

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum objek penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Smp Sunan Giri

Semangat dan Upaya generasi muda islam serta Tokoh islam Masyarakat Menganti, bahwa mereka telah menyadari pentingnya pendidikan bagi manusia dan didorong oleh tanggung jawab yang besar terhadap kemajuan umat islam, khususnya di wilayah Kecamatan Menganti dan sekitarnya. Mereka kemudian mengadakan pertemuan pada tanggal 26 September 1965 bertempat dirumah Bapak Soerawi (Ayah Bapak Mangun Soewito) Dusun Sidomulyo Desa hulaan kecamatan menganti Kabupaten Gresik untuk membahas masalah tersebut yang dihadiri oleh :

- a. Abdur rochman Menganti
- b. Muchtarom Achyar Randupadangan
- c. Achmad Salamun Menganti
- d. Mangoen Suwito Sidomulyo Hulaan
- e. Muta'ali Boboh
- f. Abdulloh Zaini Setro
- g. Moelyono Gadingwatu
- h. Muchid Ghofar Putatlor
- i. Moh.Nur Huda Setro
- j. Sukarno Guru Agama Menganti

Dalam pertemuan tersebut mereka sepakat mendirikan Sekolah Kejuruan yaitu Pendidikan Guru Agama (PGA), dengan harapan untuk menghasilkan kader Guru Agama di sekolah dasar dan Madrasah Ibtidaiyah, khususnya di wilayah Kecamatan Menganti dan sekitarnya.

Kemudian pada tahun 1971 didirikanlah SMP Sunan Giri.

2. Identitas Sekolah

Nama Sekolah	: SMP Sunan Giri
NSS	: 204050103010
NDS	: E01032002
NPSN	: 20500546
Status Akreditasi	: A
Kategori Sekolah	: Sekolah berstandar nasional (SSN)
Alamat	: Jl.Raya Sunan Giri No.16 Menganti-Gresik
No.Telp	: (031) 79133050
Nama Kepala Sekolah	: Muhammad Sholikhun, S.Ag, M.Pd.I
Tahun didirikan	: 1971
Kepemilikan tanah	: Yayasan
Luas tanah	:10.468 m ²
No.rekening rutin	: 0272459142 (Bank JATIM cabang Gresik

3. Visi Dan Misi

Visi :

Pendidik atau guru adalah orang dewasa yang bertanggung jawab memberikan bimbingan atau bantuan kepada anak didik dalam perkembangan jasmani atau rohaninya agar mencapai kedewasaannya, mampu melaksanakan tugasnya sebagai makhluk Allah, khalifah di permukaan bumi, sebagai makhluk sosial dan sebagai individu yang sanggup berdiri sendiri.

Adapun pendidik yang berada di SMP Sunan Giri terdiri dari 44 orang, dengan jumlah pendidik Pria sebanyak 20 orang dan jumlah pendidik wanita sebanyak 24 orang. Sedangkan tenaga pendidikan yang bertugas sebanyak 7 orang, dengan perincian satu orang pustakawan, tiga orang tata usaha (TU) dan 3 laboran yang terdiri dari laboran IPA, bahasa dan komputer. Berikut ini merupakan perincian dalam tabel.

Tabel 4.2
Daftar pendidik dan tenaga kependidikan tahun ajaran 2016/2017

Keterangan	Jumlah
Tenaga pendidik (guru)	44 orang
Pustakawan	1 orang
Laboran (IPA/Bahasa/Komputer)	3 orang
Staf tata usaha	3 orang

5. Sarana dan prasarana SMP Sunan Giri

Sarana dan prasarana merupakan hal yang penting dalam kegiatan belajar mengajar karena dengan adanya sarana dan prasarana dapat menunjang terbentuknya suasana yang memberikan dorongan pada peserta didik dalam kegiatan pembelajaran.

Untuk menunjang proses pembelajaran, fasilitas yang dimiliki SMP Sunan Giri Menganti adalah:

- 1) 25 ruang kelas pembelajaran yang ideal
- 2) 1 perpustakaan
- 3) 1 laboratorium IPA
- 4) 1 laboratorium Bahasa
- 5) 1 laboratorium Komputer
- 6) 1 ruang UKS
- 7) Ruang multimedia
- 8) Ruang keterampilan
- 9) Tempat beribadah/masjid
- 10) Kantor guru
- 11) Ruang OSIS
- 12) Ruang BK
- 13) Kantin
- 14) Lapangan olahraga
- 15) Kamar mandi

pengelola sekolah. Alasan mendasarnya adalah secara langsung manajemen marketing berkaitan erat dengan banyaknya jumlah peserta didik yang akan bernaung dalam sebuah lembaga pendidikan.

