

## **Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Belajar Di Lp3i Tegal**

**Sri Haryanti<sup>1)</sup>**  
**Rahmania Mustahidda<sup>2)</sup>**

Program Studi S-1 Manajemen, STIE Totalwin, Semarang, Indonesia

<sup>1)</sup>[sriharyantii15@gmail.com](mailto:sriharyantii15@gmail.com)

STIE Totalwin, Semarang, Indonesia

<sup>2)</sup>[rahmania@stietotalwin.ac.id](mailto:rahmania@stietotalwin.ac.id)

### **Abstract**

The purpose of this study is to determine the effect of Service Quality, Promotion and Education Costs on Learning Decisions and find out the indicators that influence these variables on the effect of service quality, promotion, and education costs on study decisions at LP3I Tegal. The independent variables in this study are, Service Quality, Promotion and Education Costs. The dependent variable in this study is the Learning Decision using the slovin formula in sample selection. The sample used is the entire population or junior and senior students of LP3I Tegal , which is 100 peseta learners.

The method used in analyzing the data is multiple linear regression analysis which includes t test and f test which previously the data was tested first with validity tests, reliability tests, and classical assumptions, for cassical assumption tests consisting of multicollinearity tests, heredioskedasticity tests and normality tests with the help of the SPSS program. The results showed that Quality of Service, Promotion, had a significant effect on Learning Decisions , while Education Fees did not have a significant effect on Learning Decisions.

**Keywords:** Quality of Service, Promotion, Tuition Fees and Learning Decisions

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Sumber daya manusia merupakan modal dasar untuk meningkatkan pelayanan kualitas, sehingga kualitas sumber daya manusia harus selalu dikembangkan agar Dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam proses pengembangan sumber daya manusia Diperlukan karena banyaknya sumber daya manusia tanpa dukungan pelayanan yang berkualitas Dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan, kebaikan akan menjadi beban pembangunan suatu bangsa Pengetahuan dan teknologi serta kondisi sosial budaya negara mendorong pembangunan Layanan pendidikan yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan segala bentuk Masyarakat, termasuk dalam hal selera dan kepuasan konsumen. banyak yang berubah Dengan munculnya layanan alternatif, partisipasi terbaik diperlukan Menentukan kemajuan atau pembalikan kondisi

layanan pendidikan pengambilan keputusan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan suatu masalah yang sangat penting bagi dunia pendidikan, agar tercapai pelayanan yang baik harus diupayakan pengambilan keputusan masing-masing faktor seperti promosi, harga, teknologi, dan sumber daya manusia (SDM). Kualitas pelayanan adalah elemen, yang meliputi berjuang untuk memenuhi permintaan, Kualitas meliputi produk, jasa, manusia dan lingkungan, kualitas adalah kondisi konstan berubah. Jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang baik, maka kualitas pelayanan dikatakan baik sesuai harapan konsumen. Sebaliknya kualitas pelayanan dikatakan kurang baik Dan , jika layanan yang didapat pelanggan di bawah harapan mereka. kualitas Pelayanan yang baik akan meningkatkan kualitas suatu perusahaan di benak konsumen (Erinawati & Syafarudin, 2021).

Diperlukan saat mengelola sistem komunikasi pemasaran Merancang strategi dan rencana penjualan yang efektif dan efektif efisien. Promosi adalah elemen kunci dalam acara perusahaan, dan promosi terbaik adalah yang dilakukan oleh pelanggan yang puas. Oleh karena itu, promosi perlu ditangani secara hati-hati, karena persoalannya bukan hanya bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan, tetapi juga berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk biaya tersebut, yang tentunya harus disesuaikan dengan kondisi dan kemampuan perusahaan. Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya.

