

SKRIPSI

PENGARUH LOKASI PESANTREN, BIAYA PENDIDIKAN DAN *WORD OF MOUTH* (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH PONDOK PESANTREN MANAHIJUSSADAT

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas La Tansa Mashiro



Oleh :

Imas Nur Azizah
20111016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LA TANS A MASHIRO
2024 M / 1445 H**

LEMBAR PENGESAHAN

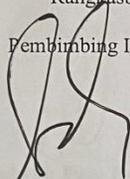
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama : Imas Nur Azizah
NPM : 20111016
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

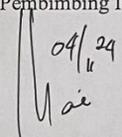
Skripsi ini telah disetujui untuk diajukan dalam Ujian Sidang Skripsi

Rangkasbitung, Senin, 04 November 2024

Pembimbing I

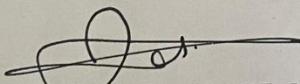

Dr. H. Ade Jaya Sutisna, S.H., M.M., MBA
NIDN: 0428096404

Pembimbing II

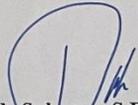

Maesaroh, S.E., MM
NIDN: 0410118704

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas La Tansa Mashiro


Dr. Zakriyya Tunnufus, S.E., M.M
NPP : 22306740898004

Ketua Program Studi
Manajemen


Dede Suharna, S.E., M.M
NPP. 10105800204017

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

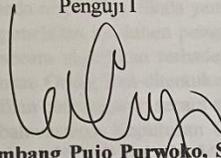
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Nama : Imas Nur Azizah
NPM : 20111016
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

Skripsi ini telah diujikan dalam ujian sidang skripsi dan dinyatakan **LULUS**

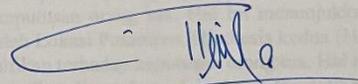
Rangkasbitung, Jumat, 20 Desember 2024.

Penguji I



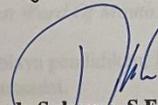
Drs. H. Bambang Pujo Purwoko, S.H., M.M
NIDN : 0411036502

Penguji II



Muhi Mukti, SE., M.M
NIDN : 04210019001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Dede Suharna, S.E., M.M
NPR 10105800204017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan orang tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat. Keputusan orang tua dalam Memilih lembaga pendidikan khususnya pesantren, dipengaruhi oleh berbagai macam faktor eksternal dan internal. Faktor lokasi, biaya pendidikan serta peran *word of mouth* menjadi beberapa elemen kunci yang dapat menentukan keputusan tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini sebanyak 543 santri dengan jumlah sampel sebanyak 84 orang dari kalangan wali santri/orang tua siswa. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *probability sampling*, jenis *probability sampling* yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *word of mouth*) terhadap variabel dependen (keputusan orang tua). Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden. Skala yang digunakan yaitu skala likert.

Hasil penelitian ini dalam pengujian hipotesis pertama (H1) Lokasi Pesantren berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Orang Tua ditentukan oleh Lokasi Pesantren. Hipotesis kedua (H2) Biaya Pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orang tua. Hal ini menyatakan bahwasanya Keputusan Orang Tua ditentukan oleh Biaya Pendidikan. Hipotesis ketiga (H3) *Word Of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Orang Tua ditentukan oleh *Word Of Mouth*. Hipotesis keempat (H4) Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap keputusan orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Orang Tua ditentukan oleh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth*.

Kata kunci : Lokasi pesantren, biaya pendidikan, *Word Of Mouth*, keputusan orang tua dan Pondok Pesantren Manahijussadat.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of pesantren location, tuition fees and Word Of Mouth on parents' decisions in choosing Manahijussadat Islamic Boarding School. Parents' decisions in choosing educational institutions, especially pesantren, are influenced by various external and internal factors. Location factors, tuition fees and the role of word of mouth are some of the key elements that can determine this decision.

This research uses quantitative methods. The population of this study was 543 students with a sample size of 84 people from among the parents of students. In this study, researchers used probability sampling techniques, the type of probability sampling used was simple random sampling technique. The data analysis technique used is multiple linear regression to determine the effect of each independent variable (pesantren location, tuition fees and word of mouth) on the dependent variable (parental decision). The data used in this study are primary data, namely by distributing questionnaires to respondents. The scale used is a Likert scale.

The results of this study in testing the first hypothesis (H1) Pesantren location has a significant effect on parents' decisions. This shows that parents' decisions are determined by the location of the pesantren. The second hypothesis (H2) Education Cost has a significant effect on parents' decisions. This states that the Parents' Decision is determined by the Cost of Education. The third hypothesis (H3) Word Of Mouth has a significant effect on parental decisions. This shows that parental decisions are determined by Word Of Mouth. The fourth hypothesis (H4) Pesantren Location, Tuition Fees and Word Of Mouth have a significant and simultaneous effect on parental decisions. This shows that Parents' Decisions are determined by Boarding School Location, Tuition Fees and Word Of Mouth.

Keywords: Pesantren location, tuition fees, Word Of Mouth, parents' decisions and Manahijussadat Islamic Boarding School.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Imas Nur Azizah
NPM : 20111016
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul :

Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.

1. Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat dan penjiplakan terhadap karya orang lain, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar,
2. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya mengizinkan dan menyetujui untuk dikelola oleh Universitas La Tansa Mashiro sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari terdapat tidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan kelulusan dan pencabutan ijazah yang telah saya peroleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas La Tansa Mashiro.

Rangkasbitung, 17 Desember 2024

Yang membuat pernyataan



(Imas Nur Azizah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mengikuti sidang skripsi dan melanjutkan penelitian skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas La Tansa Mashiro.

Penyusun menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. KH. Sholeh Rosyid, S.Ag., M.M selaku Rektor Universitas La Tansa Mashiro.
2. Ibu Dr. Zakiyya Tunnufus, S.E., M.M, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas La Tansa Mashiro.
3. Bapak Dede Suharna, S.E., M.M, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas La Tansa Mashiro.
4. Bapak Dr. H. Ade Jaya Sutisna, SH., MM., MBA dan Ibu Maesaroh, SE., MM atas kesediaannya menjadi pembimbing skripsi.
5. Ayah dan Ibu tercinta juga seluruh anggota keluarga atas seluruh do'a, dukungan moril dan materil dan kasih sayang yang tiada henti.

6. Kepada Firman Syah, S.Pd yang selalu membantu serta memberikan dorongan motivasi demi terciptanya skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penyusun mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi perbaikan skripsi ini dimasa depan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat disetujui dan bermanfaat bagi para pembaca, serta dapat menjadi pedoman bagi penyusun dalam menyelesaikan penelitian skripsinya.

Rangkasbitung, 06 November 2024

Penyusun

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	1
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	2
ABSTRAK.....	3
ABSTRACK.....	4
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	14
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang Masalah.....	15
1.2 Identifikasi Masalah.....	25
1.3 Pembatasan Masalah.....	25
1.4 Perumusan Masalah.....	27
1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	28
1.5.1 Tujuan Penelitian.....	28
1.5.2 Kegunaan Penelitian.....	28
BAB II LANDASAN TEORI.....	30
2.1 Deskripsi Teori.....	30
2.1.1 Teori Dasar (<i>Grand Theory</i>).....	30
2.1.2 Keputusan Orang Tua.....	32
2.1.3 Lokasi Pesantren.....	41
2.1.4 Biaya Pendidikan.....	50
2.1.5 <i>Word Of Mouth</i>	54
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	57
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	69
2.3.1 Hubungan Lokasi Pesantren terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.....	69
2.3.2 Hubungan Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.....	71

2.3.3	Hubungan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.....	72
2.3.4	Hubungan Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.....	73
2.4	Kerangka Pemikiran.....	73
2.5	Hipotesis Penelitian.....	75
BAB III METODE PENELITIAN.....		77
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	77
3.1.1	Tempat Penelitian	77
3.1.2	Waktu Penelitian.....	77
3.2	Metode Penelitian.....	78
3.3	Populasi dan Sampling	79
3.3.1	Populasi	79
3.3.2	Sampling.....	79
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	81
3.5	Instrumen Penelitian.....	83
3.6	Uji Coba Instrumen Penelitian.....	88
3.6.1	Uji Validitas.....	88
3.6.2	Uji Reliabilitas	88
3.7	Teknik Pengumpulan Data	89
3.7.1	Kuesioner (Angket).....	89
3.7.2	Dokumen.....	90
3.8	Teknik Analisis Data.....	90
3.8.1	Uji Prasyarat Data	90
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		102
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	105
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	105
4.1.2	Deskripsi Data	106
4.1.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	140
4.1.4	Hasil Uji Analisis Data.....	145
4.1.5	Hasil Uji Hipotesis.....	153
4.2	Pembahasan Temuan	157

4.2.1 Pengaruh Lokasi Pesantren Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Modern Manahijussadat.....	157
4.2.2 Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Modern Manahijussadat.....	158
4.2.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth (WOM)</i> Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Modern Manahijussadat	158
4.2.4 Pengaruh Lokasi pesantren, Biaya pendidikan dan <i>Word Of Mouth (WOM)</i> berpengaruh terhadap Keputusan Orang tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.....	159
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	161
5.1 Kesimpulan	161
5.2 Saran	161
DAFTAR PUSTAKA.....	1
LAMPIRAN.....	5
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	31

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Santri Pondok Pesantren Manahijussadat Tahun Ajaran 2023-2024	16
Tabel 1. 2 Jumlah Santri Pondok Pesantren Manahijussadat Tahun Ajaran 2024/2025	17
Tabel 1. 3 Hasil Kuesioner Pra Penelitian Mengenai Lokasi Pesantren Manahijussadat Lebak Banten.....	19
Tabel 1. 4 Daftar Biaya Masuk dan SPP Pondok Pesantren di Rangkasbitung	21
Tabel 1. 5 Hasil Kuesioner Pra Penelitian Mengenai Word Of Mouth (WOM)	22
Tabel 2. 1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	63
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	78
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	81
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian	83
Tabel 3. 4 Skala Likert	90
Tabel 3. 5 Nilai Tingkat Korelasi	96
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	106
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	107
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Berdasarkan Alamat	108
Tabel 4. 4 Uji Validitas Lokasi Pesantren (X ₁)	110
Tabel 4. 5 Uji Validitas Biaya Pendidikan (X ₂)	110
Tabel 4. 6 Uji Validitas Word Of Mouth (X ₃)	111
Tabel 4. 7 Uji Validitas Keputusan Orang Tua (Y).....	112
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Lokasi Pesantren (X ₁)	113
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Biaya Pendidikan (X ₂).....	113
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas <i>Word Of Mouth</i> (X ₃).....	113
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Keputusan (Y).....	114
Tabel 4. 12 Kelas Interval	114
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Pernyataan (X1.1).....	115
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Pernyataan (X1.2).....	116
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Pernyataan (X1.3).....	116
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Pernyataan (X1.4).....	117
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Pernyataan (X1.5).....	118
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Variabel Lokasi Pesantren (X1).....	118
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Pernyataan (X2.1).....	119
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Pernyataan (X2.2).....	120
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Pernyataan (X2.3).....	120
Tabel 4. 22.....	121
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Pernyataan (X2.5).....	122
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Pernyataan (X2.6).....	122
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Pernyataan (X2.7).....	123
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Pernyataan (X2.8).....	124
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Pernyataan (X2.9).....	124
Tabel 4. 28` Rekapitulasi Variabel Biaya Pendidikan (X2).....	125

Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Pernyataan (X3.1).....	126
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan ke 2 (X3.2).....	126
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 3 (X3.3).....	127
Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Pernyataan (X3.4).....	128
Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Pernyataan (X3.5).....	128
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Pernyataan (X3.6).....	130
Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Pernyataan (X3.7).....	130
Tabel 4. 36 Tanggapan Responden Pernyataan (X3.8).....	131
Tabel 4. 37 Rekapitulasi Variabel Word Of Mouth (X3)	132
Tabel 4. 38 Tanggapan Responden Pernyataan (Y1)	133
Tabel 4. 39 Tanggapan Responden Pernyataan Y2	133
Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Pernyataan (Y3)	134
Tabel 4. 41 Tanggapan Responden Pernyataan (Y4)	135
Tabel 4. 42 Tanggapan Responden Pernyataan (Y5)	135
Tabel 4. 43 Tanggapan Responden Pernyataan (Y6)	136
Tabel 4. 44 Tanggapan Responden Pernyataan (Y7)	137
Tabel 4. 45 Tanggapan Responden Pernyataan (Y8)	137
Tabel 4. 46 Tanggapan Responden Pernyataan (Y9)	138
Tabel 4. 47 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Keputusan Orang Tua (Y)..	139
Tabel 4. 48 Uji Normalitas	140
Tabel 4. 49 Uji Normalitas Log.....	141
Tabel 4. 50 Uji Normalitas LN.....	141
Tabel 4. 51 Uji Normalitas SQRT	142
Tabel 4. 52 Uji Normalitas Residual	143
Tabel 4. 53 Uji Heterokedastisitas	143
Tabel 4. 54 Uji Autokorelasi	144
Tabel 4. 55 Uji Multikolineritas	145
Tabel 4. 56 Hasil Uji Regresi Parsial Lokasi Pesantren (X_1) terhadap Keputusan (Y)	145
Tabel 4. 57 Hasil Uji Regresi Parsial Biaya Pendidikan (X_2) terhadap Keputusan (Y)	146
Tabel 4. 58 Hasil Uji Regresi Parsial Word Of Mouth (X_3) terhadap Keputusan (Y)	147
Tabel 4. 59 Hasil Uji Regresi Berganda	147
Tabel 4. 60 Hasil Uji Korelasi Parsial	149
Tabel 4. 61 Uji Korelasi Berganda	150
Tabel 4. 62 Hasil Uji Determinasi Parsial Lokasi Pesantren (X_1) terhadap Keputusan (Y).....	151
Tabel 4. 63 Hasil Uji Determinasi Parsial Biaya Pendidikan (X_2) terhadap Keputusan (Y).....	151
Tabel 4. 64 Hasil Uji Determinasi Parsial Word Of Mouth (X_3) terhadap Keputusan (Y).....	152
Tabel 4. 65 Hasil Uji Determinasi Berganda	152
Tabel 4. 66 Hasil Uji t (Parsial) Lokasi pesantren (X_1) terhadap Keputusan (Y)	154
Tabel 4. 67 Hasil Uji t (Parsial) Biaya pendidikan (X_2) terhadap Keputusan (Y) ...	154

Tabel 4. 68 Hasil Uji t (Parsial) Word Of Mouth (X_3) terhadap Keputusan (Y)	155
Tabel 4. 69 Hasil Uji F (Simultan).....	156

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	75
Gambar 2. 2 Rumus Slovin	80
Gambar 4. 1 Diagram Jenis Kelamin Responden.....	107
Gambar 4. 2 Diagram Usia Responden.....	108
Gambar 4. 2 Diagram Usia Responden.....	108
Gambar 4. 3 Diagram Alamat Responden	109
Gambar 4. 3 Diagram Alamat Responden	109

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan agama merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu bentuk pendidikan agama yang populer di Indonesia adalah pondok pesantren. Pesantren tidak hanya memberikan pendidikan agama, tetapi juga pendidikan umum dan pengembangan karakter. Menurut definisi dari Nashir, (2010) pondok pesantren adalah “suatu lembaga keagamaan yang memberikan pendidikan dan pengajaran serta mengembangkan dan menyebarkan ilmu agama Islam”.

Keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren yang tepat bagi anak merupakan keputusan yang penting. “Pada dasarnya manusia merupakan pembuat keputusan atau *decision making man* dalam pengambilan keputusan sekaligus penentu atas sebuah pilihan dari beberapa pilihan” (Pasolong, 2023 : 1).

Manusia selalu dihadapkan dengan pilihan yang dimana manusia harus memilih keputusan yang paling sedikit bahayanya dan paling banyak manfaatnya, manusia diciptakan di bumi adalah sebagai khalifah (pemimpin), dan pemimpin di dalam keluarga adalah orang tua. Maka. Pentingnya sebuah keputusan di sini menemukan titik signifikasinya. Allah menyampaikan dengan lugas di dalam Al-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 30 :

ءَ وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خٰلِٖفَةً ۗ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِیْهَا مَنْ یُّفْسِدُ فِیْهَا وَیَسْفِكُ الدِّمَآ
قَالَ اِنِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ۗ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ

Artinya : Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi”. Mereka bertanya (tentang hikmat ketetapan Tuhan itu dengan berkata) “adakah engkau (ya Tuhan kami) hendak menjadikan di bumi itu orang yang akan membuat bencana dan menumpahkan darah (berbunuh-bunuhan), padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji-Mu dan mensucikan-Mu?”. Tuhan berfirman “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang kamu tidak mengetahuinya”.

Menurut (Fahmi, 2011), pengambilan keputusan adalah “proses mengejar suatu masalah, mengidentifikasi suatu masalah, dan merumuskan kesimpulan serta rekomendasi berdasarkan konteks masalah”. Rekomendasi ini digunakan sebagai pedoman dasar pengambilan keputusan.

Menurut data mengenai jumlah santri Pondok Pesantren Manahijussadat mengalami penurunan dalam dua tahun terakhir, tahun pelajaran 2023-2024 jumlah santri sebanyak 607 orang, tahun pelajaran 2024-2025 jumlah santri sebanyak 543 orang.

Tabel 1. 1
Jumlah Santri Pondok Pesantren Manahijussadat
Tahun Ajaran 2023-2024

KELAS	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	59	66	125
2	49	40	89
3	38	41	79
4	39	39	78
5	29	68	97
6	43	67	110
1 EXT	7	8	15

3 EXT	6	8	14
TOTAL	270	337	607

Sumber : Data Pondok Pesantren Manahijussadat

Tabel 1. 2
Jumlah Santri Pondok Pesantren Manahijussadat
Tahun Ajaran 2024/2025

KELAS	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	43	51	94
2	55	64	119
3	46	39	85
4	17	27	44
5	40	47	87
6	28	66	94
1 EXT	1	7	8
3 EXT	6	6	12
TOTAL	236	307	543

Sumber : Data Pondok Pesantren Manahijussadat

Pondok Pesantren Manahijussadat memiliki tujuan pendidikan yang dapat menjadi pertimbangan keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat sebagai lembaga pendidikan yang tepat bagi anaknya yaitu memiliki keimanan yang kuat, berakhlak terpuji dan menjadi anak sholeh/sholehah, mampu membaca, memahami dan mengamalkan Al-Qur'an dan Kitab Kuning, memiliki keterampilan berbahasa Arab dan Inggris, Tahfidzul Qur'an, Komputer, Bercocok Tanam dan Berternak, Berpidato dalam Tiga Bahasa, Terbiasa hidup mandiri dan sederhana, terbiasa bekerja maksimal, Dapat kuliah di PTN/PTS dalam dan luar negeri (dengan beasiswa bagi yang berprestasi).

Menurut Revaldi, (2020 : 120) orang tua mempunyai sepuluh kriteria normal dalam Memilih sekolah sebagai tempat pendidikan bagi anak-anaknya 1)

Lokasi dan lingkungan, lokasi dapat meliputi jarak sekolah ke rumah, lingkungan sekitar sekolah, dan akses transportasinya, 2) Sarana atau fasilitas sekolah, seperti ruang kelas, tempat ibadah, laboratorium, asrama, pos kesehatan dan lain lain, 3) Visi dan misi sekolah, pentingnya orang tua untuk mengetahui visi dan misi sekolah agar orang tua mengetahui kurikulum apa yang sekolah tersebut gunakan, 4) Pendidikan agama, yaitu keseimbangan antara materi ajar yang bersifat umum dan keagamaan, 5) Profil para pendidik dan kyai, karena guru dan kyai adalah perpanjangan tangan para orang tua yang menjaga dan mengasuh anak selama 24 jam dan mendidik anak dalam kegiatan belajar mengajar, 6) Kurikulum pendidikan, orang tua harus mengetahui kurikulum pendidikan yang digunakan 7) Alternatif aktivitas, memiliki aktivitas yang khusus dengan tujuan yang khusus juga yang tentunya tidak terlepas dari tujuan pendidikan, 8) Ketertiban dan kebersihan lingkungan sekolah, kondisi sekolah yang kondusif dan lingkungan sekolah seperti asrama, kamar mandi yang bersih akan menciptakan kenyamanan anak dalam belajar dan tinggal di asrama, 9) Bakat skolastik, sekolah mengetahui bakat dan kemampuan siswa di bidang keilmuan 10) Prestasi sekolah dan jejak keberhasilan para alumni, keberhasilan para alumni setelah menyelesaikan studi di sekolah tersebut menjadi cerminan kualitas keberhasilan para guru dan lembaga sekolah dalam mendidik.

Pemilihan pondok pesantren merupakan keputusan penting bagi orang tua dan anak. Orang tua ingin memastikan bahwa anak mereka mendapatkan pendidikan agama dan moral yang terbaik, serta bekal ilmu yang memadai untuk masa depan. Namun, dalam kenyataannya, terdapat beberapa fenomena yang

menunjukkan adanya permasalahan dalam keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren. Menurut Swastha dan Jamaludin,. (2017 : 22) lokasi adalah “tempat di mana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan”. Meninjau lokasi Pesantren Manahijussadat yang jauh dari pusat kota dan cenderung berada di tengah perkampungan dan akses jalan yang tidak terlalu lebar untuk dilalui banyak kendaraan.

Berikut ini adalah hasil atau jawaban dari kuesioner pra penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 30 Orang Tua santri yang menjadi responden.

Tabel 1. 3
Hasil Kuesioner Pra Penelitian Mengenai Lokasi Pesantren
Manahijussadat Lebak Banten

No.	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Wali Santri	Target dalam %
		Ya	Tidak		
1	Akses jalan menuju Pondok Pesantren Manahijussadat sangat bagus sehingga mudah dilalui berbagai macam kendaraan	23	77	30	100
2	Lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat strategis sehingga mudah dijangkau oleh berbagai macam kendaraan	23	77	30	100
3	Jarak pandang menuju Pondok Pesantren Manahijussadat tidak terhalang sehingga mudah dijumpai	17	83	30	100
4	Daerah/lingkungan dan warga sekitar Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung Pondok Pesantren dalam segala kegiatan dan segi keamanan	53	47	30	100

No.	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Wali Santri	Target dalam %
		Ya	Tidak		
5	Tidak banyak Pondok Pesantren lain di sekitar lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat, sehingga menjadi keunggulan tersendiri serta menimbulkan beberapa kebutuhan khusus dan memperluas peluang	23	77	30	100

Hal ini dapat menyebabkan beberapa masalah, seperti kesulitan bagi orang tua untuk menjenguk anak yang mengakibatkan rasa kesepian bagi anak yang dapat merusak psikis dan mengganggu fokus belajar anak hingga biaya transportasi yang tinggi, belum lagi ditambah biaya pendaftaran awal, biaya daftar ulang setiap tahun, biaya pendidikan bulanan pesantren atau biasa disebut dengan biaya Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) di beberapa pesantren bisa sangat tinggi. Menurut (Hasan, 2008 : 22) harga adalah “segala bentuk biaya yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa baik berupa pelayanan atau fasilitas dari suatu produk atau jasa”. Hal ini dapat menjadi beban bagi beberapa orang tua, terutama bagi mereka yang berasal dari keluarga kurang mampu.

Menurut data perbandingan biaya masuk dan SPP dari beberapa Pondok Pesantren di Rangkasbitung yang menunjukkan bahwasanya bersamaan dengan peningkatan biaya masuk dan SPP di beberapa pondok pesantren maka berkurang pula jumlah santri di setiap tahun ajaran. Berikut adalah data – data biaya masuk

dan SPP dari beberapa pondok pesantren di Rangkasbitung yang setara dengan pondok pesantren Manahijussadat.

Tabel 1. 4
Daftar Biaya Masuk dan SPP Pondok Pesantren di Rangkasbitung

Nama Pondok Pesantren	Tahun	Jumlah Santri	Biaya Masuk	SPP
Manahijussadat	2023 - 2024	604	Rp 8,410,000	Rp 850,000
	2024 - 2025	543	Rp 8,560,000	Rp 850,000
Almizan Putri	2023 - 2024	626	Rp 10,200,000	Rp 900,000
	2024 - 2025	553	Rp 10,250,000	Rp 950,000
Daar El Azhar	2023 - 2024	419	Rp 6,800,000	Rp 690,000
	2024 - 2025	382	Rp 6,900,000	Rp 690,000
Latansa 2	2023 - 2025	487	Rp 11,715,000	Rp 1,050,000
	2024 - 2025	490	Rp 11,715,000	Rp 1,050,000
Almizan Putra	2023 - 2024	212	Rp 10,200,000	Rp 900,000
	2024 - 2025	208	Rp 10,250,000	Rp 950,000

Sumber : Brosur Pondok

Menurut Hasan, (2010 : 22) *Word Of Mouth* merupakan bentuk pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan mengenai pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang betul-betul mempengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka. Fenomena ini yang menjadi sorotan publik akhir-akhir ini, baik dari media-media pemberitaan dan juga penilaian dan pengalaman para orang tua yang pernah mempunyai pengalaman menyekolahkan anak-anaknya di Pondok Pesantren. Informasi yang disampaikan oleh media dan para orang tua atau wali santri dari penilaian mulut ke mulut tidak selalu tepat dan akurat.

Permasalahan ini tidak hanya berdampak pada orang tua dan anak saja, akan tetapi juga berdampak kepada pondok pesantren itu sendiri. Menurut Dr. KH. Sulaiman Effendi, M. Pd selaku pimpinan pondok pesantren Manahijussadat,

akibat dari permasalahan tersebut muncul beberapa kendala yang dihadapi pondok pesantren, seperti penurunan jumlah santri karna ketidakcocokan lokasi, informasi dari mulut ke mulut yang tidak akurat, serta ketidakmampuan membayar biaya pendidikan, yang menyebabkan orang tua dari keluarga yang kurang mampu memilih pesantren yang relatif lebih murah, meskipun kualitas pendidikannya mungkin tidak sebaik pesantren yang lebih mahal.

Berikut ini adalah hasil atau jawaban dari kuesioner pra penelitian mengenai *Word Of Mouth (WOM)* yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 30 Orang Tua santri yang menjadi responden.