SMP Sunan Giri sudah sangat lama mengimplementasikan manajemen marketing yang membaurkan berbagai macam unsur untuk menarik minat konsumen pendidikan meski pada awalnya belum mengetahui secara pasti bagaimana teorinya, namun lambat laun seiring dengan kemajuan teknologi pihak manajemen sekolah mulai belajar dari berbagai sumber bagaimana memasarkan pendidikan ini lebih baik, dan akhirnya pihak manajemen sekolah memutuskan untuk menggunakan Marketing Mix sebagai strategi persuasif untuk menarik minat pasar. Karena manajemen sekolah meyakini bahwa SMP Sunan Giri mampu bersaing dengan sekolah yang berdiri disekitarnya baik dari segi produk yang dihasilkan (*Product*), biaya (*Price*) terjangkau yang harus dikeluarkan peserta didik, juga tempat (*Place*) yang strategis dan mudah dijangkau dengan transportasi darat apapun.

Tak hanya product, price dan place saja yang jadi perhatian pihak sekolah juga memperhatikan bukti fisik (*physical evidence*) yang berupa fasilitas-fasilitas baik itu sarana ataupun prasarana agar tak hanya terlihat cantik di brosur namun juga terbukti dalam kenyataannya, hal ini terlihat dari hampir setiap tahun SMP Sunan Giri melakukan Perbaikan-perbaikan. Dan yang tak kalah penting adalah orang-orang (*peoples*) juga harus memberikan

pelayanan yang baik, untuk mewujudkan *good service* para warga sekolah berusaha untuk membudayakan 5 S (senyum,sapa,salam,sopan dan santun).

2. Keputusan Konsumen Dalam Memilih Sekolah Menengah Pertama

Data mengenai keputusan konsumen ini penulis dapatkan dari wawancara dengan peserta didik sebanyak 21 orang yang penulis ambil dari kelas XI yang bukan bagian dari sampel yang penulis ambil untuk pengisian kuesioner.

Dari beberapa wawancara dengan para narasumber rata-rata menjawab dengan jawaban yang sama bahwasannya memutuskan untuk memilih SMP Sunan Giri karena tertarik dengan kualitas SMP Sunan giri baik dari segi lulusannya yang banyak diterima di SMA ataupun MA unggulan,banyaknya prestasi akademik ataupun non akademik yang diraih, tempatnya yang strategis ataupun gedung dan fasilitas yang memadai.keputusan itu dibuat oleh peserta didik yang bersangkutan setelah melalui proses diskusi dan beberapa pertimbangan dengan para orang tua peserta didik tersebut.

Namun ada satu peserta didik yang menjawab bahwa dia memilih SMP sunan Giri karena orang tuanya dulu merupakan alumni SMP Sunan Giri.

C. Uji validitas dan realibilitas

1. Uji validitas

Uji validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Hasil uji validitas dapat diketahui dengan adanya ketentuan sebagai berikut:

- Nilai r hitung $>$ nilai r tabel maka dinyatakan valid.
- Nilai r hitung $<$ nilai r tabel maka dinyatakan tidak valid.
- Nilai r tabel dengan nilai $df=n-2$, $df=255-2=253$, jadi N 253; pada signifikansi 5% maka diketahui r tabel adalah 0,138. Sehingga, apabila r hitung $>$ 0,138 makadinyatakan valid.