Selain mengandalkan media promosi perusahaan jasa akan sangat terlihat dari memberikan pelayanan nya, konsumen akan merasa puas jika apa yang mereka harapkan sesuai dengan apa yang diberikan oleh perusahaan. Keputusan seseorang untuk menggunakan jasa merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor (Hasan Abdul Rozak, Ardian Adhiatma, Olivia Fachrunnica, 2023). Perguruan tinggi harus mempunyai kelebihan seperti menetapkan biaya pendidikan yang kompetitif. Biasanya konsumen dalam hal ini adalah calon mahasiswa dalam menggunakan layanan jasa akan membandingkan-bandingkan biaya pendidikan, memilih layanan jasa yang biaya pendidikan dasarnya rendah, memilih layanan jasa yang biaya pendidikannya sebanding dengan kualitas pelayanannya atau berbagai alasan lainnya. Agar mendapatkan calon mahasiswa dalam jumlah yang cukup, perguruan tinggi harus mempunyai strategi penetapan tarif/biaya yang menarik sebagai contoh kebijakan tarif atau biaya kuliah yang bertahan atau kebijakan lain yang akan menarik para lulusan SLTA/SMA. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pengguna untuk mendapatkan produk. Harga dan kebijaksanaan harga adalah elemen yang paling banyak diperdebatkan dalam pemasaran. Harga adalah satu-satunya variabel strategi pemasaran yang berkaitan dengan pemasukan, bagaimanapun harga mendatangkan masalah tersendiri.(Erinawati & Syafarudin, 2021).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa penelitian terdahulu tentang kualitas layanan, promosi, dan biaya Pendidikan terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Kamanda, 2022), (Anugrah,

Purwanto, Suyoto, 2022) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan belajar. Sedangkan (Ramadani, 2020) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan belajar. (Lahensel et al., 2022), (Marbun et al., 2022) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan belajar. Sedangkan (Nasution et al., 2019) menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan belajar. (An et al., 2023), (Selvia et al., 2022) menyatakan bahwa biaya Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan belajar. Sedangkan (Galuh Tiyasherlinda et al., 2022) menyatakan bahwa biaya Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan belajar.

Seperti di Indonesia bisnis dalam bidang jasa yang berkembang adalah jasa Pendidikan seperti perguruan tinggi swasta, Lembaga Pendidikan atau jasa bimbingan belajar. Keberadaan industri jasa mendapat tempat tersendiri di kalangan masyarakat, karena di era Masyarakat Ekonomi Asean ini banyak sekali persaingan antar Negara, di segala bidang terutama di bidang sumber daya manusia (SDM). Mereka mempunyai harapan bahwa dengan mengikuti pelatihan di Lembaga Pendidikan mereka akan mempunyai attitude yang baik dan memiliki skill kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja dan industri agar bisa bersaing dengan yang lainnya serta dapat melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi.

Salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini adalah setelah mengikuti lembaga pendidikan dan pelatihan ini, seberapa banyak sedikitnya siswa yang terserap di dunia kerja ataupun terjaring di jenjang yang lebih tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kepuasan konsumennya. Apabila kinerja pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan tercapai dan semakin banyak jumlah siswa yang terjaring.

Kalau kinerja sesuai harapan, konsumen akan sangat puas. Serta apabila kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat senang atau sangat puas. Melihat Lembaga bimbingan belajar merupakan industry jasa dimana kepuasan konsumen merupakan factor yang terpenting, maka penelitian terhadap kualitas pelayanan dengan tujuan adanya peningkatan mutu layanan dan untuk jangka Panjang mempertahankan pelanggan.

Keputusan seseorang merupakan pilihan atas alternatif yang sudah dipilih berdasarkan pertimbangan diantaranya kualitas pelayanan, promosi, dan harga. Apabila kualitas pelayanan yang baik akan membuat orang tertarik untuk memilih itu, apabila harga terjangkau seseorang akan memperimbangkan peserta didik untuk memilihnya, dan ditutup dengan promosi yang baik akan membuat peserta didik merasa yakin atas pilihan tersebut (Ujang Himanto, Aditya Yoga P, 2023). Begitu pula sebaliknya, apabila pelayanan yang kurang baik harga yang tergolong tidak terjangkau, serta promosi yang kurang menarik, membuat peserta didik enggan memilih lembaga pendidikan dan pelatihan tersebut.