Tabel 1. 5
Hasil Kuesioner Pra Penelitian Mengenai *Word Of Mouth (WOM)*

No.	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Wali Santri	Target dalam %
		Ya	Tidak		
1.	Banyak cerita dan pengalaman negatif/buruk tentang Pondok Pesantren Manahijussadat	17	83	30	100
2.	Banyak cerita dan pengalaman positif/baik tentang Pondok Pesantren Manahijussadat	57	43	30	100
3.	Kualitas dan prestasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik sehingga mendorong kepercayaan Orang Tua untuk memilih Pondok Pesantren Manahijussadat	47	53	30	100
4.	Pembicaraan mengenai reputasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik	27	73	30	100
5.	Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung dan berpartisipasi dalam pengembangan bakat, minat sekaligus menjadi wadah santri untuk pengembangan diri	53	47	30	100

Dalam proses pengambilan keputusan ini, orang tua perlu mempertimbangkan berbagai elemen, yakni faktor internal orang tua dan faktor eksternal pesantren. Orang tua yang religius atau paham betul mengenai agama mungkin akan memilih pesantren yang memiliki kurikulum agama yang kuat dan menekankan pada nilai-nilai moral, sedangkan orang tua juga tentu memiliki harapan masa depan untuk sang anak, seperti menjadi ulama, hafidz Quran, atau dokter. Harapan ini dapat mempengaruhi pilihan mereka dalam Memilih pondok pesantren. Biaya pendidikan di pesantren yang berbeda-beda, ini juga yang menjadi faktor pertimbangan bagi orang tua sesuai dengan kemampuan finansial, selain biaya orang tua juga memilih pondok pesantren yang dekat dengan tempat tinggal mereka agar mudah untuk menjenguk dan mendapatkan informasi tentang keadaan anak. Setelah memahami faktor internal orang tua, penting juga untuk memahami faktor eksternal pesantren, yakni fasilitas pesantren untuk menunjang kegiatan belajar mengajar dan tempat yang aman serta nyaman sebagai rumah kedua bagi anak, kegiatan ekstrakurikuler yang sesuai dengan minat dan bakat anak, serta reputasi pesantren yang dapat di akses lewat media sosial, alumni atau orang tua lain yang memiliki anak yang bersekolah di pesantren tersebut.

Beberapa peneliti yang telah mengkaji tentang keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren yakni Hayati, (2021) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM), Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pendidikan Islamic Full Day School di Pondok Pesantren Safinatu Huda Surabaya”, Zarkasih et al., (2022) “Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* (WOM) terhadap

Keputusan memilih Pondok Pesantren (Studi kasus pada santri di Pondok Pesantren Ar-Rahman Malang”, Satria Lubis et al., (2020) “Pengaruh fasilitas Sekolah, Biaya Pendidikan dan Lokasi Sekolah terhadap Pengambilan Keputusan Siswa untuk Melanjutkan Pendidikan Ke SMA Al Ulum Terpadu”, Nadzifah et al., (2023) “Pengaruh Lokasi, Biaya Pendidikan, dan *Word Of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Studi kasus pada Pondok Pesantren Shirotul Fuqoha Putri), Yaal, (2019) “Peran Fasilitas, Budaya, Lokasi, dan Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Sekolah Dasar Swasta (Studi Kasus SD Integral Luqman Al-Hakim Kabupaten Lumajang), Prabowo & Lily, (2011) “Pengaruh *Word Of Mouth* Marketing dan Pameran terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah”, Satria Lubis et al., (2020) “Pengaruh Lokasi Sekolah Terhadap Keputusan Calon Siswa dalam Pemilihan SMAk St. Petrus Kewapante. Amri & Yahya, (2021) “Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan”.

Oleh sebab itu, pondok pesantren perlu kiranya pada saat melakukan pemilihan lokasi usaha jasa harus memilih lokasi yang strategis dan dekat dengan pusat keramaian guna menarik minat konsumen untuk memilih pondok pesantren sebagai pilihan, serta membuat biaya pendidikan yang sesuai dengan target pasar yang diinginkan, dan penerapan metode *Word Of Mouth* (WOM) sebagai sarana promosi yang transparan sehingga menimbulkan suatu persepsi yang positif bagi santri ataupun calon santri dalam Memilih pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan islami yang mereka pilih.

Dilihat dari fenomena dan beberapa permasalahan tentang keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren, lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *Word Of Mouth (WOM)* yang telah disampaikan di atas maka peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian yang dengan judul **“Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, dan *Word Of Mouth (WOM)* Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, terdapat beberapa masalah yang perlu diidentifikasi terkait dengan pengaruh lokasi pesantren, biaya pendidikan, dan *Word Of Mouth (WOM)* terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren, yaitu:

1. Pemilihan lokasi pesantren yang kurang tepat dan strategis yang mudah dijangkau oleh masyarakat umum.
2. Tingginya biaya pendidikan yang harus dikeluarkan.
3. Penilaian terhadap pondok pesantren berdasarkan pengalaman dan *Word Of Mouth (WOM)* dari para orang tua.
4. Terdapat penurunan jumlah santri di pondok pesantren manahijussadat, tahun ajaran 2023/2024 berjumlah 607, tahun ajaran 2024/2025 berjumlah 543.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, terdapat topik permasalahan yang cukup luas. Maka perlu adanya pembatasan masalah dalam

penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini hanya membahas variabel-variabel yang berhubungan dengan variabel yang diteliti yaitu : Keputusan orang tua (Y), Lokasi pesantren (X_1), Biaya pendidikan (X_2) dan *Word Of Mouth* (X_3).

Indikator dari variabel Keputusan orang tua (Y) ialah :

- a) Kebutuhan suatu produk dan jasa.
- b) Keberagaman varian dan kualitas produk atau jasa.
- c) Kepercayaan dan kualitas merek.

Indikator dari variabel Lokasi Pesantren (X_1) antara lain :

- a) Lokasi mudah dilalui atau dijangkau.
- b) Jarak pandang normal.
- c) Daerah mendukung pesantren.
- d) Tidak banyak pesantren di sekitar lokasi

Indikator variabel Biaya Pendidikan (X_2) ialah :

- a) Biaya pendaftaran
- b) Biaya pembangunan
- c) Biaya SPP per bulan
- d) Biaya ujian
- e) Biaya buku
- f) Biaya peralatan
- g) Biaya *study tour*
- h) Pembayaran tunai
- i) Pembayaran non tunai

Indikator variabel *Word Of Mouth* (X_3) yakni :

- a) Pengalaman positif dan negatif
- b) Kualitas pesantren
- c) Pembicaraan mengenai pesantren
- d) Alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan produk atau jasa
- e) Partisipasi yang diberikan oleh pesantren
- f) Dampak dari *Word Of Mouth*

Sampel pada penelitian sebanyak 84 Orang Wali Santri yang dihitung dengan rumus *slovin*, tempat penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Manahijussadat, dilakukan selama 5 bulan dari bulan April 2024 sampai dengan Agustus 2024, dan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dan berganda.

1.4 Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi pesantren terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat?
2. Apakah terdapat pengaruh biaya pendidikan terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat?
3. Apakah terdapat pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat?
4. Apakah terdapat pengaruh yang simultan antara lokasi pesantren, biaya pendidikan, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat?

1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi pesantren terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya pendidikan terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat
3. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi pesantren, biaya pendidikan, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat

1.5.2 Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Pondok Pesantren

Hasil penelitian ini dapat membantu Pondok Pesantren Manahijussadat dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua, sehingga dapat meningkatkan strategi pemasaran dan layanannya. Strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah santri dapat membantu Pondok Pesantren Manahijussadat dalam mencapai tujuannya dalam memberikan pendidikan agama dan moral yang terbaik bagi anak-anak

- b. Bagi Orang tua

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi orang tua dalam Memilih pesantren yang tepat untuk anak mereka. Orang tua dapat menggunakan informasi ini untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang penting bagi mereka dalam Memilih pesantren, seperti lokasi pesantren, biaya pendidikan dan reputasi pesantren.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian tentang pengaruh lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Teori Dasar (*Grand Theory*)

Penelitian ini berdasarkan pada teori perilaku terencana atau yang biasa disebut dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Teori ini merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Icek Ajzen menjadi *Theory of Planned Behavior (TPB)* pada tahun 1985 melalui sebuah artikelnya yang berjudul “*From intentions to actions: A Theory of planned behavior*” (Ajzen, 1985). Dalam TRA dijelaskan bahwa niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor utama yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norms* (Fishbein dan Ajzen, 1975), sedangkan dalam TPB ditambahkan satu faktor lagi yaitu *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* (Ajzen dalam Jogiyanto, 2007). Jogiyanto (2007) Mengembangkan teori ini dengan menambahkan konstruk yang belum ada di TRA. Konstruk ini disebut dengan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan di TPB untuk mengontrol perilaku individual yang dibatasi oleh kekurangan-kekurangannya dan keterbatasan-keterbatasan dari kekurangan sumber-sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya (Hsu and Chiu 2002).

TPB menjelaskan bahwa perilaku seseorang, termasuk keputusan, dipengaruhi oleh tiga komponen utama:

1. Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward the behavior*):

Persepsi orang tua terhadap pesantren, baik positif maupun negatif. Faktor lokasi pesantren dan biaya pendidikan dapat membentuk sikap positif atau negatif berdasarkan kemudahan akses, kualitas lingkungan, dan keterjangkauan biaya.

2. Norma subjektif (*Subjective norms*):

Persepsi orang tua terhadap tekanan sosial atau pandangan dari keluarga, teman, atau para alumni pesantren tentang pentingnya memilih pesantren tertentu. Word of mouth berperan besar dalam membentuk norma subjektif, karena orang tua biasanya mendengar pengalaman orang lain dalam Memilih pesantren.

3. Kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived behavioral control*):

Persepsi orang tua tentang kemampuan mereka untuk memilih pesantren, termasuk kemampuan finansial dan aksesibilitas.

Lokasi dan biaya pesantren memengaruhi kontrol ini, misalnya ketersediaan transportasi atau beban biaya pendidikan yang sesuai dengan kemampuan orang tua.

Aplikasi TPB dalam Penelitian:

1. Lokasi pesantren: Berperan dalam membentuk sikap dan kontrol perilaku (mudah dijangkau atau strategis).

2. Biaya pendidikan: Mempengaruhi kontrol perilaku (kemampuan finansial untuk membayar biaya).
3. *Word OF Mouth (WOM)* : Membangun norma subjektif (pengaruh dari pengalaman atau rekomendasi orang lain).
4. Keputusan orang tua: Merupakan hasil akhir dari interaksi antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku.

2.1.2 Keputusan Orang Tua

Menurut Robbins (2020 : 6) Keputusan adalah pilihan yang dibuat dari dua atau lebih alternatif. Sedangkan menurut Stoner (2020 : 6) mendefinisikan bahwa keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif. Sedangkan Cerullo dalam salusu (2016 : 6) mengatakan bahwa keputusan adalah sebuah kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan, yang terjadi setelah satu kemungkinan dipilih, sementara yang lain dikesampingkan.

2.1.2.1 Fungsi Keputusan

Menurut Irham Fahmi (2020 : 10) dalam buku Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif, pengambilan keputusan sebagai suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah memiliki fungsi antara lain sebagai berikut :

1. Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional.

2. Sesuatu yang bersifat futuristik, artinya bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang, di mana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.

2.1.2.2 Tujuan Keputusan

Menurut Irham Fahmi (2020 : 10) dalam buku Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif, tujuan pengambilan keputusan dapat dibedakan atas dua, yaitu sebagai :

1. Tujuan yang bersifat tunggal

Tujuan pengambilan keputusan yang bersifat tunggal terjadi apabila keputusan yang dihasilkan hanya menyangkut satu masalah, artinya bahwa sekali diputuskan, tidak akan ada kaitannya dengan masalah

2. Tujuan yang bersifat ganda

Tujuan pengambilan keputusan yang bersifat ganda terjadi apabila keputusan yang dihasilkan itu menyangkut lebih dari satu masalah, artinya bahwa satu keputusan yang diambil itu sekaligus memecahkan dua masalah (atau lebih), yang bersifat kontradiktif atau yang bersifat tidak kontradiktif.

Keputusan ini ialah hasil dari proses penilaian konsumen terhadap suatu produk yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Menurut Mustafid & Gunawan (2008 : 25) ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian seperti, pengalaman, harga, kualitas

produk, serta pengaruh dari lingkungan, seperti budaya, sub budaya, kelas sosial dan situasi.

2.1.2.3 Faktor-Faktor Keputusan

Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan menurut Kotler, (2005 : 6) adalah :

1. Faktor Budaya

Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku keputusan pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Sub-budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis. Sedangkan kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan dan wilayah tempat tinggal

2. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial masyarakat.

3. Kelompok Acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri atas semua kelompok di sekitar individu yang mempunyai pengaruh, baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu tersebut

4. Keluarga

Keluarga sendiri biasanya menjadi sumber orientasi dalam perilaku. Anak akan cenderung berperilaku sama dengan orang tua saat mereka melihat perilaku orang tua mereka mendatangkan manfaat atau keuntungan Kotler, (2007 : 7)

5. Peran status dalam masyarakat

Peranan adalah kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekelilingnya. Sedang status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai dengan peran yang dijalankan. Setiap individu dan status yang disandangnya akan mempengaruhi perilakunya Kotler, (2007 : 7)

6. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

7. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Individu dalam membeli barang atau jasa biasanya disesuaikan dengan perubahan usia mereka. Pola konsumsi yang terbentuk juga berbeda antara individu-individu yang usianya berbeda Kotler, (2007 : 8).

8. Pekerjaan

Pekerjaan individu ternyata ikut mempengaruhi perilaku pembelian individu. Penghasilan yang mereka peroleh dari pekerjaannya itulah yang menjadi determinan penting dalam perilaku pembelian mereka Kotler, (2007 : 8).

9. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang sebagaimana tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup akan sangat mempengaruhi pola tindakan dan perilaku individu Kotler, (2007 : 8).

10. Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya Kotler, (2007 : 8).

11. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama. Yakni, motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

12. Motivasi

Motivasi adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan biogenis, seperti lapar, haus, tidak nyaman. Sedangkan yang lain bersifat psikogenis, seperti

kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok Kotler, (2007 : 9).

13. Persepsi

Disamping motivasi mendasari seseorang untuk melakukan keputusan pembelian maka akan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan. Konsumen akan menampakkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk atau jasa Kotler, (2007:9).

14. Pembelajaran

Pembelajaran adalah suatu proses, yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari informasi terbaru yang diterima (dari membaca, diskusi, observasi, berpikir) atau dari pengalaman sesungguhnya, baik informasi terbaru yang diterima maupun pengalaman pribadi bertindak sebagai timbal balik dalam situasi yang sama Schiffman dan Kanuk, (2004 : 9).

15. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif bahwa seseorang mempercayai sesuatu. Kepercayaan dapat didasari pada pengetahuan asli, opini, dan iman Kotler dan Amstrong, (2006 : 10).

2.1.2.4 Model Keputusan

Menurut Dermawan, (2016 : 103) model adalah satu kumpulan proposisi atau rumus yang memberikan gambaran sederhana beberapa

aspek atau elemen peristiwa dalam kehidupan kita. Adapun jenis-jenis model dalam pengambilan keputusan yaitu :

1. Model Kuantitatif, yaitu serangkaian asumsi yang tepat dinyatakan dalam serangkaian hubungan matematis yang pasti.
2. Model Kualitatif, yakni didasarkan pada asumsi-asumsi yang ketepatannya agak kurang jika dibandingkan model kuantitatif.
3. Model Probabilitas, yaitu model kemungkinan yang dapat terjadi dalam suatu peristiwa untuk dapat dijadikan kerangka acuan dalam pengambilan keputusan.
4. Model Nilai Harapan, yaitu dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang akan diambilnya nanti menyangkut kemungkinan-kemungkinan yang telah diperhitungkan bagi situasi dan kondisi yang akan datang.
5. Model Matriks, yaitu merupakan model khusus yang menyajikan kombinasi antara strategi yang digunakan dalam hasil yang diharapkan.
6. Model Kurva Tak Acuh (*Indiferen*), yaitu model pengambilan keputusan yang selalu berkaitan dengan nilai uang.
7. Model Verbal, adalah model pengambilan keputusan berdasarkan analogi yang lebih bersifat kuantitatif.
8. Model permainan Operasional, yaitu model permainan perang-perangan (*War game*), karena manusia dapat berperan sebagai apa saja dalam suatu model.

9. Model Keputusan Rasional, yaitu pengambilan keputusan yang optimal yang bersifat rasional menurut Robbins, (2020 : 110) secara konsisten membuat pilihan yang memaksimalkan nilai dalam batas-batas tertentu.
10. Model Intuitif, yaitu pembuatan keputusan berdasar pada proses bawah sadar yang tercipta dari pengalaman yang tersaring.
11. Model Matematika, yaitu model yang menggunakan model teknik seperti, *linear programming*, teori jaringan kerja (*networking theory*) dan sebagainya.
12. Model Simulasi Komputer, yaitu model yang merupakan tiruan dari kasus yang sesungguhnya.
13. Model Pengambilan Keputusan Perilaku, yaitu model ini didasari pada seberapa jauh keputusan itu dapat memberikan kepuasan.
14. Model Pengambilan Keputusan Klasik, yaitu model pengambilan keputusan klasik berasumsi bahwa keputusan merupakan proses rasional dimana keputusan diambil dari salah satu alternatif terbaik.
15. Model Pengambilan Keputusan Pohon Masalah, yaitu merupakan suatu model diagram yang cukup sederhana dan menunjukkan suatu proses merinci masalah-masalah yang dihadapinya ke dalam komponen-komponen, kemudian dibuatkan alternatif-alternatif pemecahan beserta konsekuensinya masing-masing.

2.1.2.5 Dimensi dan Indikator Keputusan

Dimensi dan indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono, (2012 : 10) menjelaskannya bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi enam sub keputusan :

1. Pilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau jasa, atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini Orang tua sebagai konsumen dapat mengambil keputusan untuk memilih pondok pesantren sebagai produk jasa atau memilih lembaga pendidikan lain sebagai tempat menimba ilmu bagi anaknya. Indikatornya adalah kebutuhan suatu produk atau jasa, keberagaman varian dan kualitas produk atau jasa.

2. Pilihan merek

Pembeli harus mengambil keputusan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Sama halnya seperti pondok pesantren beragam, setiap pondok pesantren memiliki perbedaan, baik kelemahan atau kelebihan dari pondok pesantren tersebut. Indikatornya adalah kepercayaan dan kualitas merek.

3. Pilihan penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi, setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat,

harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain. Indikatornya adalah kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan barang.

4. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian berbeda-beda.

Indikatornya adalah jangka waktu

5. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli. Indikatornya adalah kebutuhan akan produk.

2.1.3 Lokasi Pesantren

Menurut I. G. B. N. P. Putra et al., (2021) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi. Menurut Suwarman, (2004 : 13) lokasi adalah tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Sedangkan pengertian lokasi menurut Musdalifa & Andarsyah, (2023) yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Musdalifa & Andarsyah, (2023) mengemukakan bahwasanya lokasi ialah tempat sebuah perusahaan beroperasi atau tempat

perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

2.1.3.1 Fungsi dan Tujuan Lokasi

Fungsi dan tujuan daripada pemilihan lokasi bagi sebuah perusahaan baik produk ataupun jasa adalah multifaset dan sangat penting dalam menentukan kesuksesan jangka panjang bisnis Sari et al., (2024). Berikut beberapa tujuan utama dalam pemilihan lokasi :

1. Minimisasi Biaya Operasional

Lokasi yang strategis dapat membantu pesantren dan juga orang tua dalam mengurangi biaya operasional, dekat dengan jalan raya akan memudahkan para orang tua mengakses transportasi umum.

2. Akses ke Pasar Sasaran

Memilih lokasi yang dekat dengan pasar sasaran memungkinkan perusahaan untuk mudah menjangkau dan melayani pelanggan mereka. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan

3. Kompetisi dan Posisi Pasar

Lokasi yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif. seperti mempunyai ciri khas yang tidak dimiliki oleh pondok pesantren lainnya

4. Ketersediaan Tenaga Kerja

Memilih lokasi dengan akses mudah ke tenaga kerja/para pengajar yang berkualitas dan terampil dapat mempengaruhi efisiensi dan produktifitas.

5. Ketersediaan Infrastruktur dan layanan Pendukung

Infrastruktur yang baik (seperti jalan, pelabuhan dan telekomunikasi) akan memudahkan para orang tua untuk menjenguk anak dan menghubungi lewat alat telekomunikasi yang tersedia di pondok pesantren dan layanan pendukung yang baik seperti dengan bank, ATM, pelayanan kesehatan adalah penting untuk operasional yang lancar.

6. Pertimbangan dan Ekspansi Masa Depan

Pemilihan lokasi juga harus mempertimbangkan potensi pertumbuhan dan ekspansi. Lokasi yang memungkinkan ekspansi fisik dan memiliki potensi pasar yang berkembang adalah ideal.

7. *Image dan Branding*

Lokasi tertentu dapat memiliki asosiasi tertentu yang dapat mempengaruhi citra merek. Misalnya, lokasi di daerah prestisius atau terkenal dapat meningkatkan persepsi mewah atau kualitas.

8. Kestinambungan Bisnis dan Risiko

Pemilihan lokasi juga mempertimbangkan risiko alam, politik dan sosial. Lokasi yang stabil dari segi politik dan minim risiko bencana alam dapat menjamin kestinambungan bisnis.

9. Kemudahan Akses dan Visibilitas

Lokasi yang mudah diakses oleh masyarakat dapat meningkatkan volume jumlah santri dan kenyamanan operasional. Misalnya, lokasi yang dekat dengan transportasi umum atau berada di jalan utama akan lebih mudah dijangkau.

10. Konsistensi dengan Strategi dan Bisnis

Lokasi harus selaras dengan strategi keseluruhan perusahaan, termasuk strategi pemasaran, produksi dan distribusi.

2.1.3.2 Faktor – Faktor Lokasi

Dengan mempertimbangkan semua faktor ini, perusahaan dapat memilih lokasi yang tidak hanya efisien dari segi biaya, tapi juga mendukung pertumbuhan, pengembangan dan keberlanjutan jangka panjang. Sari et al., (2024) Dalam manajemen pemasaran, memilih lokasi harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti di bawah ini :

1. Target Pasar

Sebelum memulai suatu usaha sangat penting bagi pebisnis untuk mengetahui beberapa faktor seperti potensi, segmentasi dan target pasar yang akan menjadi sasaran utama produk yang hendak ditawarkan. Tujuannya adalah sebagai fondasi dasar membangun sebuah bisnis.

2. Kompetisi

Lokasi harus dipilih berdasarkan kompetisi di area tersebut. Jika sudah banyak usaha serupa di daerah tersebut, mungkin akan sulit menarik pelanggan.

3. Aksesibilitas

Lokasi Harus mudah diakses oleh pelanggan. Hal ini dapat mencakup faktor-faktor seperti kedekatan dengan transportasi umum, ketersediaan tempat parkir, dan jarak pandang dari jalan raya.

4. Biaya

Biaya lokasi harus dipertimbangkan, karena dapat berdampak pada profitabilitas bisnis secara keseluruhan. Lokasi yang lebih mahal mungkin memiliki visibilitas dan aksesibilitas yang lebih tinggi, namun mungkin tidak layak untuk usaha kecil.

5. Faktor Lingkungan

Lingkungan sekitar harus diperhatikan, seperti ketersediaan sumber daya, tingkat persaingan, dan peraturan daerah.

6. Keamanan

Untuk mengevaluasi keamanan lokasi bisnis, berikut beberapa langkah yang dapat dilakukan :

- a. Evaluasi Sistem keamanan yang ada, seperti keberadaan petugas keamanan, kamera CCTV, dan sistem alarm

- b. Menilai tingkat kejahatan di suatu wilayah, hal ini dapat dilakukan dengan meneliti statistik kejahatan atau berkonsultasi dengan penegak hukum setempat
- c. Pertimbangkan lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar ini harus dipertimbangkan, seperti tingkat pencahayaan, keberadaan bisnis atau pemukiman terdekat dan tingkat lalu lintas pejalan kaki di area tersebut
- d. Evaluasi keamanan gedung, seperti kekuatan pintu, jendela, kamera keamanan dan aksesibilitas gedung
- e. Menilai tingkat pelatihan para karyawan, seperti pengetahuan , mereka tentang prosedur darurat dan kemampuan mereka untuk mengidentifikasi potensi ancaman keamanan
- f. Pertimbangkan tingkat pertanggung jawaban asuransi, karna dapat memberikan perlindungan finansial jika terjadi pelanggaran keamanan

7. Infrastruktur

Ketersediaan infrastruktur seperti listrik, air, dan internet harus diperhatikan. Ketersediaan infrastruktur seperti listrik, air dan internet merupakan aspek penting dalam strategi pemilihan lokasi dan tidak boleh diabaikan. Infrastruktur dasar ini memiliki peranan krusial dalam menjamin kelancaran operasional dan

efisiensi bisnis. Berikut adalah pembahasan lebih lanjut tentang pentingnya infrastruktur dalam pemilihan lokasi :

- a. Listrik, stabilitas dan ketersediaan pasokan listrik adalah faktor penting dalam menentukan lokasi usaha. Listrik yang tidak stabil atau sering padam dapat menyebabkan gangguan operasional yang signifikan, menambah biaya operasional yang signifikan, karena kebutuhan generator atau sistem cadangan, dan berpotensi merusak peralatan.
- b. Air, ketersediaan air bersih dan sistem pengelolaan air juga harus dipertimbangkan demi kenyamanan. Selitnya mendapatkan air atau kualitas air yang buruk akan menyebabkan beberapa penyakit kulit bagi santri dan para dewan guru, yang menyebabkan ketidaknyamanan di kalangan santri dan tidak kondusifnya kegiatan belajar mengajar karena keadaan tubuh yang tidak fit.
- c. Internet dan Koneksi Telekomunikasi. Di era digital ini, akses ke internet cepat dan andal adalah kebutuhan dasar untuk hampir semua jenis bisnis. Adanya jarak antara anak dan orang tua akan membuat kekhawatiran jika tidak adanya komunikasi atau informasi mengenai keadaan anaknya.
- d. Pertimbangan Lainnya, Selain tiga aspek utama ini, perusahaan juga harus mempertimbangkan infrastruktur lain seperti jalan raya, transportasi publik dan layanan publik.

e. Integrasi dengan faktor lain

Ketersediaan infrastruktur harus diintegrasikan dengan pertimbangan lain dalam strategi pemilihan lokasi.

8. Ketersediaan tenaga kerja

Ketersediaan tenaga kerja dan juga tenaga pengajar atau pendidik merupakan faktor krusial dalam strategi pemilihan lokasi bisnis. Ini tidak hanya berhubungan dengan jumlah tenaga kerja yang tersedia, tetapi juga kualitas biaya dan kepatuhan terhadap regulasi lokal. Sebuah lokasi dengan akses yang mudah ke populasi yang besar cenderung memiliki tenaga kerja yang lebih banyak dan beragam.