Berikut dapat disajikan hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas implementasi *Marketing Mix* (variabel X)

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0,341	0,138	Valid
X2	0,145	0,138	Valid
X3	0,402	0,138	Valid
X4	0,412	0,138	Valid

X5	0,722	0,138	Valid
X6	0,732	0,138	Valid
X7	0,662	0,138	Valid
X8	0,545	0,138	Valid
X9	0,350	0,138	Valid
X10	0,417	0,138	Valid
X11	0,341	0,138	Valid
X12	0,416	0,138	Valid
X13	0,412	0,138	Valid
X14	0,654	0,138	Valid
X15	0,402	0,138	Valid
X16	0,732	0,138	Valid
X17	0,416	0,138	Valid
X18	0,412	0,138	Valid

Y8	0,512	0,138	Valid
Y9	0,222	0,138	Valid
Y10	0,255	0,138	Valid

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan yang berjumlah 10 butir memiliki nilai r hitung $>$ nilai r tabel maka dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Nilai cronbach alpha $>$ 0,6 menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur suatu variabel tersebut adalah reliabel. Sebaliknya, nilai cronbach alpha $<$ 0,6 menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur variabel tidak reliabel. Berikut disajikan nilai cronbach alpha untuk kedua variabel penelitian.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas implementasi marketing Mix (X) dan Keputusan Konsumen (Y)

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Strategi <i>Marketing Mix</i>	0,773	Reliable
Keputusan konsumen	0,620	Reliable

D. Penyajian data kuesioner

Penyajian data merupakan bagian yang sangat penting untuk proses penelitian. Data yang sudah diperoleh dari hasil angket atau kuesioner perlu untuk disajikan sebelum diolah atau dianalisis.

1. Penyajian Data Tentang Implementasi Marketing Mix Berdasarkan Kuesioner

Data yang peneliti sajikan dalam bagian ini adalah data mengenai Strategi *Marketing Mix* yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Sebelum data dianalisis maka terlebih dahulu peneliti sajikan daftar hasil sementara kuesioner dengan dirinci persoaal sebagaimana berikut:

Tabel 4.7
Soal 1 SMP Sunan Giri telah terakreditasi dengan nilai yang baik

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	Frekuensi	%
Sangat Setuju	255	245	96
Setuju		10	4
Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 1 SMP Sunan Giri telah terakreditasi dengan nilai yang baik, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 245 responden, yang menjawab S adalah 10 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.8
Soal 2 SMP Sunan Giri memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	240	94
Setuju		15	6
Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 2 SMP Sunan Giri memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 240 responden, yang menjawab S adalah 15 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.9
Soal 3 Siswa-siswi SMP Sunan Giri banyak menjuarai berbagai kompetisi baik akademik ataupun non akademik

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	Frekuensi	%
Sangat Setuju	255	230	90
Setuju		25	10
Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 3 Siswa-siswi SMP Sunan Giri banyak menjuarai berbagai kompetisi baik akademik ataupun non akademik, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 230 responden, yang menjawab S adalah 25 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.10
Soal 4 SMP Sunan Giri memberikan pelayanan yang baik

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	Frekuensi	%
Sangat Setuju	255	175	69
Setuju		80	31

Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 4 SMP Sunan Giri memberikan pelayanan yang baik, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 175 responden, yang menjawab S adalah 80 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.11
Soal 5 Uang SPP sesuai dengan fasilitas yang diberikan

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	135	53
Setuju		120	47
Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor Uang SPP sesuai dengan fasilitas yang diberikan, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS

adalah 135 responden, yang menjawab S adalah 120 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.12
Soal 6 anda SMP Sunan Giri menyebarkan informasi melalui media internet

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	120	47
Setuju		125	49
Tidak Setuju		8	3
Sangat tidak setuju		2	1
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 6 SMP Sunan Giri menyebarkan informasi melalui media internet, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 120 responden, yang menjawab S adalah 125 responden, dan yang menjawab TS 8 responden sedang yang menjawab STS 2 orang.

Tabel 4.13
Soal 7 SMP Sunan Giri memiliki banyak peminat

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	Frekuensi	%

Sangat Setuju	255	80	69
Setuju		175	31
Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 7 SMP Sunan Giri memiliki banyak peminat, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 80 responden, yang menjawab S adalah 175 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.14
Soal 8 SMP Sunan Giri selalu menyebar brosur untuk promosi

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	80	31
Setuju		100	39
Tidak Setuju		30	12
Sangat tidak setuju		45	18

Jumlah	255	100
--------	-----	-----

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 8 SMP Sunan Giri selalu menyebar brosur untuk promosi, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 80 responden, yang menjawab S adalah 100 responden, dan yang menjawab TS 30 responden sedang yang menjawab STS 45 orang.