Berkaitan dengan perkembangan pasti lah sebuah perusahaan tidak akan bisa lepas dari permasalahan - permasalahannya, disinilah letak permasalahannya, persaingan dalam dunia Pendidikan yang sangat ketat yang dimana belum tercapainya target penerimaan peserta didik baru di LP3I Tegal dari tahun pertama hingga saat ini menjadi perhatian penting bagi peneliti sehingga nantinya hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dan bisa menjadi tolak ukur dalam pengambilan keputusan-keputusan guna memperbaiki kinerja karyawan LP3I Tegal dan melakukan kebijaksanaan-kebijaksanaan dan strategi untuk penerimaan peserta didik baru.

Berikut ini disajikan penurunan perolehan PPDB LP3I Tegal dari tahun 2019 sampai dengan 2022 sebagai berikut :

**Tabel Target dan Realisasi**  
**Perolehan PPDB LP3I Tegal**

<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Realisasi perolehan</b>
2019/2020	150	21
2020/2021	150	107
2021/2022	150	62

Sumber: Data yang diperoleh dari LP3I Tegal 2022

Berdasarkan latar belakang diatas, masih terdapat perbedaan dalam penelitian sebelumnya mengenai kualitas layanan, promosi, dan biaya Pendidikan terhadap keputusan belajar. Sehingga perlu dikembangkan lagi untuk penelitian tentang keputusan belajar yang berpengaruh atau tidaknya terhadap kualitas layanan, promosi, dan biaya pendidikan. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, DAN BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN BELAJAR DI LP3I TEGAL”**.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal?
- Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal?
- Apakah Biaya Pendidikan berpengaruh terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal?

## **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **A. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal
- b. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal
- c. Untuk mengetahui pengaruh biaya Pendidikan terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal

### **B. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti perusahaan dan bagi konsumen yang memilih belajar di LP3I Tegal. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Untuk Peneliti  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menambah pengalaman dalam menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah ke dalam praktik nyata dan untuk mengembangkan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian.
- b. Untuk Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar pertimbangan supaya perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Dan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tolak ukur perusahaan untuk membuat strategi
- c. Untuk Peneliti Berikutnya  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti berikutnya dan dijadikan bahan pertimbangan lebih lanjut terhadap penelitian yang sejenis.

## **Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dalam lima bab yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang menjadi acuan untuk dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang diharapkan dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini uraian tentang landasan teori dan peneliti terdahulu yang terdiri dari variabel – variabel penelitian yang diajukan, serta kerangka pemikiran dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi jenis penelitian, definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, penentuan jenis dan sumber data, pengumpulan data dan metode analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang uraian obyek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan hasil penelitian, serta memberikan beberapa saran, keterbatasan penelitian

#### **TELAAH PUSTAKA**

##### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan proses yang terintegrasi Gabungan pengetahuan untuk tujuan evaluasi beberapa alternatif dan pilih salah satu, sehingga keputusan pembelian dapat dijelaskan keputusan sebagai pilihan konsumen Ada beberapa pilihan untuk memuaskan kebutuhannya.(Santosa, 2019). Ada beberapa indikator yang menjelaskan keputusan pembelian menurut (Larika & Ekowati, 2020) indikator keputusan pembelian yaitu : Kemantapan pada sebuah produk, Kebiasaan dalam membeli produk, Memberikan rekomendasi kepada orang lain, Melakukan pembelian ulang.

##### **Kualitas Layanan**

Kualitas adalah kondisi dinamis yang mempengaruhi Memiliki produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi mereka harap. Dengan demikian pengertian kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai Berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan pengiriman Sejalan dengan ekspektasi konsumen. Kualitas pelayanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi konsumen puncak Layanan yang benar-benar mereka terima/peroleh dan layanan yang mereka berikan Atribut layanan yang sebenarnya mereka harapkan/ingin layani perusahaan. Jika layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan jika pelayanannya baik Diterima melebihi harapan konsumen, persepsi kualitas layanan yang tinggi baik dan berkualitas, sebaliknya jika pelayanan yang diterima dibawah mengharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk . (Alfianto Anugrah Ilahi, et.al, 2022). Menurut (Putri, 2019) kualitas pelayanan merupakan hal yang tidak dapat dianggap ringan oleh satu perusahaan, karena apabila kualitas pelayanan dari suatu perusahaan baik maka konsumen akan mendapatkan yang setimpal dengan biaya yang dikeluarkan. (CitraAntaRahmah, 2020) menyimpulkan bahwa terdapat lima indicator (*Service Quality*) / Kualitas Pelayanan sebagai berikut: Tangibles, Reability, Responsiviness, Assurance, Emphaty.