9. Sikap masyarakat

Sikap masyarakat lokal terhadap keberadaan bisnis atau industri di area mereka merupakan faktor yang tidak boleh diabaikan dalam strategi pemilihan lokasi. Sikap ini dapat berpengaruh besar pada kesuksesan. Operasional dalam penerimaan bisnis jangka panjang. Memahami dinamika sosial dan budaya lokal adalah kunci untuk mengintegrasikan bisnis ke dalam komunitas dengan efektif. Pertama, kedekatan terhadap komunitas setempat harus dilakukan dengan menghormati norma dan nilai yang berlaku. Kedua, kontribusi bisnis terhadap komunitas juga penting. Hal ini tidak hanya berbicara tentang manfaat ekonomi, seperti penciptaan lapangan kerja, tetapi juga

meliputi aspek sosial dan lingkungan. Ketiga, komunikasi yang efektif dengan masyarakat lokal adalah penting. Ini melibatkan pembangunan hubungan yang baik dengan pemimpin komunitas dan penduduk setempat, serta transparansi dalam operasi bisnis. Yang terakhir, partisipasi aktif dalam kegiatan sosial dan komunitas lokal dapat memperkuat hubungan bisnis dengan masyarakat. Keterlibatan ini dapat berupa sponsor kegiatan lokal, program pendidikan, atau inisiatif lingkungan.

2.1.3.3 Model Lokasi

Jenis model lokasi usaha dapat dibedakan menjadi 4 Nathaniel, n.d. (2020), yaitu :

1. Lokasi usaha yang terikat pada alam.
2. Lokasi usaha berdasarkan sejarah.
3. Lokasi usaha yang ditetapkan pemerintah.
4. Lokasi usaha yang dipengaruhi faktor-faktor ekonomi.

Salah satu cara memilih lokasi yang baik adalah dengan mengikuti proses pemilihan sistematis, seperti yang dikemukakan oleh Nathaniel, n.d. (2020) :

- a. Mendefinisikan objek lokasi usaha.
- b. Mengidentifikasi kriteria pemilihan yang relevan.
- c. Menggunakan model lokasional (model biaya ekonomi, analisis BEP, *linear programming*, analisis kualitatif faktor analisis).

- d. Mengumpulkan data lokasi yang akan dijadikan tempat usaha dan alternatif lokasi lain.
- e. Memilih lokasi yang memiliki pemenuhan kriteria paling banyak Indikator.

2.1.3.4 Dimensi dan Indikator Lokasi

Dimensi dan Indikator lokasi menurut Tjiptono, (2014) adalah sebagai berikut :

1. Akses, indikatornya adalah lokasi yang mudah dilalu atau dijangkau alat transportasi umum.
2. Visibilitas, indikatornya adalah jarak pandang normal.
3. Lingkungan, indikatornya adalah daerah yang mendukung tempat usaha.
4. Persaingan, indikatornya adalah tidak terlalu banyak pesaing (Pondok pesantren)

2.1.4 Biaya Pendidikan

Definisi biaya menurut Mulyadi (2014:8) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Baldric, *et al.*, (2013:36) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan dapat memberi manfaat sekarang atau di masa yang akan datang.

Ghazali (2012) memberikan gambaran bahwa, biaya pendidikan adalah merupakan nilai uang dari sumber daya pendidikan yang dibutuhkan untuk mengelola gerakan pendidikan, oleh karenanya untuk menghitung biaya pendidikan harus terlebih dahulu mengidentifikasi kebutuhan sumber daya pendidikan termasuk kualifikasi atau spesifikasi dan jumlahnya, untuk mengelola dan menyelenggarakan pendidikan

2.1.4.1 Fungsi Biaya

Keberadaan biaya sangat penting dalam suatu proses produksi atau lainnya. Oleh karena itu, terdapat beberapa fungsi biaya adalah sebagai berikut :

1. Menjamin lancarnya kegiatan operasional

Biaya berfungsi untuk menjamin kelancaran aktivitas operasional. Tanpa adanya biaya, maka hal-hal yang diperlukan perusahaan tidak akan terpenuhi sehingga mampu menghambat proses produksi atau operasional perusahaan.

2. Sebagai dasar perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP)

Fungsi lain biaya adalah untuk menghitung harga pokok penjualan (HPP). Sebelum produk dipasarkan dalam masyarakat, harga setiap produk sudah harus ditetapkan. Dapat perhitungan harga pokok penjualan ini diperoleh dari akumulasi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan ditambah dengan keuntungan sesuai target perusahaan.

3. Tolak ukur penentuan margin profit

Indikator penetapan margin laba dapat diketahui dari biaya. Dengan adanya rincian biaya jelas, maka perusahaan mampu mengukur penentuan margin profit. Sehingga harga yang ditawarkan di pasaran nantinya sesuai dengan kantong target pasar dan bisa menutup biaya pengeluaran, serta tetap memperoleh keuntungan.

4. Pedoman perencanaan pengeluaran berikutnya

Fungsi biaya adalah dijadikan pedoman dalam merencanakan pengeluaran berikutnya. Biaya dari hasil produksi pertama akan membantu perusahaan dalam merencanakan keuangan periode selanjutnya. Agar seluruh aspek tidak mengalami kerugian.

2.1.4.2 Faktor – Faktor Biaya

Faktor-Faktor yang mempengaruhi biaya pendidikan Ferdi, (2013), antara lain :

1. Kenaikan Harga (*Rising Prices*)
2. Perubahan relatif dalam gaji guru (*Teacher's salaries*)
3. Perubahan dalam populasi dan kenaikannya presentasi anak di sekolah
4. Meningkatnya standar pendidikan (*Educational Standards*)
5. Meningkatnya usia anak yang meninggalkan sekolah
6. Meningkatnya tuntutan terhadap pendidikan lebih tinggi (*Higher Education*)

2.1.4.3 Karakteristik biaya

Berdasarkan intensitas terjadi, jenis-jenis biaya meliputi :

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)
2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)
3. Biaya Campuran (*Mixed Cost*)

Berdasarkan Potensinya terjadi, jenis-jenis biaya meliputi :

1. Biaya Peluang (*Opportunity Cost*)
2. Biaya Hangus (*Sunk Cost*)

Berdasarkan operasional terjadi, jenis-jenis biaya meliputi :

1. Biaya Produksi
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung
3. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung
4. Biaya Penyusutan
5. Biaya Perawatan
6. Biaya Investasi
7. Biaya Overhead Pabrik

2.1.4.4 Dimensi dan Indikator Biaya

Dimensi dan Indikator biaya pendidikan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008.) dan Alma dan Hurriyati (2008) terdiri dari :

1. Biaya Sekolah

Biaya sekolah indikatornya adalah biaya pendaftaran, biaya kegiatan, biaya SPP per bulan, dan biaya ujian semester dan akhir semester yang harus dibayar.

2. Biaya Perlengkapan dan Peralatan Sekolah

Biaya perlengkapan dan peralatan sekolah indikatornya adalah biaya buku, dan biaya peralatan untuk menunjang pembelajaran

3. Biaya Travel

Biaya travel indikatornya adalah biaya *study tour* atau perjalanan tambahan merupakan pengeluaran untuk *study tour* dan observasi guna menambah pengetahuan empirik mahasiswa.

4. Transaksi Keuangan

Prosedur pembayaran berkaitan dengan cara pembayaran, dimana ada dua cara pembayaran yang terdiri dari pembayaran tunai dan pembayaran non tunai.

2.1.5 Word Of Mouth

Poerwanto dan Zakaria (2014:194) mengatakan komunikasi pemasaran WOM adalah satu-satunya metode promosi dari pelanggan ke pelanggan, dan untuk pelanggan. Kotler dan Keller (2009:174) mengatakan WOM adalah komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa. Sumardy (2011:87) mendefinisikan WOM adalah *the act of consumer providing information to other consumer atau consumer to consumer* atau tindakan penyediaan informasi oleh konsumen kepada konsumen lain.

2.1.5.1 Faktor – Faktor Word Of Mouth (WOM)

Menurut Yasvari, et al ada lima faktor terciptanya komunikasi *Word Of Mouth*, yakni :

1. Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller, (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan puas. Kotler menyatakan bahwa pelanggan yang puas akan kinerja perusahaan mempunyai ciri-ciri (Indikator) sebagai berikut :

- 1) Menjadi lebih setia.
- 2) Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada.
- 3) Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya.
- 4) Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing dan kurang sensitif terhadap harga.

2. Loyalitas

Menurut Griffin, (2008) loyalitas adalah pelanggan yang memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang-ulang pada suatu perusahaan secara teratur, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

3. Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller, (2009 : 24) kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

4. Nilai yang dirasakan

Menurut Kotler dan Keller, (2009 : 25) nilai yang dirasakan adalah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran terhadap alternatifnya.

5. Kepercayaan

Menurut Yasvari, (2012 : 25) salah satu alasan lain yang mempengaruhi pada kepercayaan dari mulut ke mulut adalah pengaruh tidak langsung melalui kepuasan.

6. Keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong, (2008) keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

2.1.5.2 Dimensi dan Indikator *Word Of Mouth* (WOM)

Dimensi dan indikator *Word Of Mouth* menurut Sernovitz, (2012) :

- a. *Talkers* indikatornya adalah pembicaraan mengenai pengalaman positif dan negatif, kualitas produk atau jasa.

- b. *Topics* indikatornya adalah pembicaraan mengenai suatu produk atau jasa.
- c. *Tool* indikatornya adalah Alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan suatu produk atau jasa.
- d. *Taking Part*, indikatornya adalah partisipasi yang dilakukan atau diberikan oleh pihak perusahaan produk atau jasa.
- e. *Tracking* indikatornya adalah dampak dari *Word Of Mouth* yang terjadi dan usaha menyesuaikan diri. Menurut Joesyiana, (2018) jenis-jenis komunikasi *Word Of Mouth* dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu:
 - 1. *Word Of Mouth* positif, merupakan proses penyampaian informasi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh individu yang satu ke individu lain berdasarkan pengalaman yang bersifat positif.
 - 2. *Word Of Mouth* negatif, merupakan proses interaksi dari mulut ke mulut yang didasarkan pada pengalaman negatif yang diperoleh dari individu yang satu ke individu yang lain terhadap suatu produk, jasa, atau perusahaan.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut uraian dari hasil penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian ini :

- 1. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ina Sari, Wisnu Mahendri (2023) ini berjudul Pengaruh Lokasi, Biaya Pendidikan, Reputasi Terhadap Keputusan

Pemilihan TK dan RA di Desa Dapurkejambon. Dengan Lokasi, Biaya Pendidikan dan Reputasi sebagai variabel independen dan Keputusan sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, dan alat analisis yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan reputasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pemilihan sekolah untuk anak usia dini. Sedangkan pada variabel biaya tidak memiliki pengaruh apa pun terhadap keputusan pemilihan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wisnu dengan penelitian saat ini adalah menggunakan pengaruh lokasi dan biaya pendidikan sebagai variabel pertama dan kedua dan keputusan sebagai variabel dependen. Perbedaannya adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi ini menggunakan reputasi sebagai variabel ketiga, dan menggunakan TK dan RA di Desa Dapurkejambon sebagai objek penelitiannya. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif pendekatan asosiatif kausal, dengan menggunakan kuesioner dan metode penelitian survei, yang merupakan bagian dari penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian saat ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif namun dengan menggunakan kuesioner dan kepustakaan.

2. Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Jihan Sofia Hayati (2021) adalah menggunakan *Word Of Mouth* sebagai variabel independen, dan keputusan orang tua sebagai variabel dependennya. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Perbedaannya adalah penelitian Jihan menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil sedangkan

penelitian saat ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Penelitian yang dilakukan Jihan menggunakan fasilitas dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen kedua dan ketiga. Objek penelitian yang dipilih adalah Islamic full day school di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya.

3. Persamaan antara penelitian dilakukan oleh Hiasinta Marto Ela dkk (2021), dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan lokasi sekolah sebagai variabel independen dan keputusan sebagai variabel dependen. Namun terdapat perbedaan antara penelitian Hiasinta ini yang mana hanya memakai satu variabel independen, sedangkan penelitian saat ini menggunakan tiga variabel independen. Objek penelitian di dalam penelitian ini yaitu SMAK St. Petrus Kewapante sedangkan penelitian sekarang dilakukan di Pondok Pesantren Manahijussadat. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini adalah para calon siswa, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian saat ini adalah orang tua santri. Dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif, penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 58 siswa, teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh sebanyak 51 siswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya lokasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel keputusan calon siswa memilih SMAK St. Petrus Kewapante.
4. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fajri et al (2020) yang meneliti tentang Pengaruh Biaya dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta, dengan pelaksanaan penelitian selama 4 bulan yang dilakukan secara kuantitatif yaitu dengan mendeskripsikan data penelitian dan melakukan analisis inferensi. Persamaan penelitian Fajri et al (2020)

memiliki satu variabel yang sama dengan penelitian yang sekarang, yaitu biaya sebagai variabel independen dan keputusan sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel yang sama, yaitu dengan metode *Probability Sampling* jenis *simple random sampling*. Dengan perbedaan objek penelitian yaitu penelitian ini menggunakan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi sebagai objek penelitiannya, penelitian Fajri ini hanya memiliki dua variabel independen. Hasil penelitian Fajri menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh positif antara biaya pendidikan dan promosi terhadap keputusan memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Azam Zarkasih et al (2022), meneliti tentang Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren yang mana variabel dependen dan variabel independennya sama dengan variabel yang digunakan dalam penelitian saat ini. Metode penelitian yang digunakan pun sama yaitu metode pendekatan kuantitatif berupa data primer. Perbedaan penelitian Azam dengan penelitian saat ini adalah objek penelitian yang mana dilaksanakan di pondok pesantren Ar – Rahman.
6. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Atika Nuzulil Laili (2023) dengan penelitian saat ini adalah menggunakan lokasi pesantren dan biaya pendidikan sebagai salah satu variabel independennya, dan keputusan sebagai variabel dependennya, dengan metode penelitian yang sama yakni metode kuantitatif. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan kualitas layanan sebagai variabel independen kedua, dan objek penelitian yang digunakan adalah

Kampus Ainul Yaqin Universitas Islam Malang. Dengan hasil penelitian yang menunjukkan lokasi pondok pesantren, biaya pendidikan kualitas layanan berpengaruh secara simultan dan signifikan.

7. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nadzifah et al (2023) dengan penelitian saat ini adalah membahas pengaruh lokasi pesantren, biaya pendidikan, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan memilih pesantren. Jenis penelitian yang digunakan pun merupakan penelitian kuantitatif berupa data primer, sampel yang digunakan adalah orang tua santri dengan metode pengambilan sampel metode *slovin*. Perbedaan penelitian Nadzifah dengan penelitian saat ini adalah objek penelitian yang digunakan, yaitu Pondok Pesantren Shirotul Fuqoha Putri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, biaya pendidikan, dan *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan memilih Ponpes Shirotul Fuqoha Putri secara simultan.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Kresna Murti, (2019) yang sama-sama menganalisis biaya pendidikan sebagai variabel penelitian independen satu, dan keputusan sebagai variabel dependennya. Jenis penelitian yang digunakan pun sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Perbedaan antara penelitian Tri kresna ini yaitu hanya menggunakan dua variabel independen, dan menggunakan kondisi sosial ekonomi orang tua sebagai salah satu variabel independen. Hasil daripada penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara biaya pendidikan dan kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap

keputusan siswa memilih sekolah di SMP Negeri 1 Karangrejo tahun ajaran 2017/2018.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Prabowo dan Lily (2011) memiliki persamaan dengan penelitian saat ini yaitu *Word Of Mouth* sebagai salah satu variabel independennya dan keputusan sebagai variabel dependennya. Teknik pengumpulan data juga yang menggunakan kuesioner dengan orang tua murid sebagai respondennya dan teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling*. Namun penelitian ini menggunakan pameran sebagai salah satu variabel independennya. Jenis penelitian yang digunakan pun berbeda yaitu deskriptif asosiatif. Dari hasil pengolahan data maka dinyatakan bahwasanya *Word Of Mouth*, pameran berpengaruh terhadap pengambilan keputusan oleh orang tua di sekolah ISMILE.
10. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Amri dan Yahya (2021) memiliki satu variabel independen yang sama yaitu biaya pendidikan dan keputusan sebagai variabel dependen. Perbedaan dari penelitian Amri dan Yahya ini adalah berbentuk penelitian kepustakaan (*library research*), yakni penelitian yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, atau penelitian yang objek penelitiannya digali melalui beragam informasi kepustakaan (buku, ensiklopedi, jurnal ilmiah, koran, majalah dan dokumen). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masalah biaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap seseorang mengambil keputusan untuk memilih salah satu lembaga pendidikan yang akan dipilihnya untuk bersekolah ataupun kuliah.

Tabel 2. 1
Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Identitas Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Lokasi, Biaya Pendidikan, Reputasi terhadap Keputusan Pemilihan TK dan RA di Desa Dapurkejambon	Dewi Inda Sari, Wisnu Mahendri 2023, E-ISSN 2987-9078	Pengaruh Lokasi, Biaya Pendidikan, Reputasi (X) terhadap Keputusan Pemilihan TK dan RA di Desa Dapurkejambon (Y)	Kuantitatif	Variabel lokasi (X1) dan reputasi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pemilihan (Y). Variabel biaya pendidikan (X2) tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pemilihan (Y)

No	Judul Penelitian	Identitas Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
2	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> , Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pendidikan Islamic Full Day School di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya	Jihan Sofia Hayati (2021) Jurnal Manajemen 15 Maret 2021	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> , Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan (X) terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pendidikan Islamic Full Day School di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya (Y)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>Word Of Mouth</i> berpengaruh signifikan, variabel Fasilitas berpengaruh signifikan, variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan

No	Judul Penelitian	Identitas Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
3	Pengaruh Lokasi Sekolah terhadap Keputusan Calon Siswa dalam pemilihan SMAK St. Petrus Kewapante	Hiasinta Marto Ela, Nurdin H.Abd Rahman S, Nur Chotimah (2021) Vol 03, E-ISSN 2685 5661	Pengaruh Lokasi Sekolah (X) terhadap Keputusan Calon Siswa dalam pemilihan SMAK St. Petrus Kewapante (Y)	Deskriptif Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil diuraikan di atas yang telah diperoleh hasil analisis variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan memilih siswa SMAK ST. Petrus Kewapante

No	Judul Penelitian	Identitas Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
4	Pengaruh Biaya Pendidikan dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta pada Program Sarjana	Afidha Fajri, Rasipan, Jayadi (2020) ISSN 2355-8733	Pengaruh Biaya Pendidikan dan Promosi (X) terhadap Keputusan Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta pada Program Sarjana (Y)	Probability Sampling	Biaya pendidikan dan promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih dengan arah positif
5	Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren	Azam Zarkasih, Agus Widarko, M. Khoirul ABS (2022) Elektronik Jurnal Riset Manajemen	Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan <i>Word Of Mouth</i> (X) terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Y)	Kuantitatif Data Primer	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi pesantren, biaya pendidikan, dan <i>Word Of Mouth</i> dengan menggunakan uji F (uji simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan santri memilih pondok pesantren Ar-Rahman Malang

No	Judul Penelitian	Identitas Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
6	Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, Kualitas Layanan terhadap Keputusan Memilih Pesantren Kampus Ainul Yaqin Universitas Islam Malang	Atika Nuzulil Laili (2023) Universitas Islam Malang	Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, Kualitas Layanan (X) terhadap Keputusan Memilih Pesantren Kampus Ainul Yaqin Universitas Islam Malang (Y)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan lokasi pondok pesantren, biaya pendidikan, kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan
7	Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren Shirotul Fuqoha)	Syairotun Nadzifah, M. Ridwan Basalamah, Tri Sugiarti Ramadhan (2023) Elektronik Jurnal Riset Manajemen. Vol. 126] No.01	Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, dan <i>Word Of Mouth</i> (X) terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Y)	Kuantitatif	Hasil uji F yakni nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dapat diketahui bahwa variabel lokasi, biaya pendidikan, dan <i>Word Of Mouth</i> berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan memilih pondok pesantren

No	Judul Penelitian	Identitas Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
8	Analisis Biaya Pendidikan dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Keputusan Orang Siswa Memilih Sekolah Di SMP Negeri 1 Karangrejo Tahun Ajaran 2017/2018	Nafik Umurul Hadi, Tri kresna Murti (2019) Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya Hal. 32 – 39	Analisis Biaya Pendidikan dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua (X) terhadap Keputusan Orang Siswa Memilih Sekolah Di SMP Negeri 1 Karangrejo Tahun Ajaran 2017/2018 (Y)	Kuantitatif	Hasil penelitian menyatakan bahwa biaya pendidikan, kondisi sosial ekonomi orang tua, berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di SMPN 1 Karangrejo tahun ajaran 2017/2018
9	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Marketing dan Pameran terhadap Keputusan Orang tua Memilih Sekolah	Hartiwi Prabowo, Lily (2011) Binus Business review Vol. 2 No. 1 Mei 2011 : 302-306	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Marketing dan Pameran terhadap Keputusan Orang tua Memilih Sekolah	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif asosiatif	Dari hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa <i>Word Of Mouth</i> Marketing dan Pameran berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Orang tua Memilih Sekolah

No	Judul Penelitian	Identitas Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
10	Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan	(Ulil Amri, Yahya 2021) Jurnal Ilmu Pendidikan Volume 3 Nomor 5 Tahun 2021 Halm. 2355 – 2361	Pengaruh Biaya Pendidikan (X) terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan (Y)	Kepustakaan	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa biaya pendidikan memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang dalam Memilih lembaga pendidikan.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Lokasi Pesantren terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Lokasi menjadi salah satu bahan pertimbangan calon siswa dalam menentukan keputusan untuk melanjutkan ke sekolah mana dia akan menempuh Pendidikan (Fradito et al., 2020). Lokasi sekolah yang memiliki akses yang mudah, tempat yang nyaman dan dapat menjamin keamanan siswanya akan menjadi nilai tambah bagi calon siswa nantinya dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis

membuat calon siswa lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin (Dian et al., 2020).

Berdasarkan hasil penelitian D. I. Sari & Mahendri, (2023) menyatakan bahwa lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan TK dan RA di Desa Dapurkejambon. Semua sekolah dinilai baik dengan lokasi yang sesuai dengan keinginan orang tua dalam menyekolahkan anaknya pada pendidikan anak usia dini. Jadi lokasi ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pemilihan sekolah di jenjang awal.

Menurut hasil penelitian Laili, (2023) menunjukkan bahwa lokasi pesantren berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Pesantren, hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat memilih pesantren dan jumlah santri pondok, maka pesantren harus memilih tempat yang strategis dekat dengan pusat keramaian.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ela, n.d. (2021) menunjukkan bahwa diperoleh hasil analisis lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan memilih siswa di SMAk St. Petrus Kewapante.

Sedangkan menurut hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Nadzifah et al., (2023) menunjukkan bahwa “variabel lokasi pesantren tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih pondok pesantren”.

2.3.2 Hubungan Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

Definisi biaya itu sendiri menurut Mulyadi (2014:8) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Sedangkan menurut Baldrice, et.al (2013:36) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan dapat memberi manfaat sekarang atau di masa yang akan datang.” Berdasarkan beberapa definisi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa segala daya upaya yang dikeluarkan oleh suatu entitas bisnis dengan tujuan agar menghasilkan suatu pemasukan atau pendapatan yang berupa barang atau jasa dapat disebut sebagai biaya. Dengan kata lain, biaya merupakan hal yang paling penting untuk menentukan keputusan yang terkait dengan profitabilitas, efisiensi dan efektifitas atas penggunaan suatu sumber daya

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zarkasih et al., (2022) menyatakan bahwasanya “biaya pendidikan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih pondok pesantren, hal ini didasari pada hasil penelitian bahwa biaya pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih pondok pesantren”. Ini menunjukkan bahwasanya biaya pendidikan yang ditawarkan kepada pengguna jasa sudah sebanding dengan fasilitas yang didapat.

Penelitian yang dilakukan oleh Fajri et al., (2020) menunjukkan bahwasanya biaya pendidikan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan

memilih STIE IPWI Jakarta. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik penetapan dan pengelolaan biaya pendidikan maka keputusan memilih sekolah tinggi ilmu ekonomi IPWI Jakarta akan semakin meningkat.

Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amri & Yahya, (2021) menunjukkan bahwa “biaya pendidikan memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang dalam Memilih lembaga pendidikan tempat dia menimba ilmu, ataupun tempat orang tua menitipkan anaknya menuntut ilmu”. Hal ini menunjukkan bahwasanya biaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap seseorang mengambil keputusan untuk memilih salah satu lembaga pendidikan yang akan dipilihnya untuk bersekolah ataupun kuliah.

Berdasarkan hasil penelitian Tri Kresna Murti, (2019) dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa “ada pengaruh yang signifikan antara biaya pendidikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di SMPN 1 Karangrejo”.

2.3.3 Hubungan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

Menurut hasil penelitian yang didapatkan dari Hayati (2021) menyatakan bahwa “variabel *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan. Dengan adanya *Word Of Mouth* yang positif akan membantu lembaga pendidikan dalam memasarkan jasanya”.

Hasil penelitian Zarkasih et al., (2022) menyatakan bahwa “*Word Of Mouth* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih pondok pesantren”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prabowo & Lily, (20/11) menunjukkan bahwasanya “*Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua memilih sekolah”. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hayati, (2021) menunjukkan bahwa “variabel *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pendidikan di Pondok Pesantren”.

2.3.4 Hubungan Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Zarkasih et al., (2022) menunjukkan bahwa “variabel lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan santri memilih berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan memilih pondok pesantren”.

Hasil yang didapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Nadzifah, et al (2023) bahwa variabel lokasi, biaya pendidikan dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih pondok pesantren.

2.4 Kerangka Pemikiran

Lokasi yang strategis memengaruhi kemudahan akses orang tua untuk mengantar, menjemput, atau mengunjungi anak mereka. Lokasi yang aman,

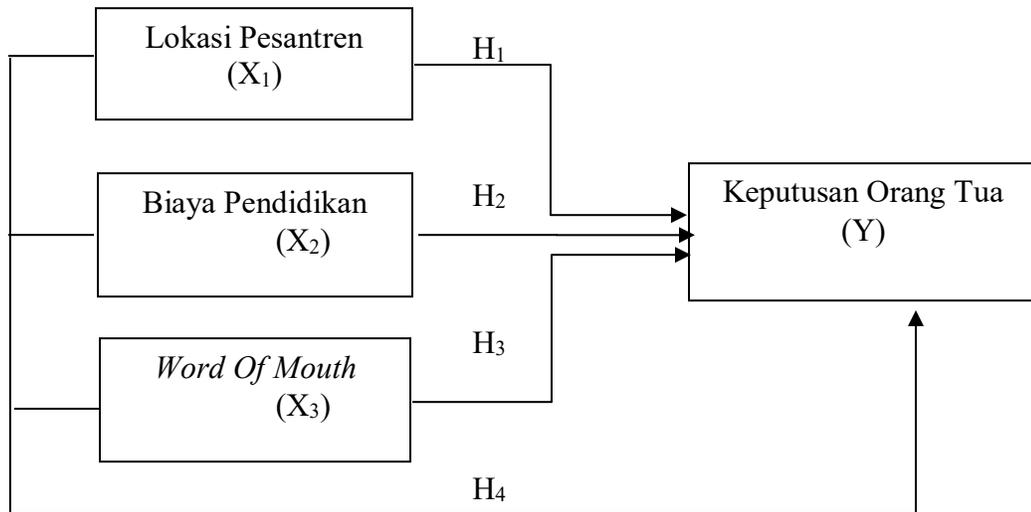
nyaman, dan dekat dengan fasilitas umum (seperti pasar, transportasi, atau pusat kesehatan) memberikan rasa tenang bagi orang tua. Lokasi pesantren yang mudah dijangkau cenderung menarik orang tua karena mengurangi waktu dan biaya perjalanan. Jika lokasi pesantren jauh tetapi berada di lingkungan yang religius, aman, dan memiliki fasilitas lengkap, orang tua tetap mempertimbangkan pesantren sebagai pilihan.