Tabel 4.15
Soal 9 SMP Sunan Giri menggunakan spanduk dan kalender untuk promosi

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	90	35
Setuju		100	39
Tidak Setuju		40	16
Sangat tidak setuju		25	10
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 9 SMP Sunan Giri menggunakan spanduk dan kalender untuk promosi, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 90 responden, yang menjawab S adalah 100

Sangat Setuju	255	245	96
Setuju		10	4
Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 11 SMP Sunan Giri Karena lokasi mudah dilihat dari tepi jalan, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 245 responden, yang menjawab S adalah 10 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.18
Soal 12 SMP Sunan Giri memiliki lahan parkir yang luas

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	220	86
Setuju		30	12
Tidak Setuju		3	1
Sangat tidak setuju		2	1

Soal 14 Staff di SMP Sunan Giri memiliki kompetensi profesional

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	150	59
Setuju		105	41
Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 14 Staff SMP Sunan Giri memiliki kompetensi profesional, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 150 responden, yang menjawab S adalah 105 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.21

Soal 15 tenaga pengajar di SMP Sunan Giri memiliki kompetensi profesional

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	230	90
Setuju		25	10

Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 15 tenaga pengajar di SMP Sunan Giri memiliki kompetensi profesional, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 230 responden, yang menjawab S adalah 25 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.22
Soal 16 SMP Sunan Giri memiliki gedung yang layak

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	120	47
Setuju		125	49
Tidak Setuju		8	3
Sangat tidak setuju		2	1
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 16 SMP Sunan Giri memiliki gedung yang layak, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS

adalah 120 responden, yang menjawab S adalah 125 responden, dan yang menjawab TS 8 responden sedang yang menjawab STS 2 orang.

Tabel 4.23
Soal 17 SMP Sunan Giri memiliki ruang kelas dan sarana pembelajaran yang layak

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	175	69
Setuju		80	31
Tidak Setuju		-	-
Sangat tidak setuju		-	-
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 17 SMP Sunan Giri memiliki ruang kelas dan sarana pembelajaran yang layak, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 175 responden, yang menjawab S adalah 80 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.24
Soal 18 SMP Sunan Giri memiliki perpustakaan dengan buku yang lengkap

Jawaban	N	frekuensi	%
----------------	----------	------------------	----------

Sangat tidak setuju		-	
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 2 responden memilih SMP Sunan Giri karena karena letaknya strategis, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 245 orang, yang menjawab S adalah 100 orang, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.27
Soal 3 anda memilih SMP Sunan Giri karena biayanya terjangkau dan Sesuai fasilitas

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	135	53
Setuju		120	47
Tidak Setuju		-	
Sangat tidak setuju		-	
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 3 responden memilih SMP Sunan Giri karena karena biayanya terjangkau dan Sesuai fasilitas, dapat dijelaskan bahwa

dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 135 orang, yang menjawab S adalah 120 orang, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.28

Soal 4 anda memilih SMP Sunan Giri karena pelayanannya bagus

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	230	90
Setuju		25	10
Tidak Setuju		-	
Sangat tidak setuju		-	
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 4 responden memilih SMP Sunan Giri karena karena pelayanannya bagus, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 230 orang, yang menjawab S adalah 25 orang, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.29
Soal 5 anda memilih SMP Sunan Giri karena memiliki banyak prestasi akademik

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
--------------------	-----------------------	-----------	---

Sangat Setuju	255	80	69
Setuju		175	31
Tidak Setuju		-	
Sangat tidak setuju		-	
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 5 responden memilih SMP Sunan Giri karena karena memiliki banyak prestasi akademik , dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 80 orang, yang menjawab S adalah 175 orang, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.30
Soal 6 anda memilih SMP Sunan Giri karena memiliki sarana dan prasarana yang memadai

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	175	69
Setuju		80	31
Tidak Setuju		-	
Sangat tidak setuju		-	

Jumlah	255	100
--------	-----	-----

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 6 responden memilih SMP Sunan Giri karena karena memiliki memiliki sarana dan prasarana yang memadai, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 175 orang, yang menjawab S adalah 80 orang, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.31
Soal 7 anda memilih SMP Sunan Giri karena memiliki tenaga pendidik dan kependidikan yang profesional

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	235	92
Setuju		20	8
Tidak Setuju		-	
Sangat tidak setuju		-	
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 7 responden memilih SMP Sunan Giri karena karena memiliki memiliki tenaga pendidik dan kependidikan yang profesional , dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 235 orang, yang menjawab S adalah 20 orang, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.32
Soal 8 anda memilih SMP Sunan Giri dengan kecermatan memilih