---

## **H1: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Belajar**

### **Promosi**

(Larika & Ekowati, 2020) Promosi merupakan sarana bagi perusahaan, dalam bentuk kegiatan dengan tujuan menciptakan komunikasi diarahkan antara produsen dan konsumen. Pengertian lain dari promosi adalah seni merayu konsumen dan calon konsumen untuk mendapatkan produk-produk perusahaan lebih. Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. (Erinawati & Syafarudin, 2021) Menyatakan promosi adalah suatu bentuk komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal, sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk dan jasa tersebut. Indikator promosi menurut (Larika & Ekowati, 2020) yaitu: Advertising (Periklanan), Personal selling (penjualan perseorangan), Sales promotion (promosi penjualan), Public relations (hubungan masyarakat), Direct marketing (penjualan langsung).

## **H2: Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Belajar**

### **Biaya Pendidikan**

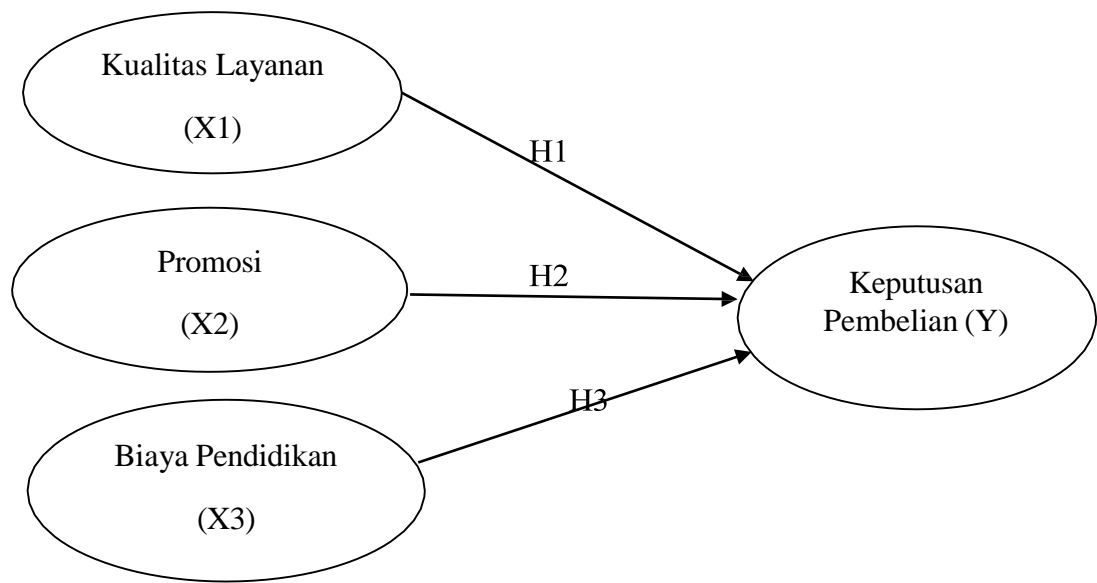
(Perkasa & Putra, 2020) menyatakan bahwa biaya pendidikan merupakan salah satu komponen masukan instrumental yang sangat penting dalam penyelenggaraan pendidikan. Biaya (cost) dalam pengertian ini memiliki cakupan yang luas, yakni semua jenis pengeluaran yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan, baik dalam bentuk uang maupun barang dan tenaga yang dapat diharga dengan uang. bahwa keuangan dan pembiayaan merupakan salah satu sumber daya yang secara langsung menunjang efektivitas dan efisiensi. (Bernik & Haq, 2019) menyatakan bahwa Harga merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran, menurut Kotler dan Keller (2016) bauran pemasaran merupakan perangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mengejar tujuan pemasaran, yang terdiri dari 4P yaitu product, price, place dan promotion. Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Indikator Harga Menurut (Prilano et al., 2020) indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut: Ketejangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