Hal lain yang menjadi salah satu faktor utama dalam pengambilan keputusan selain lokasi pesantren ialah biaya pendidikan. Biaya yang terlalu tinggi tanpa diimbangi fasilitas memadai dapat menjadi penghalang, sedangkan biaya yang terjangkau dengan fasilitas unggul menjadi nilai tambah. Orang tua cenderung memilih pesantren dengan biaya yang sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka. Biaya tambahan seperti asrama, makan, dan kegiatan ekstrakurikuler juga menjadi pertimbangan. Transparansi biaya penting untuk membangun kepercayaan.

WOM adalah bentuk komunikasi informal, baik dari orang tua lain, alumni, maupun masyarakat umum, yang memengaruhi persepsi dan keputusan orang tua. Informasi positif dari *WOM* dapat meningkatkan citra pesantren, sedangkan informasi negatif dapat menurunkan minat. Orang tua lebih percaya pada rekomendasi dari orang yang mereka kenal atau pengalaman langsung pihak lain. Testimoni alumni sukses, keunggulan program pendidikan, dan publikasi positif di media sosial menjadi faktor penguat *WOM*.

Dari penjelasan diatas kerangka pemikiran penelitian ini menggambarkan hubungan dari variabel bebas, yakni lokasi pesantren, biaya

pendidikan dan *Word Of Mouth* terhadap variabel terikat yaitu, keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat. Kerangka pemikiran yang digunakan dapat dilihat pada gambar 2.4.1 di bawah ini:



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Menurut Sutopo & Slamet (2017 : 45) hipotesis adalah “sebuah pernyataan mengenai satu populasi atau lebih yang perlu dibuktikan keabsahannya melalui prosedur pengujian hipotesis”. Pengujian hipotesis adalah suatu proses melakukan perbandingan antara nilai sampel (berasal dari penelitian) dengan nilai hipotesis pada data populasi. ; Creswell & Creswell (2018) “hipotesis adalah pernyataan formal menyajikan hubungan yang diharapkan antara variabel independen dan variabel dependen”. Abdullah (2015) “hipotesis adalah jawaban sementara untuk diuji kebenarannya melalui penelitian”.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwasanya di dalam hipotesis terdapat beberapa komponen penting mengenai dugaan sementara, hubungan antar variabel dan uji kebenaran. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H₁ : Lokasi pesantren berpengaruh terhadap Keputusan Orang tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

H₂ : Biaya pendidikan berpengaruh terhadap Keputusan Orang tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

H₃ : *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Orang tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

H₄ : Lokasi pesantren, Biaya pendidikan dan *Word Of Mouth* (WOM) berpengaruh terhadap Keputusan Orang tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Manahijussadat Kp. Serdang, Desa Pasarkeong, Kec. Cibadak, Kabupaten Lebak, Rangkasbitung – Banten 27262.



3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama , 5 bulan mulai bulan April sampai dengan bulan Agustus dengan tabel kegiatan sebagai berikut

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

Jenis Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September				Oktober				November			
	Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																																				
Pengumpulan Data																																				
Penyusunan Proposal																																				
Bimbingan Proposal																																				
Sidang Proposal																																				
Revisi Proposal																																				
Penyusunan Data																																				
Bimbingan Skripsi																																				
Sidang Skripsi																																				

3.2 Metode Penelitian

Penulis melakukan penelitian kuantitatif untuk menyelidiki hubungan sebab akibat atau kausalitas. Metode kuantitatif digunakan untuk memeriksa teori tertentu dengan melihat bagaimana berbagai variabel berinteraksi satu sama lain. Untuk mengukur variabel, instrumen penelitian biasanya digunakan, sehingga data yang diperoleh berupa angka-angka yang dapat dianalisis menggunakan teknik statistik. Penelitian ini mengolah data menggunakan program komputer SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 25.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono, n.d. (2023) metode kuantitatif adalah “metode penelitian eksperimen dan survei, sedangkan yang termasuk dalam metode kualitatif yaitu metode naturalistik”. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

3.3 Populasi dan Sampling

3.3.1 Populasi

Mengutip dari buku Sugiyono, n.d. (2023) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sugiyono, n.d. (2023) menyatakan bahwa “*Population is the collection of element about which we wish to make some inference. A population element is the subject on which the measurement is being taken. It is the unit of study*”. Populasi adalah kumpulan elemen yang ingin kita simpulkan. Elemen populasi adalah seluruh subjek dimana pengukuran dilakukan yang merupakan unit yang diteliti/dipelajari. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian berjumlah 543 orang dari jumlah santri tahun ajaran 2024 - 2025.

3.3.2 Sampling

Menurut Sugiyono, n.d. (2023) dalam penelitian kuantitatif “sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sedangkan teknik sampling menurut Sugiyono, n.d. (2023) adalah “teknik pengambilan sampel”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Probability Sampling* yakni adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis *Probability Sampling* yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*

dikatakan *Simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara ini dilakukan bisa anggota populasi dianggap homogen. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 84 yang diambil secara acak dari para orang tua/wali santri di Pondok Pesantren Manahijussadat menggunakan rumus *slovin*.

<p>n = jumlah sampel minimum</p> <p>N = jumlah sampel pada populasi</p> <p>e = batas toleransi kesalahan (<i>error</i>)</p>

Gambar 2. 2
Rumus Slovin

Diketahui :

Jumlah populasi 543 santri (N)

Batas toleransi kesalahan yang diinginkan adalah 10% (e)

Ditanyakan :

Jumlah sampel minimum (n)

Penyelesaian :

$$n = 543 / (1 + 543 \times (0,1)^2)$$

$$n = 543 / 6,43$$

$$n = 84,4479005 \text{ dibulatkan menjadi } 84.$$

3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel menurut pengertian Effendi, (1989) dalam Nasution, (2017) memiliki definisi “sederhana, konsep yang mengandung variasi nilai, atau yang menjadi gejala penelitian”. Variabel diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu adalah variabel dependen (terikat), serta variabel independen (bebas).

Empat variabel terlibat dalam penelitian ini, seperti yang dinyatakan dalam paradigma penelitian di bab sebelumnya. Lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *word of mouth* adalah variabel bebas, dan kelancaran keputusan orang tua adalah variabel terikat.

Definisi operasional variabel menurut Salma, (2000) dalam Sugiyono, (2016) adalah “seperangkat lengkap petunjuk tentang apa yang harus diamati dalam mengukur atau menguji suatu variabel dalam pengujian kesempurnaan”.

Berikut ini adalah variabel yang digunakan :

Variabel Bebas atau Independen (X_1) : Lokasi Pesantren

Variabel Bebas atau Independen (X_2) : Biaya Pendidikan

Variabel Bebas atau Independen (X_3) : *Word Of Mouth*

Variabel Terikat atau Dependen (Y) : Keputusan

Tabel 3. 2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	No kuis	Skala	Sumber
Lokasi Pesantren (X_1)	Akses	1. Lokasi mudah dilalui	1	Likert	(Tjiptono, 2014. hlm 10)
		2. Lokasi mudah dijangkau	2		
	Visibilitas	1. Jarak pandang normal	3	Likert	
	Lingkungan	1. Daerah mendukung pesantren	4	Likert	
	Persaingan	1. Tidak banyak pesantren di sekitar lokasi	5	Likert	

Variabel	Dimensi	Indikator	No kuis	Skala	Sumber
Biaya Pendidikan (X ₂)	Biaya Sekolah	1. Biaya pendaftaran	6	Likert	(Lupiyoadi dan Hamdani, 2008) dan (Alma dan Hurriyati, 2008)
		2. Biaya pembangunan	7		
		3. Biaya SPP per bulan	8		
		4. Biaya ujian	9		
	Biaya Perlengkapan dan Peralatan	1. Biaya buku	10	Likert	
		2. Biaya peralatan	11		
	Biaya Travel	1. Biaya <i>study tour</i>	12	Likert	
Transaksi Keuangan	1. Pembayaran tunai	13	Likert		
	2. Pembayaran non tunai	14			
Word Of Mouth (X ₃)	Talkers	1. Pengalaman positif	15	Likert	(Sernovitz, 2012)
		2. Pengalaman negatif	16		
		3. Kualitas pesantren	17		
	Topics	1. pembicaraan mengenai pesantren	18		
	Tools	1. Alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan produk atau jasa	19		
	Taking Part	1. Partisipasi yang diberikan oleh pesantren	20		
	Tracking	1. Dampak dari <i>Word Of Mouth</i>	21		
2. Usaha menyesuaikan diri		22			
Keputusan (Y)	Pilihan Produk	1. Kebutuhan suatu produk atau jasa	23	Likert	(Tjiptono, 2012. hlm 10)
		2. Keberagaman varian	24		
		3. Kualitas produk atau jasa	25		
	Pilihan Merek	1. Kepercayaan	26		
		2. Kualitas merek	27		
	Pilihan Penyalur	1. Kemudahan mendapatkan produk	28		
		2. Ketersediaan barang	29		
	Waktu Pembelian	1. Jangka waktu	30		
	Jumlah Pembelian	1. Kebutuhan akan produk atau jasa	31		

3.5 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, (2023 : 145) “instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti”. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian akan menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket yang berupa pernyataan dalam tabel yang diberikan langsung maupun tidak langsung kepada responden (Orang tua santri). Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono, n.d. (2023) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Tabel 3. 3
Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Lokasi Pesantren (X ₁)	1. Akses jalan menuju Pondok Pesantren Manahijussadat sangat bagus sehingga mudah dilalui berbagai macam kendaraan.					
	2. Lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat strategis sehingga mudah dijangkau oleh berbagai macam kendaraan					
	3. Jarak pandang menuju Pondok Pesantren Manahijussadat tidak terhalang sehingga mudah dijumpai					
	4. Daerah/lingkungan dan warga sekitar Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung Pondok Pesantren dalam segala kegiatan dan segi keamanan					

	5. Tidak banyak Pondok Pesantren lain di sekitar lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat, sehingga menjadi keunggulan tersendiri serta menimbulkan beberapa kebutuhan khusus dan memperluas peluang					
Biaya Pendidikan (X ₂)	6. Biaya pendaftaran santri baru Pondok Pesantren Manahijussadat sangat terjangkau					
	7. Biaya pembangunan/infaq pondok yang dikeluarkan dari biaya Daftar Ulang santri, sesuai dengan fasilitas pondok					
	8. Biaya SPP per bulan santri sangat terjangkau, sesuai dengan manfaat dan menu makanan yang santri dapatkan					
	9. Biaya ujian Pondok Pesantren Manahijussadat sangat sesuai dengan seluruh kegiatan ujian santri					
	10. Biaya buku di Pondok Pesantren Manahijussadat sangat murah, sesuai dengan kualitas buku yang didapatkan					
	11. Biaya peralatan yang disediakan di koperasi santri sangat terjangkau, sesuai dengan uang saku santri					
	12. Pondok Pesantren Manahijussadat rutin mengadakan <i>Study Tour</i> dengan biaya yang terjangkau					
	13. Pembayaran tunai lebih efektif dibandingkan pembayaran via transfer / non tunai					

	14. Pembayaran non tunai sangat memudahkan bertransaksi bagi orang tua yang berada di luar kota					
<i>Word Of Mouth</i> (X ₃)	15. Banyak cerita negatif tentang Pondok Pesantren Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri					
	16. Banyak cerita positif tentang Pondok Pesantren Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri					
	17. Kualitas dan prestasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik sehingga mendorong kepercayaan Orang Tua untuk memilih Pondok Pesantren Manahijussadat					
	18. Pembicaraan mengenai reputasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik					
	19. Pondok Pesantren Manahijussadat menggunakan media elektronik (laptop dan hp) dan media cetak (brosur, banner dan majalah) sebagai alat promosi					
	20. Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung dan berpartisipasi dalam pengembangan bakat, minat sekaligus menjadi wadah santri untuk pengembangan diri					

Variabel Penelitian	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
	21. Dampak dari penilaian positif yang tersebar dari mulut ke mulut dapat memperkuat reputasi pesantren di mata masyarakat luas, sehingga Pondok Pesantren Manahijussadat menjadi lebih diminati.					
	22. Santri yang sudah berhasil menyesuaikan diri akan lebih mungkin memberikan rekomendasi positif tentang pondok pesantren kepada orang lain					
Keputusan (Y)	23. Orang tua memilih Pondok Pesantren Manahijussadat karena membutuhkan lembaga pendidikan dan agama yang tepat					
	24. Pondok Pesantren Manahijussadat menyajikan banyak varian unggulan pendidikan, fasilitas dan ekstrakurikuler					
	25. Kualitas dan akreditasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik sehingga menjadi daya tarik pilihan orang tua memilih Pondok Pesantren Manahijussadat					
	26. Kualitas Pondok Pesantren yang buruk akan menghilangkan kepercayaan orang tua dalam Memilih Pondok Pesantren					

	27. Citra Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik di kalangan masyarakat					
	28. Pondok Pesantren Manahijussadat mudah dijangkau dan dekat dengan tempat tinggal Orang Tua santri					
	29. Pondok Pesantren Manahijussadat memiliki ketersediaan layanan pendidikan, asrama, kesehatan, pengembangan diri dan karakter yang lengkap					
	30. Pondok Pesantren Manahijussadat memiliki pengaturan jangka waktu pendaftaran santri baru yang jelas, membantu para orang tua, santri dan staf pesantren untuk mengatur dan mengikuti jadwal kegiatan serta kewajiban finansial dengan baik					
	31. Pondok Pesantren Manahijussadat sangat memenuhi kebutuhan pendidikan, pengembangan karakter, keamanan dan keterampilan santri dengan lingkungan belajar yang kondusif					

3.6 Uji Coba Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah “ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran” (Dewi, 2018). Uji validitas adalah “alat untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, yang berarti sejauh mana ketepatan suatu instrumen alat ukur dalam menjalankan fungsinya” (Ghozali, 2018). Skala pengukuran yang diuji validitas adalah skala likert (5 pilihan jawaban). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25, data dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali, (2021) reliabilitas adalah “alat untuk mengukur sebuah kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk”. Uji reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian dan keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen penelitian. Uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan, tingkat/taraf signifikan yang digunakan adalah 0,70.

- Jika nilai *Cronbach's alpha* $>$ tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel
- Jika nilai *Cronbach's alpha* $<$ tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono, n.d. (2023) menyatakan bahwasanya “pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan juga berbagai cara”. Penelitian ini menggunakan sumber data primer, sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

3.7.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, n.d. 2023). Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Skala yang digunakan dalam teknik pengumpulan data melalui kuesioner (angket) ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, n.d. 2023).

Tabel 3. 4
Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7.2 Dokumen

Dokumen adalah catatan peristiwa masa lalu, menurut Sugiyono (2022:240). Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya besar dari seseorang. Penulis mengumpulkan dokumen-dokumen dari sumber terpercaya yang memahami subjek.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Prasyarat Data

3.8.1.1 Uji Normalitas

Menurut Syafrida Hafni Sahir (2021:69), "Uji normalitas ialah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak". Menurutnya, "Model regresi yang bagus seharusnya mempunyai analisis grafik dan uji statistik, dengan ketentuan yaitu: Jika nilai signifikan atau nilai probabilitas $> 0,050$ maka hipotesis diterima karena data tersebut

terdistribusi normal. Jika nilai signifikan atau nilai probabilitas < 0,050 maka hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi normal.

3.8.1.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat tidak samaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan homokedastisitas. Dan jika varian berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut heterokedastisitas (Gunawan, 2018). Cara mendeteksi heterokedastisitas dalam penelitian ini dengan melihat pola sebaran grafik *scatter plot*. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik berbentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.

3.8.1.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi multikolinieritas menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL), multikolinieritas dapat dirumuskan :

$$VIF = (bi^{\wedge}) = \frac{1}{(1 - R_j^2)}$$

R^2 = Koefisien Determinasi

VIF merupakan *Variance Inflation Factor*. Ketika R_j^2 mendekati satu atau dengan kata lain ada kolineritas variabel independen, maka VIF akan naik dan jika $R_j^2 = 1$, maka nilai tidak terhingga. Jika nilai VIF semakin membesar, maka diduga ada multikolineritas antar variabel independen atau jika VIF melebihi angka 10 maka bisa disimpulkan ada multikolineritas. Masalah multikolineritas juga bisa dideteksi dengan melihat nilai *tolerance*. Nilai *tolerance* (TOL) bisa dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TOL = (1 - R_j^2) = \frac{1}{VIF_t}$$

Jika $R_j^2 = 0$, berarti tidak ada multikolineritas antara variabel independen, maka nilai $TOL = 1$. Dengan demikian TOL semakin mendekati 1 maka diduga ada multikolineritas dan sebaliknya nilai TOL semakin mendekati 0 maka diduga tidak ada multikolineritas.

3.8.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi biasanya untuk data *time series* (data runtun waktu) sehingga data ordinal atau interval tidak wajib menggunakan uji autokorelasi.

Kriteria pengambilan kesimpulan :

- Jika $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$, maka terdapat autokorelasi.
- Jika $dU < DW < 4 - dU$, maka tidak terdapat autokorelasi.

- Jika $dL \leq DW \leq dU$ atau $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$, uji Durbin Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (*inconclusive*)

3.8.1.5 Uji Regresi

Dalam menyelesaikan penelitian, dibutuhkan alat analisa untuk memberikan jawaban terhadap masalah yang diteliti. Alat analisa ini disesuaikan dengan variabel yang diteliti. Jika penelitian akan mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya, maka alat analisa yang bisa digunakan untuk menganalisa salah satunya adalah dengan menggunakan regresi linier. “Analisa regresi menganalisa bagaimana hubungan antara dua variabel atau lebih” (Darma, n.d. 2021).

Menurut Syafrida Hafni Sahir (2021), regresi adalah teknik untuk menentukan bagaimana variabel terikat mempengaruhi variabel 67 bebas. Variabel penyebab adalah variabel bebas atau independen, yang juga disebut variabel X. Variabel akibat adalah variabel terikat atau dependen, yang juga disebut variabel Y. Meskipun kedua variabel ini mungkin merupakan variabel acak, variabel yang berdampak tidak selalu merupakan variabel acak. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain. Ini juga digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel.

1. Uji Regresi Parsial

Regresi Sederhana didefinisikan sebagai analisis yang terdiri dari hanya dua variabel: variabel bebas dan variabel terikat.

Berikut adalah beberapa contoh dari regresi sederhana:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

$$Y = a + \beta_2 X_2$$

$$Y = a + \beta_3 X_3$$

Keterangan: Y = Keputusan orang tua

X_1 = Lokasi Pesantren

X_2 = Biaya Pendidikan

X_3 = Word Of Mouth

a = konstanta

b = koefisien regresi

2. Uji Regresi Berganda

Rumus persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut, menurut Syafrida Hafni Sahir (2021:52): "Regresi berganda merupakan metode analisis yang terdiri dari dua variabel atau lebih, yaitu dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen."

Keterangan : Y = Keputusan Orang tua

X_1 , = Lokasi Pesantren

X_2 = Biaya Pendidikan

X_3 = Word Of Mouth

A = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

3.8.1.6 Uji Korelasi

Menurut Walter Tabeless (2023:118-128), istilah "korelasi" mengacu pada kekuatan hubungan antara variabel-variabel tertentu. Korelasi adalah keterkaitan atau hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Analisis korelasi dibagi menjadi dua macam yaitu :

1. Uji Korelasi Parsial

Ada variabel yang dikendalikan dan variabel yang mengendalikan dalam korelasi parsial. Di sini, "terkontrol" berarti menghilangkan korelasi, atau bagaimana variabel kontrol berdampak pada variabel lain yang dianalisis koefisien korelasinya. Korelasi parsial adalah lanjutan dari korelasi antar variabel. Oleh karena itu, analisis korelasi antar variabel, atau level nol, dapat dilakukan melalui perhitungan atau analisis korelasi parsial.

Misalnya dalam penelitian ini, ada satu variabel bebas X_1 yang berarti lokasi pesantren dan satu variabel terikat Y yang berarti keputusan orang tua, semuanya tanpa mempertimbangkan, menghitung, atau memasukkan variabel bebas lainnya. Korelasi parsial bertujuan untuk menemukan atau menghitung korelasi yang lebih murni dan bersih dari kedua variabel yang dianalisis. Selain itu, variabel yang diduga kuat ($X_2, X_3, \dots X_n$) juga berkorelasi dan berkontribusi terhadap

kondisi variabel dependen Y. Dalam hal interpretasi besarnya nilai korelasi antara variabel, ada beberapa kategori:

Tabel 3. 5
Nilai Tingkat Korelasi

0,00 – 0,25	Sangat rendah
0,26 – 0,50	Cukup
0,51 – 0,75	Kuat
0,76 – 0,99	Sangat kuat
1	Sempurna

2. Uji Korelasi Berganda

Ada dua jenis analisis korelasi: korelasi tingkat nol (antara variabel) dan korelasi parsial (antara variabel). Tidak mengherankan bahwa lebih dari satu variabel prediktor dapat dianalisis secara bersamaan. Tujuan analisis ini adalah untuk menentukan nilai koefisien korelasi, atau bagaimana variabel-variabel ini berkorelasi satu sama lain dengan variabel kriteria.

3.8.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Robert Kurniawan (2016:46) mengatakan bahwa koefisien determinasi adalah nilai yang digunakan untuk menghitung seberapa besar kontribusi variabel independen X terhadap variasi variabel dependen Y. Pada prinsipnya, koefisien determinasi, yang biasanya diwakili oleh R^2 , menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas

terhadap variabel terikat. Jika angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menurun atau semakin dekat dengan 0 berarti bahwa pengaruh semua variabel berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau R² semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel terikat. Rumus Koefisien Determinasi yaitu sebagai berikut:

$$KD_1 = R^2 YX_1 \times 100\%$$

$$KD_2 = R^2 YX_2 \times 100\%$$

$$KD_3 = R^2 YX_3 \times 100\%$$

$$KD_4 = R^2 YX_4 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R² = Nilai Koefisien Korelasi

Maka :

1. KD parsial Lokasi pesantren (X₁) terhadap Keputusan Orang tua (Y) dimana (Biaya pendidikan X₂, *word of mouth* X₃ konstan).
2. KD parsial Biaya pendidikan (X₂) terhadap Keputusan Orang tua (Y) dimana (Lokasi pesantren X₁, *word of mouth* X₃ konstan).

3. KD parsial *Word Of Mouth* (X_3) terhadap Keputusan Orang tua (Y) dimana (Lokasi pesantren X_1 , Biaya pendidikan X_2 konstan).
4. KD berganda Lokasi pesantren (X_1), Biaya pendidikan (X_2), dan *Word Of Mouth* (X_3) terhadap Keputusan orang tua (Y).

Ada dua jenis koefisien determinasi yang ada pada model regresi berganda yaitu :

1. Koefisien Determinasi Parsial

Ini adalah nilai yang digunakan untuk menentukan seberapa besar kontribusi variabel X dalam model terhadap variasi (naik atau turun) variabel Y . Dalam kasus di mana ada variabel independen lain dalam model regresi, ini adalah nilai yang digunakan.

Faktor yang paling berpengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat ditentukan dengan menggunakan koefisien determinasi parsial. Variabel independen yang paling banyak mempengaruhi variabel dependen menunjukkan nilai yang besar. Menghitung koefisien determinasi parsial dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi dominasi variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:83).

2. Koefisien Determinasi Berganda

Ini adalah nilai yang digunakan untuk menentukan seberapa besar kontribusi seluruh variabel independen X yang ada di dalam model terhadap variasi variabel dependen Y , yang disebut sebagai naik atau turun.

3.8.2 Uji Analisis Data

3.8.2.1 Uji Parsial (Uji t)

Untuk menentukan signifikan secara parsial atau signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, uji t dilakukan terhadap koefisien regresi secara parsial, menurut Syafrida Hafni Sahir (2021:53:54).

Tahapan-tahapan dalam uji t adalah :

1. Perumusan Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis statistik yang digunakan adalah hipotesis asosiatif karena menggambarkan hubungan Variabel Lokasi Pesantren (X_1), Variabel Biaya Pendidikan (X_2), *Word Of Mouth* (X_3) terhadap Keputusan Orang tua (Y) :

Tabel 3. 6
Hipotesis Penelitian dan Hipotesis Statistik

Hipotesis Penelitian	Hipotesis Statistik
Ada pengaruh antara lokasi pesantren terhadap keputusan orang tua	$H_0 : \beta_1 = 0$
Tidak ada pengaruh antara lokasi pesantren terhadap keputusan orang tua	$H_1 : \beta_1 \neq 0$
Ada pengaruh antara biaya pendidikan terhadap keputusan orang tua	$H_0 : \beta_2 = 0$
Tidak ada pengaruh antara biaya pendidikan terhadap keputusan orang tua	$H_2 : \beta_2 \neq 0$
Ada pengaruh antara <i>word of mouth</i> terhadap keputusan orang tua	$H_0 : \beta_3 = 0$
Tidak ada pengaruh antara <i>word of mouth</i> terhadap keputusan orang tua	$H_3 : \beta_3 \neq 0$

2. Nilai signifikan

Untuk menguji hipotesis di atas, statistik uji-t akan digunakan. Ini akan dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 25. Nilai t_{hitung} akan dimasukkan ke dalam tabel koefisien. Dalam studi tentang pengaruh lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *word of mouth* terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren manahijussadat, taraf signifikansi (α) untuk uji-t yaitu $\alpha = 0,05$ atau 5%. (taraf kepercayaan 95%)

3. Jenis uji hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji dua pihak (Two Tail Test) karena digunakan bila hipotesis nol (H_0) berbunyi “tidak sama dengan” dan hipotesis alternatifnya (H_a) berbunyi “sama dengan” ($H_0 = ; H_a \neq$).