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	230	90
Setuju		25	10
Tidak Setuju		-	
Sangat tidak setuju		-	
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 8 responden memilih SMP Sunan Giri karena kecermatan memilih , dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 230 orang, yang menjawab S adalah 25 orang, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.33
Soal 9 anda sudah cukup puas dengan kualitas jasa yang diberikan SMP Sunan Giri

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	240	96

Setuju		15	4
Tidak Setuju		-	
Sangat tidak setuju		-	
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 9 responden sudah cukup puas dengan kualitas jasa yang diberikan SMP Sunan Giri, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 240 responden, yang menjawab S adalah 15 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

Tabel 4.34

Soal 10 anda akan merekomendasikan SMP Sunan Giri Kepada orang lain

Jawaban Alternatif	N (Jumlah Sampel)	frekuensi	%
Sangat Setuju	255	150	59
Setuju		105	41
Tidak Setuju		-	
Sangat tidak setuju		-	
Jumlah		255	100

Pada pertanyaan tabel dengan soal nomor 10 responden akan merekomendasikan SMP Sunan Giri kepada orang lain, dapat dijelaskan bahwa dari 255 responden, yang menjawab SS adalah 240 responden, yang menjawab S adalah 15 responden, dan yang menjawab TS dan STS 0.

E. Analisis data

1. Analisis strategi marketing mix di SMP Sunan Giri

Skor skala penerapan terdiri dari 18 pertanyaan dengan 4 pilihan jawaban dari 1 sampai dengan 4 (sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju). Adapun penilaiannya yaitu skor terendah $1 \times 25 = 25$ dan skor tertinggi $4 \times 25 = 100$, sedangkan untuk memperoleh rentang nilainya adalah dengan cara skor tertinggi dikurangi skor terendah. Lalu dibagi 4 kategori kemudian hasilnya dijumlahkan dengan angka rentang nilai berikutnya.

Berikut penulis paparkan skor penilaian strategi Marketing Mix di SMP Sunan Giri beserta hasil deskriptif statistic berdasarkan penghitungan statistical package for social science (SPSS) for windows versi 22.

Tabel 4.34
Standar Skor penilaian strategi Marketing Mix di SMP Sunan Giri

No	Kategori	Skor
1	Sangat rendah	Kurang dari 0,20
2	Rendah	0,20-0,35

3	Tinggi	0,35-0,65
4	Sangat tinggi	0,65-100

Tabel 4.35
Descriptive statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.deviation
Marketing Mix	255	56.00	76.00	69.9	4.0483
Keputusan konsumen	255	28.00	40.00	37.1	2.0518
Valid N (listwise)	255				

Berdasarkan hasil angket yang telah penulis sebarakan, diketahui jumlah item pertanyaan sebanyak 18 dengan nilai rata rata (mean) 69,9 dan standart deviasi sebesar 4.0483 Merujuk pada kategori skor penilaian strategi *Marketing Mix* maka, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi *Marketing Mix* di SMP Sunan Giri Menganti Gresik tergolong sangat baik.

2. Analisis Keputusan Konsumen dalam memilih Sekolah Menengah pertama di SMP Sunan Giri Menganti

Skor skala penerapan terdiri dari 10 pertanyaan dengan 4 pilihan jawaban dari 1 sampai dengan 4 (sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju). Adapun penilaiannya yaitu skor terendah $1 \times 25 = 25$ dan skor tertinggi $4 \times 25 = 100$, sedangkan untuk memperoleh rentang nilainya adalah dengan

cara skor tertinggi dikurangi skor terendah. Lalu dibagi 4 kategori kemudian hasilnya dijumlahkan dengan angka rentang nilai berikutnya.

Berikut penulis paparkan skor penilaian keputusan konsumen dalam memilih sekolah menengah pertama di SMP Sunan Giri beserta hasil deskriptif statistic berdasarkan penghitungan statistical package for social science (SPSS) for windows versi 22.

