memberika penjelasan tentang Perbankan Syariah SMK N I Bantul membuat saya tertarik memilih Perbankan Syariah SMK N I Bantul			✓	
5	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari kakak kelas di SMK				✓
6	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari alumni				✓
7	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari tetangga				✓
8	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>website</i> yang saya baca				✓
9	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul melalui <i>media sosial</i> yang saya ikuti			✓	
10	Saya mengenal Perbankan Syariah SMK N I Bantul dari guru atau karyawan yang tinggal di dekat saya			✓	

Sosial budaya

1	Pendidikan anak merupakan hal yang penting di keluarga kami		✓		
2	Memilih paket keahlian di sekolah yang baik pendidikannya merupakan keharusan di keluarga kami			✓	
3	Memilih paket keahlian di sekolah yang baik pelayanannya merupakan keharusan di keluarga kami			✓	
4	Memilih paket keahlian di sekolah yang baik fasilitasnya merupakan keharusan di keluarga kami			✓	
5	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena saudara saya sekolah di sana				✓
6	Saya memutuskan sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul karena anak tetangga saya juga sekolah di Perbankan Syariah SMK N I Bantul				✓
7	Memilih paket keahlian di sekolah yang baik pendidikan karakternya merupakan keharusan di keluarga kami		✓		

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap	:	Wakhid Bashori
Tempat/Tanggal Lahir	:	Bantul, 4 Januari 1974
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Agama	:	Islam
Status	:	Menikah
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Alamat Tetap	:	Klurahan Rt 20, Trimurti Srandakan, Bantul, DIY
No Telepon	:	087731129886
Email	:	Bashori.aku@gmail.com
Pekerjaan	:	Pegawai Negeri Sipil (PNS)

PENDIDIKAN FORMAL

1980 - 1986	:	SD Muh Gerso
1986 - 1989	:	SMP N I Sanden
1989 - 1992	:	SMA N I Bantul
1993 - 1999	:	Universitas Negeri Yogyakarta FIS Pendidikan Administrasi Perkantoran