4. Kriteria yang digunakan

Kriteria perhitungan yang digunakan adalah menggunakan program SPSS yaitu :

- a. Apabila diperoleh nilai signifikansi untuk variabel X atau Sig $\leq 0,05$ atau 5%, maka diputuskan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh variabel lokasi pesantren (X_1), biaya pendidikan (X_2) atau *word of mouth* (X_3) terhadap variabel keputusan orang tua (Y).

b. Apabila diperoleh nilai signifikansi untuk variabel X atau Sig $\geq 0,05$ atau 5%, maka diputuskan H_0 diterima. Artinya, tidak terdapat pengaruh variabel lokasi pesantren (X_1), biaya pendidikan (X_2), *word of mouth* (X_3) terhadap variabel keputusan orang tua (Y).

Namun, uji t secara parsial dengan rumus ini juga digunakan untuk menentukan apakah variabel independen bermakna secara parsial:

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = nilai uji t

r = koefisien relasi

r^2 = koefisien determinasi

n = jumlah sampel yang diobservasi

Selanjutnya, hasil perhitungan ini dibandingkan dengan t_{tabel} dengan tingkat kesalahan 0.05. Kriteria berikut digunakan sebagai dasar perbandingan:

$H_0 = t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel lokasi pesantren terhadap variabel keputusan orang tua.

$H_1 = t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel
 Persediaan Bahan Baku terhadap variabel Kelancaran
 Proses Produksi.

3.8.2.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Darma, n.d.(2021) “uji simultan atau uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama)”. Uji F digunakan pada penelitian yang memiliki dua variabel independen atau lebih. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai f hitung dengan f tabel.

Tahapannya adalah sebagai berikut :

1. Perumusan hipotesis

Hipotesis statistik dalam penelitian ini merupakan hipotesis assosiatif karena menyatakan hubungan variabel lokasi pesantren (X_1), biaya pendidikan (X_2), dan *word of mouth* (X_3) terhadap keputusan orang tua (Y) :

Tabel 3. 7
Hipotesis Penelitian dan Hipotesis Statistik

Hipotesis penelitian	Hipotesis statistik
Tidak ada pengaruh antara lokasi pesantren, biaya pendidikan dan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan orang tua	$H_0 : \beta_4 = 0$
Ada pengaruh antara lokasi pesantren, biaya pendidikan dan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan orang tua	$H_4 : \beta_4 \neq 0$

2. Nilai signifikan

Untuk menguji hipotesis di atas, statistik uji F akan digunakan. Ini akan dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25. Nilai F_{hitung} akan dimasukkan ke dalam tabel koefisien. Dalam studi tentang pengaruh lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *word of mouth* terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren manahijussadat, taraf signifikansi (α) untuk uji F yaitu 0,05 atau 5%. (taraf kepercayaan 95%).

3. Jenis uji hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji dua pihak (Two Tail Test) karena digunakan bila hipotesis nol (H_0) berbunyi “tidak sama dengan” dan hipotesis alternatifnya (H_a) berbunyi “sama dengan” ($H_0 = ; H_a \neq$).

4. Kriteria yang digunakan

Kriteria perhitungan yang digunakan adalah menggunakan program SPSS yaitu :

- a. Apabila diperoleh nilai signifikansi untuk variabel X atau $Sig \leq 0,05$ atau 5%, maka diputuskan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh variabel lokasi pesantren (X_1), biaya pendidikan (X_2) dan *word of mouth* terhadap variabel keputusan orang tua (Y).
- b. Apabila diperoleh nilai signifikansi untuk variabel X atau $Sig \geq 0,05$ atau 5%, maka diputuskan H_0 diterima. Artinya, tidak terdapat pengaruh variabel lokasi pesantren (X_1), biaya

pendidikan (X_2) dan *word of mouth* (X_3) terhadap variabel keputusan orang tua (Y).

Namun, uji F secara simultan dengan rumus juga digunakan untuk menentukan apakah variabel independen bermakna secara parsial: seperti yang dinyatakan Sugiyono dalam Syafrida Hafni Sahir (2021:53), rumus uji F adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{\frac{R^2}{K}}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Hasil perhitungan ini selanjutnya di bandingkan dengan F tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0.05. Kriteria yang digunakan sebagai dasar perbandingan sebagai berikut:

$H_0 = F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel lokasi pesantren (X_1), biaya pendidikan (X_2) dan *word of mouth* (X_3) terhadap keputusan orang tua (Y).

$H_1 = F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel lokasi pesantren (X_1), biaya pendidikan (X_2) dan *word of mouth* (X_3) terhadap keputusan orang tua (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Pondok Pesantren Manahijussadat merupakan lembaga pendidikan Islam formal yang menyelenggarakan program pendidikan terpadu 24 jam dengan menggunakan bahasa Arab dan Inggris dalam percakapan sehari-hari. Pondok Pesantren Manahijussadat dibangun diatas tanah wakaf yang berada di Kp. Serdang, Desa Pasarkeong, Kecamatan Cibadak Kabupaten Lebak Provinsi Banten. Pondok Pesantren Manahijussadat berdiri pada tanggal 03 Agustus 1997 yang dipimpin oleh Dr. K.H Sulaiman Effendi, M.Pd.I dengan santri/siswa pertama sebanyak 13 orang yang dididik dan diajar oleh 6 orang tenaga pendidik/pengajar. Berangkat dari sinilah Sang Kyai dan semua pendidik mulai membina santri-santri dengan berbagai doktrin-doktrin religius, keilmuan dan pengetahuan, etos kerja yang tinggi dan pemahaman lebih mendalam dan mendasar berbagai aspek kehidupan.

Pondok Pesantren Modern Manahijussadat menggabungkan pendidikan agama dengan pendidikan umum, dengan kegiatan belajar mengajar di kelas dimulai dari jam 07.00 sampai dengan 15.00. Dengan berbagai kegiatan dan beraneka ragam ekstrakurikuler yang menjadi wadah bagi santri menyalurkan hobi dan keterampilannya, juga terdapat program khusus tahfidz bagi para santri penghafal qur'an.

4.1.2 Deskripsi Data

4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi nama, jenis kelamin, usia dan alamat. Responden berjumlah 84 orang tua yang memiliki anak di Pondok Pesantren Manahijussadat.

Berikut karakteristik responden diperinci sebagai berikut :

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

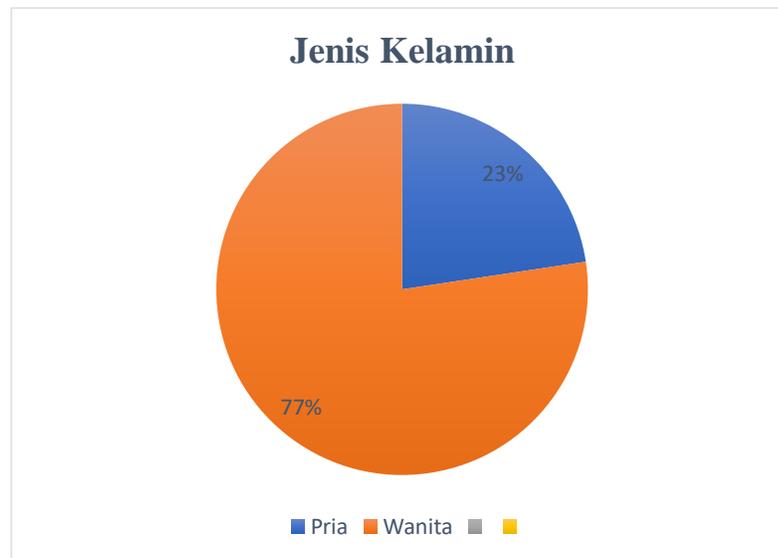
Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Wanita	65	76,5%
Pria	19	23,5%
Jumlah	84	100%

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Dari tabel 4.1 berikut menunjukkan bahwa mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini yaitu Perempuan dengan persentase sebesar 76,5%, sedangkan laki-laki dengan persentase 23,5%.

Berikut adalah diagram jenis kelamin



Gambar 4. 1
Diagram Jenis Kelamin Responden

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia ialah sebagai berikut :

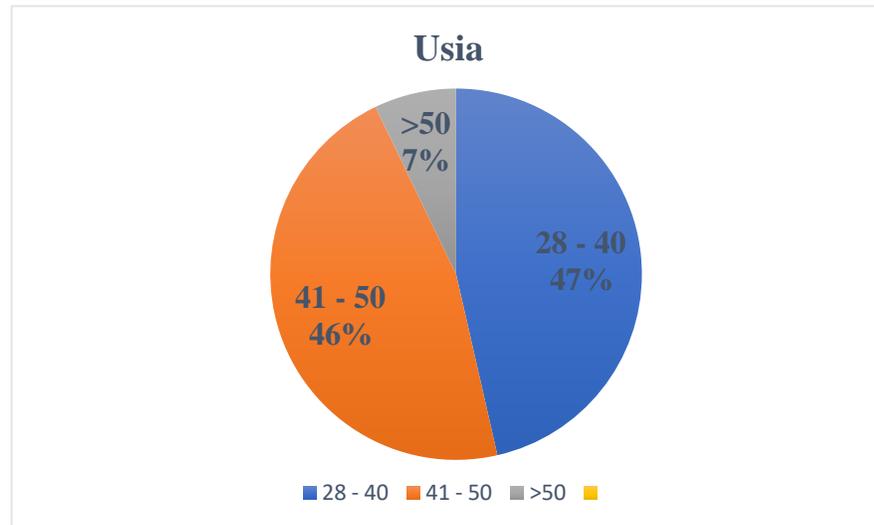
Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
28 – 40	39	46%
41 – 50	39	47%
>50	6	7%
Jumlah	84	100%

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Dari tabel 4.2 tersebut menunjukkan bahwasanya responden paling banyak ialah di usia 41 – 50 tahun dengan persentase 47%,

kemudian responden usia 28 – 40 dengan persentase 46% dan responden dengan usia >50 sebanyak 7%.



Gambar 4. 2
Diagram Usia Responden

Gambar 4. 3
Diagram Usia Responden

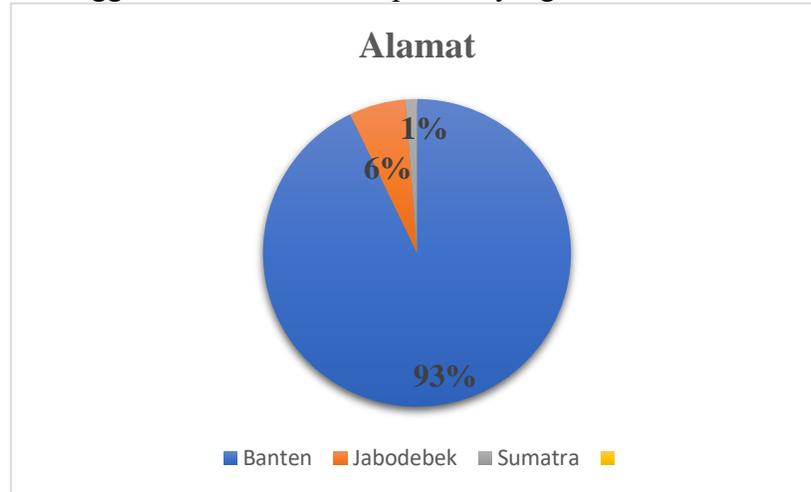
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat

Berikut adalah karakteristik deskripsi responden berdasarkan alamat:

Tabel 4. 3
Tanggapan Responden Berdasarkan Alamat

Alamat	Jumlah	Persentase
Banten	78	93%
Jabodebek	5	6%
Sumatra	1	1%
Jumlah	84	100%

Dari tabel 4.3 tersebut menunjukkan bahwasanya responden tertinggi didominasi oleh responden yang berasal dari Banten dengan



Gambar 4. 4
Diagram Alamat Responden

Gambar 4. 5
Diagram Alamat Responden

jumlah persentase 93%, kemudian Jabodebek dengan persentase 6% dan Sumatra banyak 1%.

4.1.2.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

Nilai t tabel diperoleh dengan menggunakan rumus $df = n - 2$ ($30 - 2 = 28$) dengan taraf signifikan 5% atau (0,05) dan diperoleh r tabel sebesar 0,361. Dalam uji validitas ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden untuk menyatakan valid atau tidak valid dalam penelitian ini.

1. Uji Validitas Lokasi Pesantren (X_1)

Tabel 4. 4
Uji Validitas Lokasi Pesantren (X₁)

No Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel 5% (N-2)	Keterangan
1	0,838	0,361	Valid
2	0,877	0,361	Valid
3	0,875	0,361	Valid
4	0,877	0,361	Valid
5	0,705	0,361	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.5 di atas, berdasarkan perhitungan uji validitas pada item-total statistik, maka diperoleh nilai koefisien korelasi r_{hitung} nomor 1 sampai dengan 5 bernilai positif. Sedangkan r_{tabel} pada taraf signifikan 5% adalah $r_{tabel} = 0,361$, maka dapat disimpulkan item pernyataan nomor 1 sampai dengan 5 bahwasanya $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid.

2. Uji Validitas Biaya Pendidikan (X₂)

Tabel 4. 5
Uji Validitas Biaya Pendidikan (X₂)

No Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel 5% (N-2)	Keterangan
1	0,882	0,361	Valid
2	0,758	0,361	Valid
3	0,810	0,361	Valid
4	0,837	0,361	Valid

5	0,834	0,361	Valid
6	0,699	0,361	Valid
7	0,688	0,361	Valid
8	0,534	0,361	Valid
9	0,520	0,361	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.6 di atas, berdasarkan perhitungan uji validitas pada item-total statistik, maka diperoleh nilai koefisien korelasi r_{hitung} item pernyataan nomor 1 sampai dengan 9 bernilai positif. Sedangkan r_{tabel} pada taraf signifikan 5% adalah $r_{tabel} = 0,361$, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan nomor 1 sampai dengan 9 bahwasanya $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid.

3. Uji Validitas *Word Of Mouth* (X_3)

Tabel 4. 6
Uji Validitas *Word Of Mouth* (X_3)

No Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel 5% (N-2)	Keterangan
1	0,439	0,361	Valid
2	0,893	0,361	Valid
3	0,854	0,361	Valid
4	0,640	0,361	Valid
5	0,615	0,361	Valid
6	0,754	0,361	Valid
7	0,746	0,361	Valid
8	0,705	0,361	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel di atas, berdasarkan uji validitas pada item-total statistik, maka diperoleh nilai koefisien korelasi r_{hitung} item pernyataan nomor 1 sampai dengan 8 bernilai positif. Sedangkan r_{tabel} pada taraf signifikan 5% adalah $r_{tabel} = 0,361$, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 8 bahwasanya $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid.

4. Uji Validitas Keputusan Orang Tua (Y)

Tabel 4. 7
Uji Validitas Keputusan Orang Tua (Y)

No Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel 5% (N-2)	Keterangan
1	0,812	0,361	Valid
2	0,781	0,361	Valid
3	0,900	0,361	Valid
4	0,843	0,361	Valid
5	0,911	0,361	Valid
6	0,450	0,361	Valid
7	0,758	0,361	Valid
8	0,834	0,361	Valid
9	0,888	0,361	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel di atas, berdasarkan perhitungan uji validitas pada item – total statistik, maka diperoleh nilai koefisien korelasi r_{hitung} item pernyataan nomor 1 sampai dengan 9 bernilai positif. Sedangkan r_{tabel} pada taraf signifikan 5% adalah $r_{tabel} = 0,361$, maka dapat disimpulkan

bahwa item pernyataan nomor 1 sampai dengan 5 bahwasanya $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid.

4.1.2.2.2 Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Lokasi Pesantren (X_1)

Tabel 4. 8
Uji Reliabilitas Lokasi Pesantren (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.799	5

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.8 diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $0,799 > 0,70$ sehingga item pernyataannya dinyatakan reliabel.

2. Uji Reliabilitas Biaya Pendidikan (X_2)

Tabel 4. 9
Uji Reliabilitas Biaya Pendidikan (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.896	9

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $0,896 > 0,70$ sehingga item pernyataannya dinyatakan reliabel.

3. Uji Reliabilitas *Word Of Mouth* (X_3)

Tabel 4. 10
Uji Reliabilitas *Word Of Mouth* (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.761	8

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.10 diatas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* $0,761 > 0,70$ sehingga item pernyataannya dinyatakan reliabel.

4. Uji Reliabilitas *Word Of Mouth* (Y)

Tabel 4. 11
Uji Reliabilitas Keputusan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	9

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.11 diatas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* $0,913 > 0,70$ sehingga item pernyataannya dinyatakan reliabel.

4.1.2.3 Deskripsi Tanggapan Responden

Adapun penentuan penilaian responden didapat dari asumsi sebagai berikut :

1. Responden menjawab dengan skor rendah = 1, maka total nilai minimum yaitu $84 \times 1 = 84$
2. Jika responden menjawab dengan skor tertinggi = 5, maka total nilai maksimum yaitu $84 \times 5 = 420$
3. Untuk menentukan kelas interval yaitu $420 - 84 = 336$ dengan interval = 5.
Skala : Interval = $336 : 5 = 67$.

Tabel 4. 12
Kelas Interval

Interval	Tingkat Hubungan
84 – 150	Sangat Rendah

151 – 217	Rendah
218 – 285	Sedang
285 – 353	Kuat
354 – 420	Sangat Kuat

4.1.2.5 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi Pesantren

(X₁)

Tabel 4. 13
Tanggapan Responden Pernyataan (X1.1)

Akses jalan menuju Pondok Pesantren Manahijussadat sangat bagus sehingga mudah dilalui berbagai macam kendaraan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	8.3	8.3	8.3
	TS	20	23.8	23.8	32.1
	RG	12	14.3	14.3	46.4
	S	33	39.3	39.3	85.7
	SS	12	14.3	14.3	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang dengan persentase (14,3%), setuju 33 orang dengan persentase (39,3%), ragu 12 orang dengan persentase (14,3%), tidak setuju sebanyak 20 orang dengan persentase (23,8%), sangat tidak setuju sebanyak 7 orang dengan persentase (8,3%).

Tabel 4. 14
Tanggapan Responden Pernyataan (X1.2)

Lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat strategis sehingga mudah dijangkau oleh berbagai macam kendaraan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	6.0	6.0	6.0
	TS	5	6.0	6.0	11.9
	RG	10	11.9	11.9	23.8
	S	44	52.4	52.4	76.2
	SS	20	23.8	23.8	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang dengan persentase (23,8%), setuju 44 orang dengan persentase (52,4%), ragu 10 orang dengan persentase (11,9%), tidak setuju sebanyak 5 orang dengan persentase (6,0%), sangat tidak setuju sebanyak 5 orang dengan persentase (6,0%).

3. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 3 (X1.3)

Tabel 4. 15
Tanggapan Responden Pernyataan (X1.3)

Jarak pandang menuju Pondok Pesantren Manahijussadat tidak terhalang sehingga mudah dijumpai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	7.1	7.1	7.1
	TS	11	13.1	13.1	20.2
	RG	14	16.7	16.7	36.9
	S	41	48.8	48.8	85.7
	SS	12	14.3	14.3	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.15 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang dengan persentase (14,3%), setuju 41 orang dengan persentase (48,8%), ragu 14 orang dengan persentase (16,7%), tidak setuju sebanyak 11 orang dengan persentase (13,1%), sangat tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase (7,1%).

4. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 4 (X1.4)

Tabel 4. 16
Tanggapan Responden Pernyataan (X1.4)

Daerah/lingkungan dan warga sekitar Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung Pondok Pesantren dalam segala kegiatan dan segi keamanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	6.0	6.0	6.0
	RG	11	13.1	13.1	19.0
	S	49	58.3	58.3	77.4
	SS	19	22.6	22.6	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.16 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang dengan persentase (22,6%), setuju 49 orang dengan persentase (58,3%), ragu 11 orang dengan persentase (13,1%), tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase (0%), sangat tidak setuju sebanyak 5 orang dengan persentase (6,0%).

5. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 5 (X1.5)

Tabel 4. 17
Tanggapan Responden Pernyataan (X1.5)

Tidak banyak Pondok Pesantren lain di sekitar lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat, sehingga menjadi keunggulan tersendiri serta menimbulkan beberapa kebutuhan khusus dan memperluas peluang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.6	3.6	3.6
	TS	7	8.3	8.3	11.9
	RG	13	15.5	15.5	27.4
	S	38	45.2	45.2	72.6
	SS	23	27.4	27.4	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Pada tabel 4.17 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang dengan persentase (27,4%), setuju 38 orang dengan persentase (45,2%), ragu 13 orang dengan persentase (15,5%), tidak setuju sebanyak 7 orang dengan persentase (8,3%), sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%).

Tabel 4. 18
Rekapitulasi Variabel Lokasi Pesantren (X1)

Variabel X1	SS	S	RG	TS	STS	JUMLAH
1	12	33	12	20	7	275
2	20	44	10	5	5	321
3	12	41	14	11	6	294
4	19	49	11		5	329
5	23	38	13	7	3	323
TOTAL SKALA	86	205	60	43	26	1.542
TOTAL KESELURUHAN	430	820	180	86	26	1.542
RATA-RATA						308,4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.47 diatas, menunjukkan bahwa pernyataan ke 2 memiliki kriteria tertinggi dibanding dengan pernyataan yang lainnya. Lokasi pesantren memperoleh nilai rata-rata sebesar 308,4 maka pernyataan X_1 termasuk kuat.

4.1.2.6 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Biaya Pendidikan (X_2)

1. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 1 ($X_{2.1}$)

Tabel 4. 19
Tanggapan Responden Pernyataan ($X_{2.1}$)

Biaya pendaftaran santri baru Pondok Pesantren Manahijussadat relatif tinggi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.8	4.8	4.8
	TS	6	7.1	7.1	11.9
	RG	14	16.7	16.7	28.6
	S	46	54.8	54.8	83.3
	SS	14	16.7	16.7	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.19 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 orang dengan persentase (16,7%), setuju 46 orang dengan persentase (54,8%), ragu 14 orang dengan persentase (16,7%), tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase (7,1%), sangat tidak setuju sebanyak 4 orang dengan persentase (4,8%).

2. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 2 (X2.2)

Tabel 4. 20
Tanggapan Responden Pernyataan (X2.2)

Biaya pembangunan/infaq pondok yang dikeluarkan dari biaya Daftar Ulang santri, sesuai dengan fasilitas pondok

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.8	4.8	4.8
	TS	5	6.0	6.0	10.7
	RG	12	14.3	14.3	25.0
	S	45	53.6	53.6	78.6
	SS	18	21.4	21.4	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.20 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang dengan persentase (21,4%), setuju 45 orang dengan persentase (53,6%), ragu 12 orang dengan persentase (14,3%), tidak setuju sebanyak 5 orang dengan persentase (6,0%), sangat tidak setuju sebanyak 4 orang dengan persentase (4,8%).

3. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 3 (X2.3)

Tabel 4. 21
Tanggapan Responden Pernyataan (X2.3)

Biaya SPP per bulan santri sangat terjangkau, sesuai dengan manfaat dan menu makanan yang santri dapatkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.6	3.6	3.6
	TS	5	6.0	6.0	9.5
	RG	9	10.7	10.7	20.2
	S	48	57.1	57.1	77.4
	SS	19	22.6	22.6	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.21 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang dengan persentase (22,6%), setuju 48 orang dengan persentase (57,1%), ragu 9 orang dengan persentase (10,7%), tidak setuju sebanyak 5 orang dengan persentase (6,0%), sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%).

4. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 4 (X2.4)

Tabel 4. 22

Tanggapan Responden Pernyataan (X2.4)

Biaya ujian Pondok Pesantren Manahijussadat sangat sesuai dengan seluruh kegiatan ujian santri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.6	3.6	3.6
	TS	4	4.8	4.8	8.3
	RG	10	11.9	11.9	20.2
	S	51	60.7	60.7	81.0
	SS	16	19.0	19.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.22 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang dengan persentase (19%), setuju 51 orang dengan persentase (60,7%), ragu 10 orang dengan persentase (11,9%), tidak setuju sebanyak 4 orang dengan persentase (4,8%), sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%).

5. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 5 (X2.5)

Tabel 4. 23
Tanggapan Responden Pernyataan (X2.5)

Biaya buku di Pondok Pesantren Manahijussadat sangat murah, sesuai dengan kualitas buku yang didapatkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.6	3.6	3.6
	TS	6	7.1	7.1	10.7
	RG	13	15.5	15.5	26.2
	S	47	56.0	56.0	82.1
	SS	15	17.9	17.9	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.23 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang dengan persentase (17,9%), setuju 47 orang dengan persentase (56%), ragu 13 orang dengan persentase (15,5%), tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase (7,1%), sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%).

6. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 6 (X2.6)

Tabel 4. 24
Tanggapan Responden Pernyataan (X2.6)

Biaya peralatan yang disediakan di koperasi santri sangat terjangkau, sesuai dengan uang saku santri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.4	2.4	2.4
	TS	8	9.5	9.5	11.9
	RG	12	14.3	14.3	26.2
	S	50	59.5	59.5	85.7
	SS	12	14.3	14.3	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.24 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang dengan persentase (14,3%), setuju 50 orang dengan persentase (59,5%), ragu 12 orang dengan persentase (14,3%), tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase (9,5%), sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2,4%).

7. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 7 (X2.7)

Tabel 4. 25
Tanggapan Responden Pernyataan (X2.7)

Pondok Pesantren Manahijussadat rutin mengadakan Study Tour dengan biaya yang terjangkau

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	6.0	6.0	6.0
	TS	6	7.1	7.1	13.1
	RG	22	26.2	26.2	39.3
	S	43	51.2	51.2	90.5
	SS	8	9.5	9.5	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.25 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang dengan persentase (9,5%), setuju 43 orang dengan persentase (51,2%), ragu 22 orang dengan persentase (26,2%), tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase (7,1%), sangat tidak setuju sebanyak 5 orang dengan persentase (6,0%).

8. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 8 (X2.8)

Tabel 4. 26
Tanggapan Responden Pernyataan (X2.8)

Pembayaran tunai lebih efektif dibandingkan pembayaran via transfer / non tunai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	9.5	9.5	9.5
	TS	20	23.8	23.8	33.3
	RG	13	15.5	15.5	48.8
	S	29	34.5	34.5	83.3
	SS	14	16.7	16.7	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.26 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 orang dengan persentase (16,7%), setuju 29 orang dengan persentase (34,5%), ragu 13 orang dengan persentase (15,5%), tidak setuju sebanyak 20 orang dengan persentase (23,8%), sangat tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase (9,5%).

9. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 9 (X2.9)

Tabel 4. 27
Tanggapan Responden Pernyataan (X2.9)

Pembayaran non tunai sangat memudahkan bertransaksi bagi orang tua yang berada di luar kota

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.4	2.4	2.4
	TS	4	4.8	4.8	7.1
	RG	3	3.6	3.6	10.7
	S	29	34.5	34.5	45.2
	SS	46	54.8	54.8	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.27 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang dengan persentase (54,8%), setuju 29 orang dengan persentase (34,5%), ragu 3 orang dengan persentase (3,6%), tidak setuju sebanyak 4 orang dengan persentase (4,8%), sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2,4%).