Tabel 4.36
Standar Skor penilaian keputusan konsumen di SMP Sunan Giri

No	Kategori	Skor
1	Sangat rendah	Kurang dari 0,20
2	Rendah	0,20-0,35
3	Tinggi	0,35-0,65
4	Sangat tinggi	0,65-100

Tabel 4.37
Descriptive statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.deviation
Marketing Mix	255	56.00	76.00	69.9	4.0483
Keputusan konsumen	255	28.00	40.00	37.1	2.0518
Valid N	255				

(listwise)					
-------------	--	--	--	--	--

Berdasarkan hasil angket yang telah penulis sebarakan, diketahui jumlah item pertanyaan sebanyak 10 dengan nilai rata rata (mean) 37,1 dan standart deviasi sebesar 2.0518, Merujuk pada kategori skor penilaian keputusan konsumen dalam memilih sekolah menengah pertama di SMP Sunan Giri Menganti, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen berdasarkan penerapan strategi *Marketing Mix* di SMP Sunan Giri Menganti Gresik tergolong cukup baik.

3. Analisis hubungan strategi *Marketing Mix* dengan keputusan konsumen dalam memilih sekolah menengah pertama di SMP Sunan Giri Menganti Gresik

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment bivariete pearson* untuk mengetahui strategi *Marketing Mix* dengan keputusan konsumen dalam memilih sekolah menengah pertama. Analisis korelasi Product Moment menunjukkan seberapa besar hubungan strategi *Marketing Mix* dengan keputusan konsumen dalam memilih sekolah menengah pertama.

Nilai korelasi (r) berkisar antara -1 sampai 1, jika nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua ariabel semakin kuat. Sebaliknya jika mendekati 0 berarti hubungan antara dua Variabel semakin lemah.

Menurut Sugiyono pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.38
Kriteria penilaian korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel dalam hal ini Strategi Marketing Mix dan keputusan konsumen dalam memilih sekolah menengah pertama penulis menggunakan *Statistical package for social science* (SPSS) for windows Versi 22 dengan analisa *Product moment bivariete pearson*. Berikut ini hasil uji hipotesis variabel strategi marketing Mix dengan Keputusan konsumen :

Tabel 4.39
Hasil uji korelasi product moment dengan menggunakan SPSS versi 22

	Marketing	Keputusan
--	-----------	-----------

		Mix	konsumen
Marketing Mix	Pearson Correlation	1	0.928
	Sig. (2 – tailed)		0.000
	N	255	255
Keputusan konsumen	Pearson Correlation	0.928	1
	Sig. (2 – tailed)	0.000	
	N	255	255

Berdasarkan kaidah correlations, jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, namun jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan hasil perhitungan Product Moment diketahui bahwa terdapat hubungan antara strategi Marketing Mix dengan Keputusan konsumen dalam memilih Sekolah menengah pertama di SMP Sunan Giri Menganti. Hal ini ditunjukkan dengan hasil signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan antara strategi Marketing Mix dengan Keputusan konsumen dalam memilih Sekolah menengah pertama di SMP Sunan Giri Menganti (H_a) diterima.

Hasil uji analisis Product Moment pada tabel Output didapatkan bahwa nilai Sig (2-tailed) = 0,000. Karena nilai sig (2-tailed) $< 0,05$ pada table r product moment dengan taraf 5% nilai 0,138 maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara strategi Marketing Mix dengan Keputusan konsumen dalam memilih Sekolah menengah pertama di SMP Sunan Giri Menganti.

Untuk melihat seberapa kuat hubungannya dapat dilihat dari nilai Pearson Correlation yaitu $r = 0,928$ jika dibandingkan dengan table interpretasi koefisien korelasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan hubungannya sangat kuat dan hubungan antara variabel strategi Marketing Mix dengan Keputusan konsumen dalam memilih Sekolah menengah pertama di SMP Sunan Giri Menganti searah. Maka semakin tinggi nilai pengelolaan strategi Marketing Mix akan semakin tinggi pula Keputusan konsumen.

Pada tabel juga terlihat bahwa arah korelasi menunjukkan arah positif. Hal ini dibuktikan dengan tidak adanya tanda negative (-) didepan angka 0,928 pada tampilan output, artinya bahwa korelasi memiliki pola positif atau searah. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik implementasi strategi Marketing Mix maka semakin tinggi pula tingkat keputusan konsumen dalam memilih Sekolah menengah pertama di SMP Sunan Giri Menganti . Begitu juga sebaliknya semakin negative atau buruk kualitas implementasi strategi Marketing Mix maka semakin rendah tingkat keputusan konsumen dalam memilih Sekolah menengah pertama di SMP Sunan Giri Menganti.