## **H3: Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Belajar**

## Kerangka Pemikiran Teoritis

Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar Kerangka Pemikiran



## Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen dan variabel independent. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan belajar di LP3I Tegal. Sedangkan variable independennya adalah kualitas layanan, promosi, dan biaya Pendidikan. Berikut adalah definisi operasional pada masing-masing variabel. menurut Sugiyono, dalam Imron (2019), mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti Suharmisi, dalam (Christalisana, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling, yang berarti tidak semua populasi dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini.. Sedangkan metode yang digunakan purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Oleh karena itu, jumlah sampel yang akan diteliti di LP3I Tegal adalah sebanyak 129 peserta didik junior dan senior sebagai sampel.

## Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional

### Variabel Dependen

Variabel dependen disebut sebagai variabel output, kriteia. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel teikat. Variabel terikat merupakan

variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel beda. Variabel dependen penelitian ini adalah Keputusan belajar di LP3I Tegal

### Variabel Independen

Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independent adalah variabel-variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (teikat). Variabel independent dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X1), Promosi (X2), dan Biaya Pendidikan (X3).

### PEMBAHASAN ANALISIS DATA

Adapun untuk menguji hipotesis akan digunakan bantuan program *SPSS 23,0 for windows* dengan ketentuan tanda (\*) yang berarti *signifikan* 0,05 dan (\*\*) *signifikan* 0,01 dengan tujuan mendapatkan hasil perhitungan yang akurat. Dan mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga lebih cepat dan tepat.

#### Uji Validitas

Variabel kuesioner dikatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  table pada nilai signifikansi 0, 1946 sebaliknya. Hasil uji validitas variabel pada penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel hasil uji validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	1	0,680	0,1946	Valid
	2	0,776	0,1946	Valid
	3	0,685	0,1946	Valid
	4	0,720	0,1946	Valid
	5	0,758	0,1946	Valid
Promosi (X2)	1	0,662	0,1946	Valid
	2	0,554	0,1946	Valid
	3	0,562	0,1946	Valid
	4	0,664	0,1946	Valid
	5	0,480	0,1946	Valid
Biaya Pendidikan (X3)	1	0,745	0,1946	Valid
	2	0,755	0,1946	Valid
	3	0,799	0,1946	Valid
	4	0,675	0,1946	Valid
Keputusan Belajar (Y)	1	0,801	0,1946	Valid
	2	0,820	0,1946	Valid



	3	0,738	0,1946	Valid
	4	0,852	0,1946	Valid

Sumber : data pengolahan SPSS 2023

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik analisis *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten. Apabila nilai koefisien realibilitas  $> 0,60$  maka bisa dikatakan reliabel.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,770	Reliabel
Promosi (X2)	0,673	Reliabel
Biaya Pendidikan (X3)	0,729	Reliabel
Keputusan Belajar (Y)	0,794	Reliabel

Sumber : data pengolahan SPSS 2023

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Berdasarkan Hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel dibawah ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $> 0,05$  dengan hasil 0,018. Hal ini dapat dikatakan bahwa nilai residual nilai residual terstandarisasi dan berdistribusi normal.

Berikut merupakan tabel Hasil pengujian normalitas:

Tabel Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,83393162
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,072
	Negative	-,072

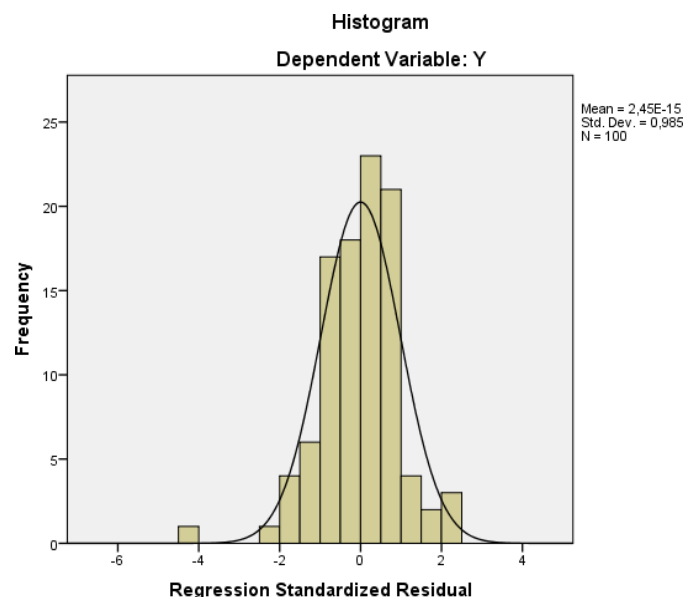


Test Statistic	,072
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber : data pengolahan SPSS 2023