**Tabel 4. 28`
Rekapitulasi Variabel Biaya Pendidikan (X2)**

Variabel X2	SS	S	RG	TS	STS	JUMLAH
1	14	46	14	6	4	312
2	18	45	12	5	4	320
3	19	48	9	5	3	327
4	16	51	10	4	3	325
5	15	47	13	6	3	317
6	12	50	12	8	2	314
7	8	43	22	6	5	295
8	14	29	13	20	8	273
9	46	29	3	4	2	365
TOTAL SKALA	162	388	108	64	34	2848
TOTAL KESELURUHAN	810	1552	324	128	34	2848
RATA-RATA						310,3

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan data pada tabel diatas, menunjukkan bahwa pernyataan nomor 9 memiliki kriteria yang paling tinggi dibandingkan dengan pernyataan yang lainnya. Biaya pendidikan memperoleh nilai rata-rata sebesar 310,3 maka pernyataan pada variabel X₂ termasuk dalam kategori kuat.

4.1.2.7 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Word Of Mouth* (X₃)

1. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 1 (X_{3.1})

Tabel 4. 29
Tanggapan Responden Pernyataan (X3.1)

**Banyak cerita negatif tentang Pondok Pesantren
Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	7.1	7.1	7.1
	TS	4	4.8	4.8	11.9
	RG	44	52.4	52.4	64.3
	S	2	2.4	2.4	66.7
	SS	28	33.3	33.3	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.29 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang dengan persentase (33,3%), setuju 2 orang dengan persentase (2,4%), ragu 44 orang dengan persentase (52,4%), tidak setuju sebanyak 4 orang dengan persentase (4,8%), sangat tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase (7,1%).

2. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 2 (X3.2)

Tabel 4. 30
Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan ke 2 (X3.2)
**Banyak cerita positif tentang Pondok Pesantren
Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	10	11.9	11.9	11.9
	TS	3	3.6	3.6	15.5
	RG	6	7.1	7.1	22.6
	S	29	34.5	34.5	57.1
	SS	36	42.9	42.9	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.30 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang dengan persentase (42,9%), setuju 29 orang dengan persentase (34,5%), ragu 6 orang dengan persentase (7,1%), tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%), sangat tidak setuju sebanyak 10 orang dengan persentase (11,9%).

3. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 3 (X3.3)

Tabel 4. 31
Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 3 (X3.3)
Kualitas dan prestasi Pondok Pesantren Manahijussadat
sangat baik sehingga mendorong kepercayaan Orang Tua
untuk memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	2	2.4	2.4	2.4
	S	50	59.5	59.5	61.9
	SS	32	38.1	38.1	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.31 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang dengan persentase (38,1%), setuju 50 orang dengan persentase (59,5%), ragu 2 orang dengan persentase (2,4%), tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase (0%), sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase (0%).

4. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 4 (X3.4)

Tabel 4. 32
Tanggapan Responden Pernyataan (X3.4)

**Pembicaraan mengenai reputasi Pondok Pesantren
Manahijussadat sangat baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.2	1.2	1.2
	RG	2	2.4	2.4	3.6
	S	46	54.8	54.8	58.3
	SS	35	41.7	41.7	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.32 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang dengan persentase (41,7%), setuju 46 orang dengan persentase (54,8%), ragu 2 orang dengan persentase (2,4%), tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1,2%), sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase (0%).

5. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 5 (X3.5)

Tabel 4. 33
Tanggapan Responden Pernyataan (X3.5)

**Pondok Pesantren Manahijussadat menggunakan media
elektronik (laptop dan hp) dan media cetak (brosur,
banner dan majalah) sebagai alat promosi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.4	2.4	2.4
	TS	1	1.2	1.2	3.6
	RG	4	4.8	4.8	8.3
	S	27	32.1	32.1	40.5
	SS	50	59.5	59.5	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.33 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang dengan persentase (59,5%), setuju 27 orang dengan persentase (32,1%), ragu 4 orang dengan persentase (4,8%), tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1,2%), sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2,4%).

6. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 6 (X3.6)

Tabel 4. 34
Tanggapan Responden Pernyataan (X3.6)

Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung dan berpartisipasi dalam pengembangan bakat, minat sekaligus menjadi wadah santri untuk pengembangan diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	2	2.4	2.4	2.4
	S	42	50.0	50.0	52.4
	SS	40	47.6	47.6	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.34 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang dengan persentase (47,6%), setuju 42 orang dengan persentase (50%), ragu 2 orang dengan persentase (2,4%), tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase (0%), sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase (0%).

7. Tanggapan Responden Pernyataan Ke 7 (X3.7)

Tabel 4. 35
Tanggapan Responden Pernyataan (X3.7)

Dampak dari penilaian positif yang tersebar dari mulut ke mulut dapat memperkuat reputasi pesantren di mata masyarakat luas, sehingga Pondok Pesantren Manahijussadat menjadi lebih diminati.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.2	1.2	1.2
	RG	2	2.4	2.4	3.6
	S	27	32.1	32.1	35.7
	SS	54	64.3	64.3	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.35 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 54 orang dengan persentase (64,3%), setuju 27 orang dengan persentase (32,1%), ragu 2 orang dengan persentase (2,4%), tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1,2%), sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase (0%).

8. Tanggapan Responden Pernyataan Ke 8 (X3.8)

Tabel 4. 36
Tanggapan Responden Pernyataan (X3.8)

Dampak dari penilaian positif yang tersebar dari mulut ke mulut dapat memperkuat reputasi pesantren di mata masyarakat luas, sehingga Pondok Pesantren Manahijussadat menjadi lebih diminati.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.2	1.2	1.2
	RG	2	2.4	2.4	3.6
	S	27	32.1	32.1	35.7
	SS	54	64.3	64.3	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.36 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 54 orang dengan persentase (64,3%), setuju 27 orang dengan persentase (32,1%), ragu 2 orang dengan persentase (2,4%), tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1,2%), sangat tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase (0%).

Tabel 4. 37
Rekapitulasi Variabel *Word Of Mouth* (X3)

Variabel X3	SS	S	RG	TS	STS	JUMLAH
1	28	2	44	4	6	294
2	36	29	6	3	10	330
3	32	50	2			366
4	35	46	2	1		367
5	50	27	4	1	2	374
6	40	42	2			374
7	54	27	2	1		386
8	54	27	2	1		386
TOTAL SKALA	329	250	64	11	18	2877
TOTAL KESELURUHAN	1645	1000	192	22	18	2877
RATA-RATA						359,6

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan pada tabel diatas, menunjukkan bahwa pernyataan ke 7 dan 8 memiliki kriteria skor yang paling tinggi dibandingkan dengan pernyataan yang lainnya. *Word Of Mouth* memperoleh nilai rata-rata sebesar 359,6, ini menunjukkan bahwasanya variabel *word of mouth* (X₃) termasuk dalam kategori sangat kuat.

4.1.2.4 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Orang Tua (Y)

Dibawah ini ialah tanggapan responden terhadap butir-butir pernyataan Keputusan Orang Tua :

1. Tanggapan responden terhadap pernyataan ke 1 (Y1)

Tabel 4. 38
Tanggapan Responden Pernyataan (Y1)

Orang tua memilih Pondok Pesantren Manahijussadat karena membutuhkan lembaga pendidikan dan agama yang tepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.6	3.6	3.6
	TS	1	1.2	1.2	4.8
	RG	4	4.8	4.8	9.5
	S	38	45.2	45.2	54.8
	SS	38	45.2	45.2	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.38 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 38 orang dengan persentase (45,2%), setuju 38 orang dengan persentase (45,2%), ragu 4 orang dengan persentase (4,8%), tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1,2%), sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3%).

2. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan ke 2 (Y2)

Tabel 4. 39
Tanggapan Responden Pernyataan Y2

Pondok Pesantren Manahijussadat menyajikan banyak varian unggulan pendidikan, fasilitas dan ekstrakurikuler

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.6	3.6	3.6
	TS	3	3.6	3.6	7.1
	RG	7	8.3	8.3	15.5
	S	51	60.7	60.7	76.2
	SS	20	23.8	23.8	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.39 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang dengan persentase (23,8%), setuju 51 orang dengan persentase (60,7%), ragu 7 orang dengan persentase (8,3%), tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%), sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%).

3. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan ke 3 (Y3)

Tabel 4. 40
Tanggapan Responden Pernyataan (Y3)

Kualitas dan akreditasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik sehingga menjadi daya tarik pilihan orang tua memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.6	3.6	3.6
	TS	1	1.2	1.2	4.8
	RG	7	8.3	8.3	13.1
	S	52	61.9	61.9	75.0
	SS	21	25.0	25.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.40 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (25%), setuju 52 orang dengan persentase (61,9%), ragu 7 orang dengan persentase (8,3%), tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1,2%), sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%).

4. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 4 (Y4)

Tabel 4. 41
Tanggapan Responden Pernyataan (Y4)

Kualitas Pondok Pesantren yang buruk akan menghilangkan kepercayaan orang tua dalam memilih Pondok Pesantren

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	6.0	6.0	6.0
	TS	7	8.3	8.3	14.3
	RG	1	1.2	1.2	15.5
	S	31	36.9	36.9	52.4
	SS	40	47.6	47.6	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.41 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang dengan persentase (47,6%), setuju 31 orang dengan persentase (36,9%), ragu 1 orang dengan persentase (1,2%), tidak setuju sebanyak 7 orang dengan persentase (8,3%), sangat tidak setuju sebanyak 5 orang dengan persentase (6%).

5. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ke 5 (Y5)

Tabel 4. 42
Tanggapan Responden Pernyataan (Y5)

Citra Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik di kalangan masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.4	2.4	2.4
	TS	3	3.6	3.6	6.0
	RG	7	8.3	8.3	14.3
	S	48	57.1	57.1	71.4
	SS	24	28.6	28.6	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.42 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang dengan persentase (28,6%), setuju 48 orang dengan persentase (57,1%), ragu 7 orang dengan persentase (8,3%), tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%), sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2,4%).

6. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan ke 6 (Y6)

Tabel 4. 43
Tanggapan Responden Pernyataan (Y6)

Pondok Pesantren Manahijussadat mudah dijangkau dan dekat dengan tempat tinggal Orang Tua santri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	6.0	6.0	6.0
	TS	13	15.5	15.5	21.4
	RG	15	17.9	17.9	39.3
	S	37	44.0	44.0	83.3
	SS	14	16.7	16.7	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.43 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 orang dengan persentase (16,7%), setuju 37 orang dengan persentase (44%), ragu 15 orang dengan persentase (17,9%), tidak setuju sebanyak 13 orang dengan persentase (15,5%), sangat tidak setuju sebanyak 5 orang dengan persentase (6%).

7. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan ke 7 (Y7)

Tabel 4. 44
Tanggapan Responden Pernyataan (Y7)

Pondok Pesantren Manahijussadat memiliki ketersediaan layanan pendidikan, asrama, kesehatan, pengembangan diri dan karakter yang lengkap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.4	2.4	2.4
	TS	7	8.3	8.3	10.7
	RG	8	9.5	9.5	20.2
	S	46	54.8	54.8	75.0
	SS	21	25.0	25.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.44 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang dengan persentase (25%), setuju 46 orang dengan persentase (54,8%), ragu 8 orang dengan persentase (9,5%), tidak setuju sebanyak 7 orang dengan persentase (8,3%), sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2,4%).

8. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan ke 8 (Y8)

Tabel 4. 45
Tanggapan Responden Pernyataan (Y8)

Pondok Pesantren Manahijussadat memiliki pengaturan jangka waktu pendaftaran santri baru yang jelas, membantu para orang tua, santri dan staf pesantren untuk mengatur dan mengikuti jadwal kegiatan serta kewajiban finansial dengan baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.4	2.4	2.4
	RG	7	8.3	8.3	10.7
	S	59	70.2	70.2	81.0
	SS	16	19.0	19.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.45 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang dengan persentase (19%), setuju 59 orang dengan persentase (70,2%), ragu 7 orang dengan persentase (8,3%), sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase (2,4%).

9. Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan ke 9 (Y9)

Tabel 4. 46
Tanggapan Responden Pernyataan (Y9)
Pondok Pesantren Manahijussadat sangat memenuhi
kebutuhan pendidikan, pengembangan karakter,
keamanan dan keterampilan santri dengan lingkungan
belajar yang kondusif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.6	3.6	3.6
	TS	1	1.2	1.2	4.8
	RG	9	10.7	10.7	15.5
	S	52	61.9	61.9	77.4
	SS	19	22.6	22.6	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Pada tabel 4.46 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang dengan persentase (22,6%), setuju 52 orang dengan persentase (61,9%), ragu 9 orang dengan persentase (10,7%), tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase (1,2%), sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase (3,6%).

Tabel 4. 47
Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Keputusan Orang Tua (Y)

Variabel Y	SS	S	RG	TS	STS	JUMLAH
1	38	38	4	1	3	359
2	20	51	7	3	3	334
3	21	52	7	1	3	339
4	40	31	1	7	5	346
5	24	48	7	3	2	341
6	14	37	15	13	5	294
7	21	46	8	7	2	329
8	16	59	7		2	339
9	19	52	9	1	3	335
TOTAL SKALA	213	414	65	36	28	3.016
TOTAL KESELURUHAN	1.065	1.656	195	72	28	3.016
RATA-RATA						335,1

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.47 diatas, menunjukkan bahwa pernyataan 1 memiliki kriteria yang lebih tinggi di bandingkan dengan pernyataan yang lainnya. Keputusan Orang Tua memperoleh nilai rata-rata sebesar 335,1 maka pernyataan Y termasuk kuat.

4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.1.3.1 Uji Normalitas

Tabel 4. 48
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Total_x1	Total_x2	Total_x3	Total_y4	
N		84	84	84	84	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18.36	33.90	34.04	27.65	
	Std. Deviation	4.011	6.578	4.058	4.908	
Most Extreme Differences	Absolute	.147	.175	.102	.197	
	Positive	.076	.093	.085	.094	
	Negative	-.147	-.175	-.102	-.197	
Test Statistic		.147	.175	.102	.197	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001	<.001	.029	<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	<.001	<.001	.030	<.001	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000	.000	.026	.000
		Upper Bound	.000	.000	.034	.000

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Dari tabel 4.48 diatas uji normalitas dari keempat variabel dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20. Dan dengan teknik *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria uji normalitas ini yaitu jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut dinilai berdistribusi tidak normal. Berdasarkan output pada tabel diketahui bahwa nilai *Asymp.sig (2-tailed)* untuk variabel X_1 Lokasi pesantren sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, untuk variabel X_2 Biaya Pendidikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, untuk variabel X_3 *Word Of Mouth* sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05 dan variabel Y Keputusan Orang Tua sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dari variabel X_1, X_2, X_3 dan Y masih belum berdistribusi normal. Maka peneliti menggunakan transformasi data log :

Tabel 4. 49
Uji Normalitas Log

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Log_x1	Log_x2	Log_x3	Log_y	
N		84	84	84	84	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.2514	1.5192	1.5287	1.4321	
	Std. Deviation	.11042	.10874	.05486	.10287	
Most Extreme Differences	Absolute	.161	.244	.110	.247	
	Positive	.092	.123	.090	.138	
	Negative	-.161	-.244	-.110	-.247	
Test Statistic		.161	.244	.110	.247	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001	<.001	.014	<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	<.001	<.001	.014	<.001	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000	.000	.011	.000
		Upper Bound	.000	.000	.017	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1573343031.

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.49 diatas juga menunjukkan hasil variabel X_1, X_2, X_3 dan Y masih memiliki nilai $< 0,05$ artinya transformasi data tersebut tidak normal, maka penelitian ini menggunakan transformasi data LN :

Uji Normalitas LN

Tabel 4. 50

Uji Normalitas LN

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LN_x1	LN_x2	LN_x3	LN_Y	
N		84	84	84	84	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.8815	3.4981	3.5199	3.2975	
	Std. Deviation	.25424	.25039	.12631	.23688	
Most Extreme Differences	Absolute	.161	.244	.110	.247	
	Positive	.092	.123	.090	.138	
	Negative	-.161	-.244	-.110	-.247	
Test Statistic		.161	.244	.110	.247	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001	<.001	.014	<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	<.001	<.001	.015	<.001	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000	.000	.011	.000
		Upper Bound	.000	.000	.018	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2048628469.

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.50 diatas juga menunjukkan hasil variabel X_1, X_2, X_3 dan Y masih memiliki nilai $< 0,05$ artinya transformasi data tersebut tidak normal, maka penelitian ini memutuskan untuk menggunakan SQRT data sebagai berikut :

Tabel 4. 51
Uji Normalitas SQRT

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sqrt_X1	Sqrt_X2	Sqrt_X3	Sqrt_Y	
N		84	84	84	84	
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	4.2558	5.7893	5.8232	5.2326	
	Std. Deviation	.49815	.62704	.35660	.52693	
Most Extreme Differences	Absolute	.156	.207	.107	.222	
	Positive	.077	.103	.080	.108	
	Negative	-.156	-.207	-.107	-.222	
Test Statistic		.156	.207	.107	.222	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001	<.001	.019	<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	<.001	<.001	.019	<.001	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000	.000	.016	.000
		Upper Bound	.000	.000	.023	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1585587178.

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.51 diatas juga menunjukkan hasil variabel X_1, X_2, X_3 dan Y masih memiliki nilai $< 0,05$ artinya transformasi data tersebut tidak normal, maka penelitian ini memutuskan untuk menggunakan Residual data sebagai berikut:

Tabel 4. 52
Uji Normalitas Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

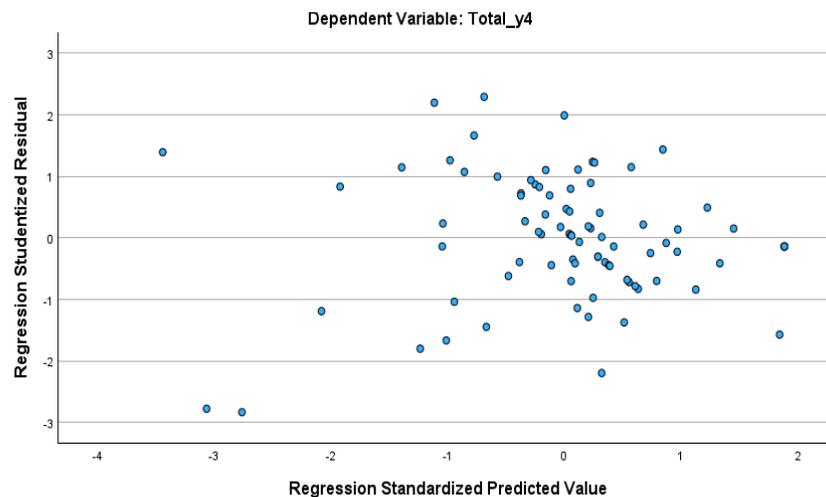
		Unstandardize d Residual	
N		84	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.70035296	
Most Extreme Differences	Absolute	.072	
	Positive	.054	
	Negative	-.072	
Test Statistic		.072	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.343	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.331
		Upper Bound	.355

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Dari tabel 4.50 tersebut dapat terlihat bahwa nilai *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,200 artinya nilai tersebut lebih > 0,05 dan sudah memiliki distribusi normal.

4.1.3.2 Uji Heterokedastisitas

Tabel 4. 53
Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan data tabel 4.53 diatas dapat dilihat titik – titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terdapat pola tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas

4.1.3.3 Uji Autokorelasi

Tabel 4. 54
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 ^a	.697	.686	2.751	1.999

a. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

b. Dependent Variable: Total_y4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Dari data tersebut peneliti menggunakan *Durbin-Watson* sebagai alat uji autokorelasi. Maka dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwasanya nilai *Durbin-Watson* sebesar 1.999. Diketahui dari tabel *Durbin-Watson* $N = 84$, $K = 3$, nilai dL sebesar 1.5723, nilai DU sebesar 1.7199 dan nilai $4-DU = 2.2801$. Dari dasar pengambilan keputusan $dL < DW < 4-DU$. Maka $1.7199 < 1.999 < 2.2801$ hipotesis nol diterima, artinya tidak terdapat auto korelasi.

4.1.3.4 Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 55
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	Total_x1	.535	1.870
	Total_x2	.523	1.911
	Total_x3	.901	1.110

a. Dependent Variable: Total_y4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.55 diatas dapat disimpulkan bahwasanya nilai *tolerance* dari variabel X1 sebesar $0,535 > 0,100$ dan VIF sebesar $1,870 < 10,00$, variabel X2 nilai *tolerance* sebesar $0,523 > 0,100$ dan VIF sebesar $1,911 < 10,00$, variabel X3 nilai *tolerance* sebesar $0,901 > 0,100$ dan VIF sebesar $1,110 < 10,00$ berkesimpulan tidak terjadi gejala Multikolinieritas.

4.1.4 Hasil Uji Analisis Data

4.1.4.1 Uji Regresi

1. Uji Regresi Parsial

Tabel 4. 56
Hasil Uji Regresi Parsial Lokasi Pesantren (X₁) terhadap Keputusan (Y)

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	11.565	1.771	
	Total_x1	.876	.094	.716

a. Dependent Variable: Total_y4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Dari tabel 4.56 di atas, dapat diketahui hasil analisis regresi sederhana diperoleh koefisien untuk variabel persediaan lokasi pesantren sebesar 0,876, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah : $Y = 11.565 + 0,876X_1$

Seperti yang ditunjukkan oleh hubungan kedua variabel, variabel Lokasi Pesantren akan meningkat jika variabel Keputusan Orang Tua ditingkatkan dan sebaliknya.

Tabel 4. 57
Hasil Uji Regresi Parsial Biaya Pendidikan (X₂) terhadap Keputusan (Y)

Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7.477	1.716	
	Total_x2	.595	.050	.798

a. Dependent Variable: Total_y4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Dari tabel di atas, dapat diketahui hasil analisis regresi sederhana diperoleh koefisien untuk variabel Biaya Pendidikan sebesar 0,595, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah : $Y = 7.477 + 0,595X_2$

Seperti yang ditunjukkan oleh hubungan kedua variabel, variabel Biaya Pendidikan akan meningkat jika variabel Keputusan Orang Tua ditingkatkan dan sebaliknya.

Tabel 4. 58
Hasil Uji Regresi Persial *Word Of Mouth* (X₃) terhadap Keputusan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	14.307	4.330	
	Total_x3	.392	.126	.324

a. Dependent Variable: Total_y4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Dari tabel 4.58 di atas, dapat diketahui hasil analisis regresi sederhana diperoleh koefisien untuk variabel *word of mouth* sebesar 0,392, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah : $Y = 14.307 + 0,392X_3$

Seperti yang ditunjukkan oleh hubungan kedua variabel, variabel *word of mouth* akan meningkat jika variabel Keputusan Orang Tua ditingkatkan dan sebaliknya.

2. Uji Regresi Berganda

Tabel 4. 59
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.493	2.692	
	Total_x1	.387	.103	.316
	Total_x2	.419	.063	.562
	Total_x3	.083	.078	.069

a. Dependent Variable: Total_y4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Persamaan Regresi yang diperoleh :

$$Y = 3.493 + 0.387 + 0.419 + 0.083$$

Pada tabel 4.59 diatas, nilai konstanta yang diperoleh sebesar 3.493 maka bisa diartikan :

1. Jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 3.493.
2. Nilai koefisien Regresi Variabel X_1 Lokasi Pondok bernilai positif sebesar 0.387 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X_1 Lokasi Pondok meningkat maka variabel Y juga akan meningkat sebesar 0.387.
3. Nilai koefisien Regresi Variabel X_2 Biaya Pendidikan bernilai positif sebesar 0.419 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X_2 Biaya Pendidikan meningkat maka variabel Y juga akan meningkat sebesar 0.419.
4. Nilai koefisien Regresi Variabel X_3 *Word Of Mouth* bernilai positif sebesar 0.083 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X_3 *Word Of Mouth* meningkat maka variabel Y juga akan meningkat sebesar 0.083.

4.1.4.2 Uji Korelasi

1. Uji Korelasi Parsial

Tabel 4. 60
Hasil Uji Korelasi Parsial

Correlations

Control Variables			Total_x1	Total_x2	Total_x3	Total_y4
-none ^a	Total_x1	Correlation	1.000	.734	.354	.838
		Significance (2-tailed)	.	.000	.055	.000
		Df	0	28	28	28
	Total_x2	Correlation	.734	1.000	.507	.830
		Significance (2-tailed)	.000	.	.004	.000
		Df	28	0	28	28
	Total_x3	Correlation	.354	.507	1.000	.488
		Significance (2-tailed)	.055	.004	.	.006
		Df	28	28	0	28
Total_y4	Correlation	.838	.830	.488	1.000	
	Significance (2-tailed)	.000	.000	.006	.	
	Df	28	28	28	0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi parsial masing-masing variabel yaitu :

1. Lokasi Pesantren (X_1) terhadap Keputusan Orang Tua (Y) sebesar 0,586 yang artinya tingkat hubungan Lokasi Pesantren (X_1) terhadap Keputusan Orang Tua (Y) dinyatakan kuat karena berada di antara rentang nilai (0,51 – 0,75).

2. Pada hubungan antara variabel Biaya Pendidikan (X_2) terhadap Keputusan Orang Tua (Y) memiliki nilai korelasi sebesar 0,660 yang artinya tingkat hubungan Biaya Pendidikan (X_2) dinyatakan kuat karena berada di antara rentang nilai (0,51 – 0,75).
3. Pada hubungan antara variabel *Word Of Mouth* (X_3) terhadap Keputusan Orang Tua (Y) memiliki nilai korelasi sebesar 0,452 yang artinya tingkat hubungan *Word Of Mouth* (X_3) dinyatakan cukup karena berada di antara rentang nilai (0,26 – 0,50).

2. Uji Korelasi Berganda

Tabel 4. 61
Uji Korelasi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F	df1	df2		
1	.835 ^a	.697	.686	2.751	.697	61.410	3	80	.000	1.999

a. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

b. Dependent Variable: Total_y4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil analisis korelasi berganda diperoleh nilai sig F change sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai R sebesar 0,835 berada pada tingkat koefisien korelasi (0,76 – 0,99) yang artinya bahwa variabel lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *word of mouth* secara simultan berhubungan dengan keputusan orang tua dengan tingkat hubungan sangat kuat.

4.1.4.3 Uji Determinasi

1. Uji Determinasi Parsial

Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R Square untuk tiap variabelnya. Berikut hasil dari uji koefisien determinasi parsial adalah di bawah ini :

Tabel 4. 62
Hasil Uji Determinasi Parsial Lokasi Pesantren (X_1) terhadap Keputusan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.701	.691	3.362

a. Predictors: (Constant), Total_x1

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.62 di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi, yang ditunjukkan pada kolom R Square, sebesar 0,701, atau 70,1%. Ini menunjukkan bahwa variabel lokasi pesantren mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan orang tua sebesar 70,1%, dan 29,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 63
Hasil Uji Determinasi Parsial Biaya Pendidikan (X_2) terhadap Keputusan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.690	.679	3.427

a. Predictors: (Constant), Total_x2

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.63 di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi, yang ditunjukkan pada kolom R Square, sebesar 0,690, atau 69,0%. Ini menunjukkan bahwa biaya pendidikan memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan orang tua sebesar 69%, dan 31% dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 64
Hasil Uji Determinasi Parsial Word Of Mouth (X₃) terhadap Keputusan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.488 ^a	.238	.211	5.370

a. Predictors: (Constant), Total_x3

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.64 di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi, yang ditunjukkan pada kolom R Square, sebesar 0,238 atau 23,8%. Ini menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh hubungan yang sangat rendah atau lemah terhadap keputusan orang tua sebesar 23,8%, dan 76,2% dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

2. Uji Determinasi Berganda

Tabel 4. 65
Hasil Uji Determinasi Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.697	.686	2.751

a. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.65 diatas diketahui bahwa nilai R Square memperoleh nilai sebesar 0,697 atau 69,7% hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 69,7% dengan hubungan yang kuat karena berada pada rentang nilai koefisien 0,51 – 0,75. Sedangkan sisanya sebesar 30,3% (100% - 69,7%) dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian.

4.1.5 Hasil Uji Hipotesis

4.1.5.1 Uji t (Parsial)

Pengujian hipotesis, yaitu uji t, dilakukan untuk menentukan validitas hipotesis.

Diketahui = Jumlah variabel (k) = 3

Nilai responden (n) = 84

Taraf sig. (2 sisi) = 5% : 2 = 0,025

Maka t tabel = t ($\alpha/2$; n-k)

t tabel = t (5%/2 ; 84 – 3)

= 0,025 ; 81

= 1,98969 (dari distribusi t_{tabel})

Tabel 4. 66
Hasil Uji t (Parsial) Lokasi pesantren (X₁) terhadap Keputusan (Y)

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.565	1.771		6.530	.000
	Total_x1	.876	.094	.716	9.297	.000

a. Dependent Variable: Total_y4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Nilai signifikansi variabel Lokasi Pesantren 0,000 kurang dari 0,050. Ini ditunjukkan oleh tingkat signifikansi dan hasil pengujian SPSS Versi 25, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas. Setelah itu, nilai t_{hitung} adalah 9,297 dan nilai t_{tabel} adalah 1,989. Dengan demikian, H1 diterima karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($9,297 > 1,989$). Ini menunjukkan bahwa variabel persediaan lokasi pesantren memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren manahijussadat.

Tabel 4. 67
Hasil Uji t (Parsial) Biaya pendidikan (X₂) terhadap Keputusan (Y)

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.477	1.716		4.358	.000
	Total_x2	.595	.050	.798	11.977	.000

a. Dependent Variable: Total_y4

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Nilai signifikansi variabel Lokasi Pesantren 0,000 kurang dari 0,050. Ini ditunjukkan oleh tingkat signifikansi dan hasil pengujian SPSS Versi 25, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas. Setelah itu, nilai t_{hitung} adalah 11,977 dan nilai t_{tabel} adalah 1,989. Dengan demikian, H3 diterima karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($11,977 > 1,989$). Ini menunjukkan bahwa variabel persediaan biaya pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren manahijussadat

Tabel 4. 68
Hasil Uji t (Parsial) Word Of Mouth (X₃) terhadap Keputusan (Y)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.307	4.330		3.304	.001
	Total x3	.392	.126	.324	3.104	.003

a. Dependent Variable: Total_y4
 Sumber : Data Diolah SPSS 25

Nilai signifikansi variabel Lokasi Pesantren 0,003 kurang dari 0,050. Ini ditunjukkan oleh tingkat signifikansi dan hasil pengujian SPSS Versi 25, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas. Setelah itu, nilai t_{hitung} adalah 3,104 dan nilai t_{tabel} adalah 1,989. Dengan demikian, H3 diterima karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,104 > 1,989$). Ini menunjukkan bahwa variabel persediaan *word of mouth* memiliki

pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren manahijussadat.

4.1.5.2 Uji F (Simultan)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui variabel independen Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan atau tidak secara simultan terhadap variabel dependen Keputusan Orang Tua. Untuk mendapatkan f_{tabel} menggunakan rumus yaitu :

$$\begin{aligned}
 f_{tabel} &= f(k ; n-k) \\
 &= f(3 ; 84 - 4) \\
 &= (3 ; 80) = 2,719 \text{ (dari distribusi } f_{tabel}\text{)}
 \end{aligned}$$

Tabel 4. 69
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1393.760	3	464.587	61.410	.000 ^b
	Residual	605.228	80	7.565		
	Total	1998.988	83			

a. Dependent Variable: Total_y4

b. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Nilai signifikansi untuk masing-masing variabel independen dijelaskan dalam tabel di atas. Hasil pengujian SPSS Versi 25 menunjukkan bahwa nilai signifikansi Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* sebesar $0,000 < 0,050$. Dengan nilai

F_{tabel} sebesar 2,719 dan F_{hitung} sebesar 61,410, dengan begitu maka H_4 diterima karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($61,410 > 2,719$) yang berarti bahwa secara simultan lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan orang tua.

4.2 Pembahasan Temuan

4.2.1 Pengaruh Lokasi Pesantren terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pondok Pesantren Modern Manahijussadat

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai $\text{sig} = 0,000$ bahwa lokasi pesantren memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat. Nilai tersebut kurang dari nilai yang disyaratkan, yaitu 0.05. adapun nilai korelasi sebesar 0,586 yang artinya tingkat hubungan Lokasi Pesantren (X_1) terhadap Keputusan Orang Tua (Y) dinyatakan kuat karena berada di antara rentang nilai 0,51 – 0,75. Nilai koefisien determinasi parsial sebesar 0,701, atau 70,1%. Ini menunjukkan bahwa variabel lokasi pesantren mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan orang tua sebesar 70,1%, dan 29,9% dipengaruhi faktor lain.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hiasinta dkk (2021) yang menyatakan bahwa lokasi pesantren memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan

4.2.2 Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pondok Pesantren Modern Manahijussadat

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan biaya pendidikan terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok pesantren Manahijussadat yang ditunjukkan oleh nilai sig = 0,000. Nilai tersebut kurang dari nilai yang disyaratkan yaitu 0,05. Hubungan antara variabel Biaya Pendidikan (X_2) terhadap Keputusan Orang Tua (Y) memiliki nilai korelasi sebesar 0,660 yang artinya tingkat hubungan Biaya Pendidikan (X_2) dinyatakan kuat karena berada di antara rentang nilai (0,51 – 0,75). Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan pada kolom R Square, sebesar 0,690, atau 69%. Ini menunjukkan bahwa biaya pendidikan memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan orang tua sebesar 69%, sedangkan 31% dipengaruhi faktor lain.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Afidha Fahri dan Rasipan Jayadi (2020) juga oleh Nafik Umurul Hadi dan Tri Kresna Murti (2019) yang menyatakan bahwa hasil dari variabel biaya pendidikan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua.

4.2.3 Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pondok Pesantren Modern Manahijussadat

Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikan yang didapatkan sebesar sig = 0,003, hal ini menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua dalam Memilih pondok

pesantren Manahijussadat. Nilai tersebut kurang dari 0,05. Adapun nilai korelasi antara variabel *word of mouth* (X_3) terhadap keputusan orang tua (Y) memiliki nilai korelasi sebesar 0,452 yang artinya tingkat hubungan *word of mouth* (X_3) dinyatakan cukup karena berada di antara rentang nilai (0,26 – 0,50). Adapun nilai koefisien determinasi sebesar 0,238 atau 23,8%. Ini menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh hubungan yang sangat rendah atau lemah terhadap keputusan orang tua sebesar 23,8%. Dan 76,2% dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hartiwi dan Lily (2011) juga Azam Zarkasih dkk (2022) yang menyatakan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan.

4.2.4 Pengaruh Lokasi pesantren, Biaya pendidikan dan *Word Of Mouth* (WOM) berpengaruh terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat

Hasil Pengujian hipotesis keempat dengan menggunakan uji F diketahui hasil uji nilai signifikan variabel lokasi pesantren (X_1), biaya pendidikan (X_2) dan *Word Of Mouth* (X_3) terhadap keputusan Orang Tua (Y) nilai $f_{hitung} 61,410 > f_{tabel} 2,719$ dengan nilai signifikansi sebesar 5% atau 0,05 $sig 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_4 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of*

Mouth secara simultan terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, nilai konstanta menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari lokasi pesantren, biaya pendidikan dan *Word Of Mouth* maka keputusan orang tua tetap berada pada nilai 3,493. ini menandakan bahwa ada faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti yang mempengaruhi keputusan orang tua. Koefisien lokasi pesantren (X_1) = 0,387 memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua. Setiap peningkatan dalam lokasi pesantren akan meningkatkan keputusan orang tua sebesar 0,387 dengan asumsi lokasi pesantren tetap konstan. Koefisien biaya pendidikan (X_2) = 0,419 juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua sebesar 0,419 dengan asumsi biaya pendidikan tetap konstan. Nilai koefisien regresi *Word Of Mouth* (X_3) = 0,083 juga memiliki pengaruh signifikan sebesar 0,083 dengan asumsi *Word Of Mouth* tetap konstan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Azam Zarkasih, Agus Widarko, M. Khoirul ABS 2022 tentang Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan memilih pondok pesantren yang menyatakan bahwasanya variabel Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y atau Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat”. Maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial Lokasi Pesantren memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat..
2. Secara parsial Biaya Pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.
3. Secara parsial *Word Of Mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.
4. Secara simultan Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan dan *Word Of Mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Pondok Pesantren Manahijussadat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Pondok Pesantren
 - a. Strategi yang tepat : strategi yang tepat dapat memperkuat reputasi dan visibilitasnya di masyarakat dengan melibatkan alumni dan santri dalam

promosi, alumni dan santri saat ini adalah aset penting dalam memperkuat WOM. Pondok bisa membangun jaringan alumni yang kuat dan mengajak mereka untuk berbagi pengalaman positif di media sosial atau forum diskusi publik. Testimoni mereka sering kali lebih dipercaya dibandingkan promosi langsung.

- b. Meningkatkan kualitas layanan, fasilitas dan pendidikan : kualitas pendidikan dan akhlak santri adalah fondasi utama yang mempengaruhi WOM. Pastikan pesantren terus memperbaiki. Kurikulum pendidikan yang seimbang antara agama dan duniawi, serta relevan dengan kebutuhan zaman. Fasilitas yang nyaman dan mendukung pembelajaran, seperti asrama yang layak, perpustakaan, akses internet, dan ruang belajar yang baik. Pengembangan karakter santri, seperti bimbingan akhlak, etika, dan keterampilan hidup.
- c. Melibatkan alumni dalam promosi : Semakin banyak alumni yang merasakan dampak positif dari pendidikan di pesantren, semakin besar kemungkinan mereka merekomendasikan kepada orang lain.
- d. Mengoptimalkan Media Sosial : di era digital, WOM juga terjadi secara virtual melalui media sosial. Pondok pesantren perlu aktif mempromosikan kegiatan dan pencapaiannya melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube. Konten-konten berkualitas seperti video pendek, testimoni santri, atau rekaman acara besar pondok bisa menjadi sarana efektif untuk membangkitkan buzz positif.

f. Penghargaan dan Sertifikasi : mendapatkan penghargaan atau sertifikasi dari pihak berwenang atau lembaga yang diakui dapat meningkatkan kredibilitas pesantren. Hal ini sering menjadi bahan pembicaraan positif di kalangan wali santri dan masyarakat sekitar, sehingga ada daya tarik dan nilai pondok yang akan menjadi ikon di masyarakat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Lokasi Pesantren: peneliti selanjutnya bisa memperdalam aspek "lokasi" dengan mengkaji lebih spesifik, seperti aksesibilitas, infrastruktur jalan, transportasi umum, dan keamanan lingkungan sekitar. Selain itu, dapat dianalisis apakah ada hubungan antara jarak pesantren dari rumah dengan keputusan orang tua dalam Memilih pesantren.
- b. Biaya Pendidikan: peneliti dapat menggali lebih dalam tentang persepsi orang tua terhadap biaya pendidikan di Pondok Pesantren Manahijussadat. Ini bisa mencakup pemahaman tentang apakah biaya dianggap terjangkau, mekanisme pembayaran yang fleksibel, atau adanya program beasiswa.
- c. *Word of Mouth (WOM)*: untuk memperdalam variabel ini, peneliti bisa mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi WOM seperti testimoni orang tua, alumni, atau masyarakat sekitar. Peneliti juga bisa menganalisis WOM di era digital, termasuk bagaimana pesantren

dimasukkan dalam diskusi di media sosial dan bagaimana pengaruh WOM digital terhadap keputusan orang tua.

- d. Pendekatan Metodologi : selain menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh variabel independen (lokasi, biaya, dan WOM), peneliti bisa melengkapi studi dengan wawancara mendalam (kualitatif) kepada orang tua, santri, dan pengurus pesantren. Ini akan memberikan data yang lebih kaya dan bisa menjelaskan fenomena yang tidak terukur secara angka.
- e. Memperluas Sampel : peneliti dapat memperluas sampel responden agar lebih mewakili populasi orang tua di sekitar pesantren dan daerah yang lebih jauh. Misalnya, peneliti bisa membandingkan keputusan orang tua dari kota dan desa, atau dari berbagai tingkat ekonomi, untuk melihat apakah ada perbedaan signifikan dalam keputusan mereka.
- f. Memperbaharui variabel/faktor penelitian : peneliti selanjutnya bisa mempertimbangkan untuk memasukkan variabel baru dalam penelitian, seperti kualitas pendidikan dan fasilitas, seperti bagaimana orang tua menilai kualitas pengajaran, guru, fasilitas asrama di pesantren. Citra pesantren dan reputasi kyai, Reputasi kyai dan citra pesantren di mata masyarakat juga sering kali menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan. Bagaimana pengaruh reputasi kyai terhadap WOM dan pada akhirnya keputusan orang tua.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, U., & Yahya, Y. (2021). Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(5), 2355–22610. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i5.786>
- Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Analisis Word Of Mouth Dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.554>
- Darma, B. (n.d.). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashion di Situs Online Shop - Google Books. (n.d.). Retrieved June 7, 2024, from [https://www.google.co.id/books/edition/Determinasi Keputusan Pembelian Produk](https://www.google.co.id/books/edition/Determinasi%20Keputusan%20Pembelian%20Produk)
- Dewi, D. A. (2018). *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas* (pp. 1–14).
- Ela, H. M. (n.d.). *Pengaruh Lokasi Sekolah Terhadap Keputusan Calon Siswa Dalam Pemilihan Smak St. Petrus Kewapante*. 03(03).
- Fahmi, I. (2011). *Manajemen pengambilan keputusan: Teori dan aplikasi*. <http://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php>
- Fajri, A., Rasipan, R., & Jayadi, J. (2020). Pengaruh Biaya Pendidikan dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta pada Program Sarjana. *Prosiding Manajerial Dan Kewirausahaan V*, 99–108.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>
- Ferdi, W. P. (2013). Pembiayaan pendidikan: Suatu kajian teoritis. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 19(4), 565–578.
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Deepublish.

- Hayati, J. S. (2021). Pengaruh *Word Of Mouth*, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Pendidikan Islamic Full Day School di Pondok Pesantren Safinatul Huda Surabaya. *Jurnal Manajemen*.
- Hidayat, T., Rizal, A. S., & Fahrudin, F. (2018). Peran Pondok Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *Ta Dib Jurnal Pendidikan Islam*, 7(2), 461–472.
- Laili, A. N. (2023). Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Memilih Pesantren Kampus Ainul Yaqin Universitas Islam Malang (Studi Kasus pada Santri dan Santriwati Pesantren Kampus Ainul). <https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/7324>
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh Design Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Hotel Sotis Kemang. *Media Bina Ilmiah*, 17(5), 795–802.
- Musdalifa, D. F., & Andarsyah, R. (2023). *Tuntunan Praktis Membuat Pemetaan Lokasi Penduduk Menggunakan GPS Berbasis Android*. Penerbit Buku Pedia.
- Nadzifah, S., Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Lokasi, Biaya Pendidikan, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren Shirotul Fuqoha Putri). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20116>
- Nathaniel, R. (n.d.). Pengantar Bisnis. uwais inspirasi indonesia.
- Pasolong, H. (2023). *Teori Pengambilan Keputusan*. Penerbit Alfabeta. <http://repository.poliupg.ac.id/id/eprint/292/3/Untitled.pdf>
- Prabowo, H., & Lily, L. (2011). Pengaruh Word of Mouth Marketing dan Pameran terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah. *Binus Business Review*, 2(1), 302. <https://doi.org/10.21512/bbr.v2i1.1137>
- Putra, I. G. B. N. P., Maharani, I. A. D. P., & Soraya, D. (2021). *Kewirausahaan*. Nilacakra. <https://books.google.com/books> (2021:117)

- Putra, Y. M. (2018). Sistem Pengambilan Keputusan. Modul Kuliah Sistem Informasi Manajemen.
- Rolanda, M. V. (n.d.). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Bandar Lampung 2019.
- Sari, D. I., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh Lokasi, Biaya Pendidikan, Reputasi Terhadap Keputusan Pemilihan TK Dan RA Di Desa Dapurkejambon. 03.
- Sari, S. P., Handriansyah, A. E., Anwar, W., Suryaningsih, N., Jubaedah, E., Suraji, Rustandi, R., Widiarti, T., Astuti, I. P., Alirejo, M. S., Mulyati, C., Yudin, Nurniawan, H., & Zairil. (2024). *Operations & Supply Chain Management*. Pradina Pustaka.
- Satria Lubis, A., Amalia, A., & Simanjuntak, S. (2020). Pengaruh Fasilitas Sekolah, Biaya Pendidikan dan Lokasi Sekolah terhadap Pengambilan Keputusan Siswa untuk Melanjutkan Pendidikan ke SMA Al Ulum Terpadu. *Journal Of Management Analytical and Solution (JoMAS)*, 1(1). <https://doi.org/10.32734/jomas.v1i1.5243>
- Shaylide, I. S. (2017). Pengaruh Mutu Layanan Akademik Dan Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 11(2), 1–11. <https://doi.org/10.17509/jap.v21i2.6671>
- Sugiyono, D. (n.d.). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.
- Syaiful, S. (2020). Preferensi Orang Tua Dalam Memilih Pondok Pesantren Sebagai Tempat Pendidikan Bagi Anak. *Jurnal Konseling Pendidikan Islam*, 1(2), 118–128. <https://doi.org/10.32806/jkpi.v1i2.27>
- Tri Kresna Murti, N. U. H. (2019). Analisis Biaya Pendidikan dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di SMP Negeri 1 Karangrejo Tahun Ajaran 2017/2018. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 32. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3839>
- Yaal, F. (2019). Peran Fasilitas, Budaya, Lokasi, Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Sekolah Dasar Swasta (Studi Kasus SD Integral Luqman Al-Hakim Kabupaten Lumajang). <http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1286/>

Zarkasih, A., Widarko, A., & Brotosuharto, M. K. A. (2022). Pengaruh Lokasi Pesantren, Biaya Pendidikan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren (Studi kasus pada santri di pondok pesantren Ar-Rahman Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(05). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/17361>

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian

1. Isi data identitas anda.
2. Pilihlah salah satu jawaban di bawah pernyataan yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan anda.
3. Pilih jawaban : STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), RG (Ragu), S (Setuju), SS (Sangat Setuju).

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Alamat :

Daftar Pertanyaan :

Variabel Penelitian	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Lokasi Pesantren (X ₁)	1. Akses jalan menuju Pondok Pesantren Manahijussadat sangat bagus sehingga mudah dilalui berbagai macam kendaraan.					
	2. Lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat strategis sehingga mudah dijangkau oleh berbagai macam kendaraan					
	3. Jarak pandang menuju Pondok Pesantren Manahijussadat tidak terhalang sehingga mudah dijumpai					

	4. Daerah/lingkungan dan warga sekitar Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung Pondok Pesantren dalam segala kegiatan dan segi keamanan					
	5. Tidak banyak Pondok Pesantren lain di sekitar lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat, sehingga menjadi keunggulan tersendiri serta menimbulkan beberapa kebutuhan khusus dan memperluas peluang					
Biaya Pendidikan (X ₂)	6. Biaya pendaftaran santri baru Pondok Pesantren Manahijussadat sangat terjangkau					
	7. Biaya pembangunan/infaq pondok yang dikeluarkan dari biaya Daftar Ulang santri, sesuai dengan fasilitas pondok					
	8. Biaya SPP per bulan santri sangat terjangkau, sesuai dengan manfaat dan menu makanan yang santri dapatkan					
	9. Biaya ujian Pondok Pesantren Manahijussadat sangat sesuai dengan seluruh kegiatan ujian santri					
	10. Biaya buku di Pondok Pesantren Manahijussadat sangat murah, sesuai dengan kualitas buku yang didapatkan					
	11. Biaya peralatan yang disediakan di koperasi santri sangat terjangkau, sesuai dengan uang saku santri					

	12. Pondok Pesantren Manahijussadat rutin mengadakan <i>Study Tour</i> dengan biaya yang terjangkau					
	13. Pembayaran tunai lebih efektif dibandingkan pembayaran via transfer / non tunai					
	14. Pembayaran non tunai sangat memudahkan bertransaksi bagi orang tua yang berada di luar kota					
<i>Word Of Mouth</i> (X ₃)	15. Banyak cerita negatif tentang Pondok Pesantren Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri					
	16. Banyak cerita positif tentang Pondok Pesantren Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri					
	17. Kualitas dan prestasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik sehingga mendorong kepercayaan Orang Tua untuk memilih Pondok Pesantren Manahijussadat					
	18. Pembicaraan mengenai reputasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik					
	19. Pondok Pesantren Manahijussadat menggunakan media elektronik (laptop dan hp) dan media cetak (brosur, banner dan majalah) sebagai alat promosi					

	20. Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung dan berpartisipasi dalam pengembangan bakat, minat sekaligus menjadi wadah santri untuk pengembangan diri					
	21. Dampak dari penilaian positif yang tersebar dari mulut ke mulut dapat memperkuat reputasi pesantren di mata masyarakat luas, sehingga Pondok Pesantren Manahijussadat menjadi lebih diminati.					
	22. Santri yang sudah berhasil menyesuaikan diri akan lebih mungkin memberikan rekomendasi positif tentang pondok pesantren kepada orang lain					
Keputusan (Y)	23. Orang tua memilih Pondok Pesantren Manahijussadat karena membutuhkan lembaga pendidikan dan agama yang tepat					
	24. Pondok Pesantren Manahijussadat menyajikan banyak varian unggulan pendidikan, fasilitas dan ekstrakurikuler					
	25. Kualitas dan akreditasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik sehingga menjadi daya tarik pilihan orang tua memilih Pondok Pesantren Manahijussadat					

	26. Kualitas Pondok Pesantren yang buruk akan menghilangkan kepercayaan orang tua dalam Memilih Pondok Pesantren					
	27. Citra Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik di kalangan masyarakat					
	28. Pondok Pesantren Manahijussadat mudah dijangkau dan dekat dengan tempat tinggal Orang Tua santri					
	29. Pondok Pesantren Manahijussadat memiliki ketersediaan layanan pendidikan, asrama, kesehatan, pengembangan diri dan karakter yang lengkap					
	30. Pondok Pesantren Manahijussadat memiliki pengaturan jangka waktu pendaftaran santri baru yang jelas, membantu para orang tua, santri dan staf pesantren untuk mengatur dan mengikuti jadwal kegiatan serta kewajiban finansial dengan baik					
	31. Pondok Pesantren Manahijussadat sangat memenuhi kebutuhan pendidikan, pengembangan karakter, keamanan dan keterampilan santri dengan lingkungan belajar yang kondusif					

X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	Total
3	3	3	3	2	14
2	4	3	4	3	16
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
4	5	5	5	3	22
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	5	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	1	1	1	2	8
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	2	18
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	1	3	1	2	10
1	1	2	4	5	13
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	18
2	4	4	4	4	18
2	4	4	4	4	18
4	4	3	4	4	19
2	4	4	4	2	16
3	4	2	3	3	15
4	4	5	5	4	22
2	1	1	1	2	7
2	4	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20
2	5	1	3	1	12
1	2	3	4	5	15
1	3	1	3	4	12

X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	Total
5	5	2	5	4	21
2	4	4	3	3	16
4	4	4	4	4	20
2	4	4	3	4	17
4	5	5	4	4	22
5	1	1	1	1	9
1	3	2	3	1	10
1	3	2	4	4	14
1	2	2	5	5	15
4	4	4	4	4	20
5	5	3	5	3	21
4	4	5	4	5	22
2	4	4	4	3	17
2	4	4	4	4	18
2	3	3	4	4	16
5	5	5	5	5	25
1	2	2	3	4	12
4	5	5	5	4	23
2	4	3	4	3	16
2	4	2	4	4	16
2	2	4	5	4	17
3	4	3	4	4	18
4	5	4	5	3	21
3	4	4	5	5	21
5	5	4	4	5	23
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
2	3	4	4	4	17
4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	3	17
3	4	2	4	5	18
5	2	2	1	5	15
2	3	4	4	2	15

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
2	4	4	5	5	20
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
2	3	1	3	5	14
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	5	21
4	5	2	5	4	20
4	4	4	4	5	21
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	3	19
3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total X2
2	2	2	2	2	2	1	3	2	18
4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	3	1	5	33
5	5	5	4	4	5	4	1	5	38
4	4	5	4	5	5	4	2	5	38
5	5	5	4	4	4	4	4	5	40
4	5	4	4	3	4	3	2	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
3	4	5	3	3	3	4	3	3	31
5	5	5	5	5	4	4	4	4	41

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total X2
4	4	3	4	4	2	4	2	5	32
4	4	4	4	4	4	3	3	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	5	5	4	4	4	4	5	39
1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
5	5	5	5	5	3	5	1	5	39
4	5	4	5	4	5	4	4	5	40
2	4	4	4	2	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
5	4	5	4	4	4	4	2	5	37
3	4	2	4	2	4	2	1	5	27
3	4	3	4	4	4	4	2	4	32
4	5	4	4	4	3	2	4	5	35
3	4	3	4	4	4	3	3	5	33
2	2	2	2	1	2	3	2	2	18
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	4	4	4	4	2	5	34
3	3	4	5	5	2	3	2	5	32
1	1	3	1	3	4	1	4	5	23
4	3	4	3	3	3	3	4	4	31
3	4	4	4	4	3	3	2	4	31
2	2	4	4	2	2	2	2	5	25
5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
4	2	2	2	2	2	2	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
1	1	1	1	1	1	1	5	1	13
4	3	4	4	3	3	2	3	5	31
4	4	4	4	4	4	3	4	5	36
4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
4	4	3	4	4	3	4	2	5	33