Hasil uji normalitas juga dapat dilihat pada histogram sebagai berikut :

### Gambar Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram

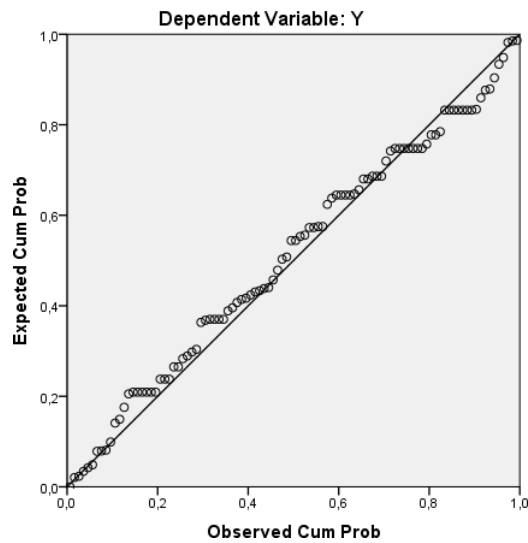


Berdasarkan grafik dapat dilihat grafik histogram ini membentuk sebuah lonceng. Dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal dan sesuai dengan asumsi uji normalitas.

Hasil uji normalitas lainnya yang dilakukan untuk melihat regresi berdistribusi normal atau tidak ialah dengan melihat hasil uji analisis grafik P-P Plot yang dilakukan dengan melihat pola kurva penyebaran p-plot yang dibandingkan dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal, distribusi akan membentuk satu garis lurus diagonal. Jika data residual normal, maka garis yang akan digambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

### Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa grafik menunjukkan normal probability plot cenderung mengikuti garis diagonal. Disimpulkan bahwa, distribusi data normal dan sesuai dengan asumsi uji normalitas.

#### Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian uji multikolinieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 28 Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

**Hasil Uji Multikolinieritas**



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,456	1,288		10,451	,000		
	X1	,405	,041	,709	9,947	,000	,864	1,157
	X2	,082	,039	,151	2,107	,038	,856	1,168
	X3	-,251	,061	-,298	-4,119	,000	,839	1,192
a. Dependent Variable: Y								

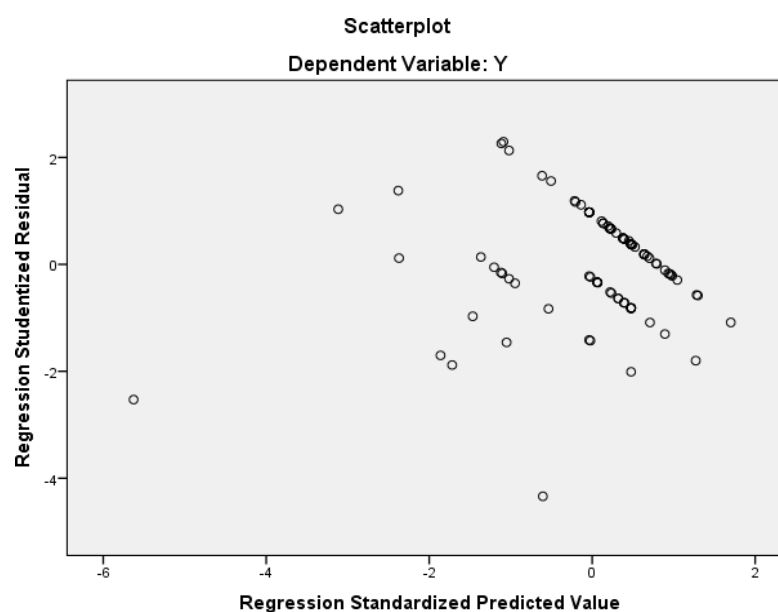
*Sumber : data pengolahan SPSS 2023*

Dari tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh untuk setiap variabel  $> 0,10$  dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel  $< 10$ , maka artinya data variabel kualitas layanan, promosi, dan biaya pendidikan tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berikut grafik hasil uji heteroskedastisitas:

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik scatterplot menyebar secara acak baik, namun masih membentuk pola tertentu.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas Kualitas Layanan (X1), Promosi (X2), Biaya Pendidikan (X3) terhadap Keputusan belajar (Y) di LP3I Tegal. Hasil analisis regresi linier berganda:

**Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,456	1,288		10,451	,000
	Kualitas Layanan	,405	,041	,709	9,947	,000
	Promosi	,082	,039	,151	2,107	,038



	Biaya Pendidikan	-,251	,061	-,298	-4,119	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Belajar						

Sumber : data pengolahan SPSS 2023

### Uji Hipotesis

#### Uji T (Parsial)

Dasar pengambilan keputusan uji t bisa dilihat dari tingkat signifikansi yaitu apabila nilai sig < 0,05 maka variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu pengambilan keputusan uji t juga dapat dilihat dari nilai  $t_{tabel}$ , apabila hasil uji  $t_{tabel} > t_{hitung}$  maka dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Pada penelitian ini dapat diketahui jumlah sampel sebanyak 100 responden dan jumlah variabel (k) sebanyak 4, sehingga  $df = n - k = 100 - 4$  sehingga nilai  $t_{tabel}$  dengan sig 5% adalah 1,660. Hasil uji t disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,456	1,288		10,451	,000
	Kualitas Layanan	,405	,041	,709	9,947	,000
	Promosi	,082	,039	,151	2,107	,038
	Biaya Pendidikan	-,251	,061	-,298	-4,119	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Belajar						

Sumber : data pengolahan SPSS 2023

#### Uji F (Kelayakan Model)

Uji statistik F untuk melihat apakah model regresi yang ada layak atau tidak. Kriteria pengujian menggunakan tabel ANOVA dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikasinya < 0,05 artinya model penelitian layak digunakan dan jika nilai signifikansi > 0,05 artinya model penelitian tidak layak digunakan. Tabel hasil uji f pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel Hasil Uji F (Uji Kelayakan Model)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94,311	3	31,437	43,835	,000 <sup>b</sup>
	Residual	68,849	96	,717		
	Total	163,160	99			



a. Dependent Variable: Y
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

*Sumber : data pengolahan SPSS 2023*

### Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Nilai R dalam uji koefisien determinasi mencerminkan seberapa kuat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

**Tabel Hasil Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 <sup>a</sup>	,578	,565	,847
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

*Sumber : data perolehan SPSS 2023*

Besarnya nilai Adjustd R Square adalah 0,565. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, promosi dan biaya pendidikan mampu menjelaskan bersama-sama terhadap variabel keputusan belajar sebesar 56,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti sebesar 53,5%.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas layanan, promosi, dan biaya Pendidikan terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal. dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh LP3I maka semakin tinggi keputusan belajar.
- Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal artinya semakin tinggi tingkat *promosi* seseorang maka semakin tinggi keputusan belajar.
- Biaya Pendidikan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan belajar di LP3I Tegal artinya semakin baik biaya Pendidikan yang diberikan oleh LP3I maka semakin tinggi keputusan belajar.

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pengolahan data yang sudah dilakukan, penulis dapat memberikan saran kepada pihak LP3I Tegal yang diharapkan dapat membantu LP3I, saran tersebut yaitu:

- Kualitas layanan dikampus LP3I Tegal berada dalam kategori baik, akan tetapi dari kampus LP3I tetap harus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan dengan cara memberikan rasa aman, nyaman kepada para peserta didik sebagai upaya untuk menarik calon peserta didik kedepannya. Dapat dikatakan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan maka tingkat keputusan belajar di LP3I Tegal semakin meningkat pula.