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total X2
5	5	4	5	4	5	4	2	5	39
4	4	5	3	4	4	3	2	5	34
4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
4	4	4	3	3	4	3	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
1	1	1	2	3	2	3	4	5	22
2	4	4	3	2	2	1	4	4	26
4	2	4	5	5	4	4	1	5	34
4	3	4	3	4	4	4	1	5	32
5	4	4	4	4	4	4	3	4	36
2	3	4	4	3	4	3	5	3	31
4	4	4	4	5	4	3	2	4	34
4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
4	3	4	4	3	4	4	4	2	32
4	5	4	4	4	4	3	2	5	35
3	5	2	5	4	5	4	4	5	37
3	3	4	4	4	3	3	4	4	32
3	4	5	4	4	3	4	5	5	37
4	4	5	4	4	4	4	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
4	3	4	4	3	3	4	1	5	31
4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	3	4	4	3	3	5	34
3	4	4	4	4	4	4	3	5	35
4	4	4	4	4	4	4	3	5	36
4	4	4	4	4	4	4	2	5	35

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total X2
4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
4	4	4	4	4	4	3	5	5	37
3	3	3	3	3	4	2	3	2	26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	2	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	4	5	4	5	43

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total X3
3	3	4	4	5	4	5	4	32
3	4	4	4	5	4	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	5	4	5	5	34
3	5	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	38
3	4	5	5	5	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	4	5	5	5	5	37
3	5	5	4	5	5	5	4	36
3	5	5	5	5	5	5	4	37
3	4	4	5	4	5	4	4	33
3	3	4	3	5	5	5	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	2	4	4	3	4	4	4	28
5	1	4	5	3	3	3	5	29
5	5	5	5	4	5	5	5	39
1	5	4	5	4	4	5	4	32
3	1	4	4	4	4	4	4	28
3	1	4	4	4	4	4	4	28
3	1	4	4	5	4	4	4	29
3	5	4	5	4	5	5	4	35
3	4	4	4	4	4	5	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	31
1	3	4	4	4	5	5	4	30
3	1	4	4	4	4	4	4	28
5	1	4	5	4	4	4	4	31
3	5	5	5	4	5	5	5	37
3	1	4	4	4	4	4	4	28
3	1	5	5	3	4	5	5	31
5	5	5	4	4	4	5	4	36
3	4	3	4	5	4	4	3	30
5	5	5	4	5	5	5	5	39
3	5	4	4	5	5	4	5	35
5	2	5	4	5	5	5	5	36
5	4	5	5	5	5	5	5	39

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total X3
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	1	4	5	5	4	4	4	32
4	5	4	4	4	5	5	5	36
3	5	4	4	5	4	5	4	34
4	5	5	4	5	4	5	5	37
5	5	4	5	5	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	4	5	5	5	5	5	5	39
3	4	4	4	4	4	5	4	32
3	5	5	4	4	5	5	5	36
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	3	5	2	4	5	4	29
5	2	4	4	5	5	5	4	34
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	4	5	5	5	4	38
3	4	4	4	4	5	4	4	32
3	4	4	4	4	4	5	4	32
5	4	5	4	5	5	5	4	37
3	4	4	4	5	5	5	5	35
3	4	4	5	5	4	4	4	33
5	5	5	4	5	4	5	5	38
3	5	5	5	5	5	5	5	38
3	4	4	4	5	4	4	4	32
3	4	4	4	5	4	5	4	33
3	4	4	3	5	4	4	4	31
3	4	4	4	5	5	4	4	33
3	4	4	4	4	5	5	5	34
3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	5	4	5	5	4	4	4	36
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	4	4	4	4	5	4	35
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	3	5	5	5	4	4	5	36
3	5	5	4	4	4	5	5	35
1	4	4	4	4	4	4	4	29
2	5	4	5	3	5	4	4	32

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total X3
2	4	4	4	5	4	5	4	32
3	3	5	4	4	4	4	4	31
3	5	5	5	5	4	5	4	36
2	4	4	4	5	4	4	4	31
3	1	4	2	1	3	3	3	20
3	3	5	5	5	4	5	5	35
1	4	4	4	4	4	5	4	30
1	4	4	4	1	4	2	4	24
1	4	4	4	5	4	4	4	30
3	5	5	5	5	5	5	5	38

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Total Y
2	2	2	2	2	3	2	3	2	16
5	4	4	4	4	4	3	4	4	27
5	5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	4	4	3	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	5	4	4	4	4	4	29
5	5	5	5	5	2	5	5	5	32
5	5	4	5	5	4	4	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	5	4	4	4	4	4	29
3	4	1	2	2	3	4	3	3	18
5	4	5	5	5	5	5	4	5	34
4	4	4	5	4	4	4	4	4	29
4	3	3	4	4	3	3	4	4	25
5	5	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	3	5	4	4	28
1	1	3	1	2	5	2	3	1	17
5	5	5	5	5	1	5	5	5	31
5	4	4	4	5	4	5	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	2	4	4	4	26

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Total Y
4	4	4	5	4	4	4	4	4	29
5	4	5	5	4	4	4	4	4	30
5	4	5	5	5	4	4	4	4	31
4	4	4	2	4	2	4	4	4	24
5	4	4	5	4	3	5	4	4	29
4	4	4	5	4	3	4	4	4	28
1	1	1	2	1	2	1	1	1	9
5	5	5	5	5	2	5	5	5	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	4	5	3	4	3	4	4	27
5	4	4	5	4	1	4	3	4	25
4	3	4	5	4	4	3	4	3	27
5	5	5	5	4	4	4	4	4	30
4	3	4	5	4	5	3	4	4	29
5	5	5	4	5	4	4	4	4	30
4	2	3	4	3	5	2	4	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
1	1	1	1	1	2	1	1	1	8
4	4	3	4	3	2	4	4	3	23
5	4	5	5	5	2	2	4	4	27
5	4	4	5	4	5	5	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	2	5	5	5	32
5	5	4	5	5	4	4	4	5	31
5	4	5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	5	4	4	4	29
4	4	4	2	5	5	5	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	4	4	3	1	3	3	4	22
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	4	5	4	2	2	4	5	26
3	4	4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	4	5	4	4	4	4	4	29

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Total Y
5	4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	1	4	2	4	4	4	23
5	5	4	5	4	3	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	21
5	5	5	1	5	5	5	5	5	31
4	4	4	5	4	4	4	4	4	29
5	4	4	4	4	2	4	4	4	26
4	4	4	4	4	2	4	4	3	25
4	4	4	5	4	3	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	1	5	1	5	5	5	26
4	4	4	5	5	4	4	5	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	5	4	4	5	4	31
4	3	3	5	3	1	2	4	3	21
5	5	5	4	5	3	5	5	5	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	5	4	4	4	4	4	29
5	4	4	5	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	5	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	2	4	3	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	3	27
3	2	3	2	3	3	2	3	3	19
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	5	4	3	3	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	4	5	5	5	34

Correlations

			Lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat strategis sehingga mudah dijangkau oleh berbagai macam kendaraan	Akses jalan menuju Pondok Pesantren Manahijussadat sangat bagus sehingga mudah dilalui berbagai macam kendaraan.	Jarak pandang menuju Pondok Pesantren Manahijussadat tidak terhalang sehingga mudah dijumpai	Daerah/lingkungan dan warga sekitar Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung Pondok Pesantren dalam segala kegiatan dan segi keamanan	Tidak banyak Pondok Pesantren lain di sekitar lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat, sehingga menjadi keunggulan tersendiri serta menimbulkan beberapa kebutuhan khusus dan memperluas peluang	Total_x1
Spearman's rho	Lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat strategis sehingga mudah dijangkau oleh berbagai macam kendaraan	Correlation Coefficient	1.000	.675**	.802**	.839**	.566**	.877**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.001	.000
		N	30	30	30	30	30	30
	Akses jalan menuju Pondok Pesantren Manahijussadat sangat bagus sehingga mudah dilalui berbagai macam kendaraan.	Correlation Coefficient	.675**	1.000	.648**	.609**	.422*	.838**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.020	.000
		N	30	30	30	30	30	30
	Jarak pandang menuju Pondok Pesantren Manahijussadat tidak terhalang sehingga mudah dijumpai	Correlation Coefficient	.802**	.648**	1.000	.877**	.543**	.875**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.002	.000
		N	30	30	30	30	30	30
	Daerah/lingkungan dan warga sekitar Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung Pondok Pesantren dalam segala kegiatan dan segi keamanan	Correlation Coefficient	.839**	.609**	.877**	1.000	.694**	.877**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.000
		N	30	30	30	30	30	30
	Tidak banyak Pondok Pesantren lain di sekitar lokasi Pondok Pesantren Manahijussadat, sehingga menjadi keunggulan tersendiri serta menimbulkan beberapa kebutuhan khusus dan memperluas peluang	Correlation Coefficient	.566**	.422*	.543**	.694**	1.000	.705**
		Sig. (2-tailed)	.001	.020	.002	.000	.	.000
		N	30	30	30	30	30	30
	Total_x1	Correlation Coefficient	.877**	.838**	.875**	.877**	.705**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.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

			Biaya pembangunan Intifaq Pondok yang dikeluarkan dari biaya Daftar Ulang santri, sesuai dengan fasilitas pondok	Biaya SPP per bulan santri sangat terjangkau, sesuai dengan manfaat dan menu makanan yang santri dapatkan	Biaya ujian Pondok Pesantren Manahijussadat sangat sesuai dengan seluruh kegiatan ujian santri	Biaya buku di Pondok Pesantren Manahijussadat sangat murah, sesuai dengan kualitas buku yang didapatkan	Biaya peralatan yang disediakan di koperasi santri sangat terjangkau, sesuai dengan uang saku santri	Pondok Pesantren Manahijussadat rutin mengadakan Study Tour dengan biaya yang terjangkau	Pembayaran tunai lebih efektif dibandingkan pembayaran via transfer / non tunai	Pembayaran non tunai sangat memudahkan bertransaksi bagi orang tua yang berada di luar kota	Total_X2	
Spearman's rho	Biaya pendaftaran santri baru Pondok Pesantren Manahijussadat relatif tinggi	Correlation Coefficient	1.000	.748**	.799**	.711**	.801**	.543**	.659**	.254	.579**	.882**
		Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.176	.001	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Biaya pembangunan Intifaq Pondok yang dikeluarkan dari biaya Daftar Ulang santri, sesuai dengan fasilitas pondok	Correlation Coefficient	.748**	1.000	.640**	.726**	.604**	.530**	.500**	.337	.557**	.758**
		Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.003	.005	.069	.001	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Biaya SPP per bulan santri sangat terjangkau, sesuai dengan manfaat dan menu makanan yang santri dapatkan	Correlation Coefficient	.799**	.640**	1.000	.605**	.683**	.536**	.716**	.322	.412*	.810**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.002	.000	.083	.024	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Biaya ujian Pondok Pesantren Manahijussadat sangat sesuai dengan seluruh kegiatan ujian santri	Correlation Coefficient	.711**	.726**	.605**	1.000	.784**	.626**	.680**	.417*	.582**	.837**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.022	.001	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Biaya buku di Pondok Pesantren Manahijussadat sangat murah, sesuai dengan kualitas buku yang didapatkan	Correlation Coefficient	.801**	.604**	.683**	.784**	1.000	.585**	.707**	.336	.499**	.834**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.069	.005	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Biaya peralatan yang disediakan di koperasi santri sangat terjangkau, sesuai dengan uang saku santri	Correlation Coefficient	.543**	.530**	.536**	.626**	.585**	1.000	.524**	.338	.501**	.699**
		Sig. (2-tailed)	.002	.003	.002	.000	.001		.003	.067	.005	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pondok Pesantren Manahijussadat rutin mengadakan Study Tour dengan biaya yang terjangkau	Correlation Coefficient	.659**	.500**	.716**	.680**	.707**	.524**	1.000	.316	.269	.688**
		Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000	.000	.003		.088	.151	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pembayaran tunai lebih efektif dibandingkan pembayaran via transfer / non tunai	Correlation Coefficient	.254	.337	.322	.417*	.336	.338	.316	1.000	-.021	.534**
		Sig. (2-tailed)	.176	.069	.083	.022	.069	.067	.088		.913	.002
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pembayaran non tunai sangat memudahkan bertransaksi bagi orang tua yang berada di luar kota	Correlation Coefficient	.579**	.557**	.412*	.582**	.499**	.501**	.269	-.021	1.000	.520**
		Sig. (2-tailed)	.001	.001	.024	.001	.005	.005	.151	.913		.003
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2		Correlation Coefficient	.882**	.758**	.810**	.837**	.834**	.699**	.688**	.534**	.520**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.003	
		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

		Banyak cerita negatif tentang Pondok Pesantren Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri	Banyak cerita positif tentang Pondok Pesantren Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri	Kualitas dan prestasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik sehingga mendorong kepercayaan Orang Tua untuk memilih Pondok Pesantren Manahijussadat	Pembicaraan mengenai reputasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik	Pondok Pesantren Manahijussadat menggunakan media elektronik (laptop dan hp) dan media cetak (brosur, banner dan majalah) sebagai alat promosi	Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung dan berpartisipasi dalam pengembangan bakat, minat sekaligus menjadi wadah santri untuk pengembangan diri	Dampak dari penilaian positif yang tersebar dari mulut ke mulut dapat memperkuat reputasi pesantren di mata masyarakat luas, sehingga Pondok Pesantren Manahijussadat menjadi lebih diminati.	Santri yang sudah berhasil menyesuaikan diri akan lebih mungkin memberikan rekomendasi positif tentang pondok pesantren kepada orang lain	Total_x3	
Spearmen's rho	Banyak cerita negatif tentang Pondok Pesantren Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri	Correlation Coefficient	1.000	.139	.392*	.459*	.119	.119	-.068	.514**	.439*
		Sig. (2-tailed)	.	.462	.032	.011	.531	.532	.721	.004	.015
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Banyak cerita positif tentang Pondok Pesantren Manahijussadat dari pengalaman para orang tua santri	Correlation Coefficient	.139	1.000	.767**	.552**	.451*	.735**	.777**	.520**	.893**
		Sig. (2-tailed)	.462	.	.000	.002	.012	.000	.000	.003	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Kualitas dan prestasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik sehingga mendorong kepercayaan Orang Tua untuk memilih Pondok Pesantren Manahijussadat	Correlation Coefficient	.392*	.767**	1.000	.545**	.547**	.754**	.573**	.715**	.854**
		Sig. (2-tailed)	.032	.000	.	.002	.002	.000	.001	.000	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pembicaraan mengenai reputasi Pondok Pesantren Manahijussadat sangat baik	Correlation Coefficient	.459*	.552**	.545**	1.000	.026	.426*	.213	.591**	.640**
		Sig. (2-tailed)	.011	.002	.002	.	.893	.019	.258	.001	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pondok Pesantren Manahijussadat menggunakan media elektronik (laptop dan hp) dan media cetak (brosur, banner dan majalah) sebagai alat promosi	Correlation Coefficient	.119	.451*	.547**	.026	1.000	.469**	.623**	.299	.615**
		Sig. (2-tailed)	.531	.012	.002	.893	.	.009	.000	.109	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pondok Pesantren Manahijussadat sangat mendukung dan berpartisipasi dalam pengembangan bakat, minat sekaligus menjadi wadah santri untuk pengembangan diri	Correlation Coefficient	.119	.735**	.754**	.426*	.469**	1.000	.649**	.370*	.754**
		Sig. (2-tailed)	.532	.000	.000	.019	.009	.	.000	.044	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Dampak dari penilaian positif yang tersebar dari mulut ke mulut dapat memperkuat reputasi pesantren di mata masyarakat luas, sehingga Pondok Pesantren Manahijussadat menjadi lebih diminati.	Correlation Coefficient	-.068	.777**	.573**	.213	.623**	.649**	1.000	.337	.746**
		Sig. (2-tailed)	.721	.000	.001	.258	.000	.000	.	.068	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Santri yang sudah berhasil menyesuaikan diri akan lebih mungkin memberikan rekomendasi positif tentang pondok pesantren kepada orang lain	Correlation Coefficient	.514**	.520**	.715**	.591**	.299	.370*	.337	1.000	.705**
		Sig. (2-tailed)	.004	.003	.000	.001	.109	.044	.068	.	.000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_x3		Correlation Coefficient	.439*	.893**	.854**	.640**	.615**	.754**	.746**	.705**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		N	30	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).

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Total_x1	Total_x2	Total_x3	Total_y4
N		84	84	84	84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18,36	33,90	34,04	27,65
	Std. Deviation	4,011	6,578	4,058	4,908
Most Extreme Differences	Absolute	,147	,175	,102	,197
	Positive	,076	,093	,085	,094
	Negative	-,147	-,175	-,102	-,197
Test Statistic		,147	,175	,102	,197
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<,001	<,001	,029	<,001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	<,001	<,001	,030	<,001
		99% Confidence Interval	Lower Bound	,000	,000
			Upper Bound	,000	,000
			Lower Bound	,000	,000
			Upper Bound	,034	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Log_x1	Log_x2	Log_x3	Log_y
N		84	84	84	84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,2514	1,5192	1,5287	1,4321
	Std. Deviation	,11042	,10874	,05486	,10287
Most Extreme Differences	Absolute	,161	,244	,110	,247
	Positive	,092	,123	,090	,138
	Negative	-,161	-,244	-,110	-,247
Test Statistic		,161	,244	,110	,247
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<,001	<,001	,014	<,001
Monte Carlo Sig. (2-Sig. tailed) ^d		<,001	<,001	,013	<,001
	99% Confidence Interval				
	Lower Bound	,000	,000	,010	,000
	Upper Bound	,000	,000	,016	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LN_x1	LN_x2	LN_x3	LN_y	
N		84	84	84	84	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2,8815	3,4981	3,5199	3,2975	
	Std. Deviation	,25424	,25039	,12631	,23688	
Most Extreme Differences	Absolute	,161	,244	,110	,247	
	Positive	,092	,123	,090	,138	
	Negative	-,161	-,244	-,110	-,247	
Test Statistic		,161	,244	,110	,247	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<,001	<,001	,014	<,001	
Monte Carlo Sig. (2-Sig. tailed) ^d		<,001	<,001	,014	<,001	
99% Confidence Interval		Lower Bound	,000	,000	,011	,000
		Upper Bound	,000	,000	,017	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 957002199.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sqrt_x1	Sqrt_x2	Sqrt_x3	Sqrt_y
N		84	84	84	84
Normal	Mean	4,2558	5,7893	5,8232	5,2326
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	,49815	,62704	,35660	,52693
Most	Absolute	,156	,207	,107	,222
Extreme	Positive	,077	,103	,080	,108
Differences	Negative	-,156	-,207	-,107	-,222
Test Statistic		,156	,207	,107	,222
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<,001	<,001	,019	<,001
Monte Carlo Sig.		<,001	<,001	,019	<,001
Sig. (2-tailed) ^d	99% Lower	,000	,000	,015	,000
	Confidence Bound				
	Interval Upper Bound	,000	,000	,022	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 92208573.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	11.565	1.771		6.530	.000
	Total_x1	.876	.094	.716	9.297	.000

a. Dependent Variable: Total_y4

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.697	.686	2,751

a. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

b. Dependent Variable: Total_y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,70035296
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,054

Negative	-,072
Test Statistic	,072
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e Sig.	,343
99% Confidence Interval Lower Bound	,330
Upper Bound	,355

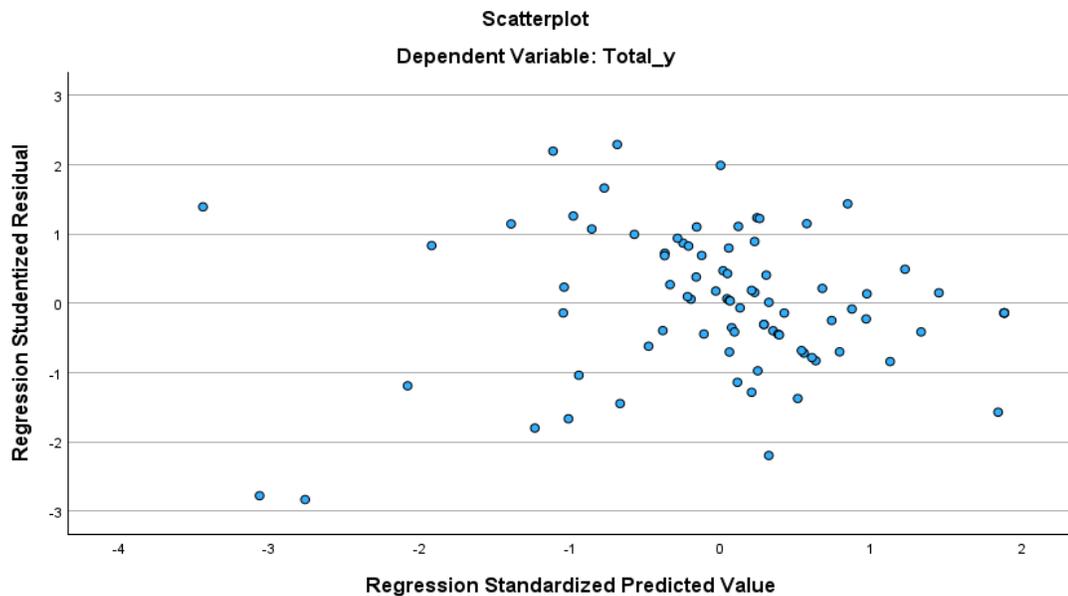
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1993510611.



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 ^a	.697	.686	2.751	1.999

a. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

b. Dependent Variable: Total_y4

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Total_x1	.535	1.870
	Total_x2	.523	1.911
	Total_x3	.901	1.110

a. Dependent Variable: Total_y4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.565	1.771		6.530	.000
	Total_x1	.876	.094	.716	9.297	.000

a. Dependent Variable: Total_y4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.477	1.716		4.358	.000
	Total_x2	.595	.050	.798	11.977	.000

a. Dependent Variable: Total_y4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.307	4.330		3.304	.001
	Total_x3	.392	.126	.324	3.104	.003

a. Dependent Variable: Total_y4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.493	2.692		1.297	.198
	Total_x1	.387	.103	.316	3.758	.000
	Total_x2	.419	.063	.562	6.610	.000
	Total_x3	.083	.078	.069	1.065	.290

a. Dependent Variable: Total_y4

Correlations

Control Variables			Total_x1	Total_x2	Total_x3	Total_y4
-none- ^a	Total_x1	Correlation	1.000	.734	.354	.838
		Significance (2-tailed)	.	.000	.055	.000
		df	0	28	28	28
	Total_x2	Correlation	.734	1.000	.507	.830
		Significance (2-tailed)	.000	.	.004	.000
		df	28	0	28	28
	Total_x3	Correlation	.354	.507	1.000	.488
		Significance (2-tailed)	.055	.004	.	.006
		df	28	28	0	28
Total_y4	Correlation	.838	.830	.488	1.000	
	Significance (2-tailed)	.000	.000	.006	.	
	df	28	28	28	0	

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.835 ^a	.697	.686	2.751	.697	61.410	3	80	.000	1.999

a. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

b. Dependent Variable: Total_y4

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_x1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_y4

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.701	.691	3.362

a. Predictors: (Constant), Total_x1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	743.409	1	743.409	65.776	.000 ^b
	Residual	316.458	28	11.302		
	Total	1059.867	29			

a. Dependent Variable: Total_y4

b. Predictors: (Constant), Total_x1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.565	1.771		6.530	.000
	Total_x1	.876	.094	.716	9.297	.000

a. Dependent Variable: Total_y4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.697	.686	2.751

a. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.690	.679	3.427

a. Predictors: (Constant), Total_x2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_x2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_y4

b. All requested variables entered.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	730.934	1	730.934	62.220	.000 ^b
	Residual	328.933	28	11.748		
	Total	1059.867	29			

a. Dependent Variable: Total_y4

b. Predictors: (Constant), Total_x2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.477	1.716		4.358	.000
	Total_x2	.595	.050	.798	11.977	.000

a. Dependent Variable: Total_y4

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_x3 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_y4

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.488 ^a	.238	.211	5.370

a. Predictors: (Constant), Total_x3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	252.304	1	252.304	8.748	.006 ^b
	Residual	807.563	28	28.842		
	Total	1059.867	29			

a. Dependent Variable: Total_y4

b. Predictors: (Constant), Total_x3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.600	7.950		.579	.567
	Total_x3	.692	.234	.488	2.958	.006

a. Dependent Variable: Total_y4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.697	.686	2.751

a. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.565	1.771		6.530	.000
	Total_x1	.876	.094	.716	9.297	.000

a. Dependent Variable: Total_y4

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1393.760	3	464.587	61.410	.000 ^b
	Residual	605.228	80	7.565		
	Total	1998.988	83			

a. Dependent Variable: Total_y4

b. Predictors: (Constant), Total_x3, Total_x1, Total_x2

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81		0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82		0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83		0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84		0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85		0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86		0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87		0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88		0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89		0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90		0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91		0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92		0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93		0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94		0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95		0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96		0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97		0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98		0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99		0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100		0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101		0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102		0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103		0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104		0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105		0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106		0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107		0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108		0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109		0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110		0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111		0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112		0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113		0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114		0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115		0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116		0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117		0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118		0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119		0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120		0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

n	k=1		k=2		k=3		k=4	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670

114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Imas Nur Azizah
Tempat Tanggal Lahir : Serang, 03 Mei 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Bumi Ciruas Permai 1, blok B 18
No. 23/24 rt/rw 14/004, Desa. Ranjeng,
Kec. Ciruas, Kab. Serang.
Telepon : 0856-9384-2877
Handphone : 0856-9384-2877
Email : imasna3500@gmail.com
Nama Orang Tua :
Ayah : Mahdi
Ibu : Ade Sopiah



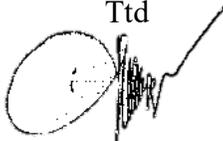
Riwayat Pendidikan :

No.	Pendidikan	Tahun Lulus
1.	SD Negeri Ranjeng	2013
2.	Mts Manahijussadat	2016
3.	MA Manahijussadat	2019
4.	Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis	2024

Riwayat Pekerjaan :

No.	Pekerjaan	Tahun
1.	Guru Pengabdian di PonPes Manahijussadat	2019
2.	Guru Pengabdian di PonPes Manahijussadat	2020
3.	Guru Pengabdian di PonPes Manahijussadat	2021
4.	Guru Pengabdian di PonPes Manahijussadat	2022
5.	Guru Pengabdian di PonPes Manahijussadat	2023
6.	Guru Pengabdian di PonPes Manahijussadat	2024

Rangkasbitung, 17 Desember 2024

Ttd

Imas Nur 'Azizah