2. Promosi memiliki pengaruh yang positif dalam keputusan belajar di LP3I memiliki hasil yang cukup tinggi. Sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan untuk LP3I Tegal dapat lebih memanfaatkan peran promosi dan social media dalam melakukan pemasaran kepada calon peserta didik. Hal ini dapat menjadi nilai lebih untuk LP3I Tegal untuk lebih dikenal lebih luas oleh masyarakat terutama masyarakat Kota Tegal, Kabupaten Tegal, Brebes dan sekitarnya.
3. Biaya Pendidikan pada LP3I harus terus didesuaikan dengan harga pasar. Namun diharapkan LP3I Tegal dapat mempertahankan citra positif dan meningkatkan kualitas layanannya. Dengan memiliki kualitas yang baik dapat meningkatkan citra positif, sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan biaya pendidikan kepada konsumen baru.

### ACKNOWLEDGMENTS

segala puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Belajar Di LP3I Tegal “.

Selama menyusun skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih pada orang-orang yang membantu penulis secara langsung kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Hasan Abdul Rozak, S.H., C.N., M.M. selaku ketua STIE Totalwin Semarang.
2. Bapak Adhitya Yoga Prasetya, S.IP., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen
3. Ibu Rahmania Mustahidda, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini..
4. Bapak Kisowoyo, S.E, M.M.. selaku Dosen penguji.
5. Ibu Dr. Yuyun Ristianawati, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji
6. Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di STIE Totalwin, serta staf dan karyawan STIE Totalwin yang bersedia membantu melayani selama masa perkuliahan.
7. Orang tua tercinta bapak Harjono dan ibu Carsi yang senantiasa memberikan dukungan cinta dan kasih sayang serta doa.
8. Ahmad Mutamim yang senantiasa memberikan semangat, doa, dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua Keluarga besar LP3I Tegal yang memberi semangat serta kesempatan kepada penulis untuk belajar dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat, *support* dan bersama-sama membantu untuk berbagi ilmu selama penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penelitian skripsi ini jauh dari sempurna, namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan demi keberlanjutan skripsi ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- An, Q. U. R., Didik, P., & Walisongo, T. P. Q. (2023). *PENGARUH BIAYA PENDIDIKAN DAN FASILITAS PENDIDIKAN TERHADAP HASIL BELAJAR BACA TULIS AL-*. 3(2), 602–616.
- Anugrah, Purwanto, Suyoto, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 1–17.
- Bernik, M., & Haq, M. D. (2019). Analisis Penetapan Harga untuk Peningkatan Jumlah Penjualan Produk (Studi Kasus Sate Hadori Bandung). *Al Tijarah*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3323>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 136.
- Galuh Tiyasherlinda, Andhatu Achsa, & Yacobo P. Sijabat. (2022). Citra Merek Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Magelang. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 306–314. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2511>
- Hasan Abdul Rozak, Ardian Adhiatma, Olivia Fachrunnica, T. R. (2023). *Social Media Angangement Organizational Agility And Digitalization Strategic Plan To Improve SMEs' Performance*. 70(11), 3766–3775. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/TEM.2021.3085977>
- Kamanda, S. V. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP AGAMA ISLAM ABDULLAH SAID BATAM*. 2(1), 1–6.
- Lahensel, I. F., Kalangi, J. A. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery (PHD) Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 91–95.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Oppo. *Jurnal Manajemen Insani Dan Bisnis*, 1(1), 126–138.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727.



- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Perkasa, D. H., & Putra, W. B. T. S. (2020). Peran Kualitas Pendidikan, Biaya Pendidikan, Lokasi dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Minat Siswa Memilih Perguruan Tinggi XYZ. *Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang, March*, 72–87.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>
- Selvia, M., Tumbel, A. L., Djemly, W., Harga, P., Kualitas, D. A. N., Terhadap, P., Pembelian, K., Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). *PRODUK KOSMETIK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF SCARLETT WHITENING PRODUCTS ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2. 10(4)*, 320–330.
- Ujang Himanto, Aditya Yoga P, R. A. (2023). *CUSTOMER ENGAGEMENT AS A VARIABLE MEDIATING THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON PURCHASING DECISIONS (BLIBLI E-COMMERCE CASE STUDY)*. 182. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-40971-4\\_31](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-40971-4_31)