

**PENGARUH *BRANDING*, *QUALITY SERVICE*, dan
SATISFACTION TERHADAP MINAT SISWA SMK SWASTA
DI KECAMATAN BEKASI UTARA**

TESIS

**Oleh :
Musaropah
2018 2015 1012**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh *Branding*, *Quality Service*, dan
Satisfaction Terhadap Minat Siswa di SMK
Swasta Kecamatan Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Musaropah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201820151012

Program Studi/Fakultas : Magister Manajemen/Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 05 Februari 2021

Jakarta, 15 Februari 2021

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Tri Widyastuti, S.E., Ak., M.M

NIDN : 0323036401

Penguji I : Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M

NIDN : 0316066201

Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untary, S.E., M.M., M.B.A., CRA

NIDN : 0309048102

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Magister Manajemen

Dr. Faroman Syarif, S.E., M.M

NIDN: 0405095803

Dekan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP

NIDN: 0318107101

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : PENGARUH *BRANDING*, *QUALITY SERVICE*, dan
SATISFACTION TERHADAP MINAT SISWA SMK
SWASTA DI KECAMATAN BEKASI UTARA

Nama Mahasiswa : MUSAROPAH

Nomor Pokok Mahasiswa : 201820151012

Program Studi / Fakultas : Magister Manajemen/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Marketing

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 05 Februari 2021

Jakarta, 15 Februari 2021

MENYETUJUI:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Dhian Tyas Untari, SE., M.M., M.B.A., C.R.A
NIDN: 0309048102



Dr. Wastam Wahyu Hidayat, SE., M.M.
NIDN: 0412056705

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Tesis Yang Berjudul

“PENGARUH *BRANDING*, *QUALITY SERVICE*, dan *SATISFACTION* TERHADAP MINAT SISWA SMK SWASTA DI KECAMATAN BEKASI UTARA”.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 15 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Musaropah

201820151012

ABSTRAK

Musaropah 201820151012. Smk merupakan sekolah menengah kejuruan dengan memiliki program-program pelatihan kerja yang mencetak lulusan yang siap kerja dan dibutuhkan di dunia industry. Berdasarkan data jumlah siswa dari tahun 2015 – 2019 penyebaran siswa yang terdaftar di 16 sekolah tersebut tidak merata, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor yang mempengaruhi minat siswa dalam melanjutkan ke SMK Swasta dengan menggunakan 3 variabel yaitu branding, quality service, dan satisfaction menggunakan spss dengan uji analisa asumsi klasik, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 orang siswa yang diambil sampel secara random dengan proporsi 7 responden setiap sekolah mendapatkan hasil perhitungan analisa validitas dari ketiga variable tersebut $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dikatakan kuisioner tersebut valid. Uji reliabilitas mendapatkan hasil branding, quality service, satisfaction, dan minat siswa > 0.6 sehingga dikatakan penelitian ini reliable. Hasil dari penelitian ini bahwa dengan melakukan uji t variabel bebas Branding secara parsial, tidak memiliki pengaruh terhadap Minat, variabel bebas Quality Service secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat siswa, variabel bebas Satisfaction secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat siswa.. Hasil uji F ketiga variable tersebut berpengaruh secara signifikan dan hasil dari R square yaitu 0.117 hal ini menunjukkan bahwa branding, quality service, dan satisfaction sebesar 11.7% terhadap minat siswa, sedangkan sisanya 88.3% di pengaruhi variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

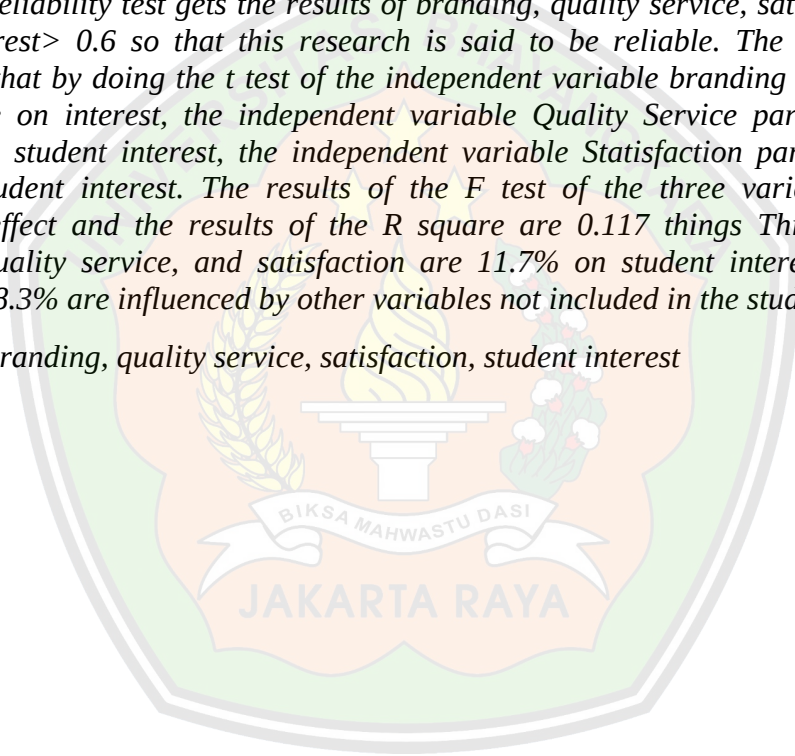
Kata kunci : branding, quality service, satisfaction, minat siswa



ABSTRACT

Musaropah 201820151012. Smk is a vocational high school with job training programs that produce graduates who are ready to work and are needed in the industrial world. Based on data on the number of students from 2015 - 2019, the distribution of students enrolled in the 16 schools was uneven, the purpose of this study was to determine the factors that influence student interest in continuing to private vocational schools using 3 variables, namely branding, quality service, and satisfaction using SSS. with the classical assumption analysis test, t test, f test, and the coefficient of determination. Respondents used in this study were 100 students who were sampled randomly with the proportion of 7 respondents in each school getting the results of the calculation of the validity analysis of the three variables $r_{count} > r_{table}$ so it was said the questionnaire was valid. Reliability test gets the results of branding, quality service, satisfaction, and student interest > 0.6 so that this research is said to be reliable. The result of this research is that by doing the t test of the independent variable branding partially. has no influence on interest, the independent variable Quality Service partially has an influence on student interest, the independent variable Satisfaction partially has no effect on student interest. The results of the F test of the three variables have a significant effect and the results of the R square are 0.117 things This shows that branding, quality service, and satisfaction are 11.7% on student interest, while the remaining 88.3% are influenced by other variables not included in the study.

Keywords: branding, quality service, satisfaction, student interest



KATA PENGANTAR

Puji syukur Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dalam menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh *Branding, Quality Service*, dan *Satisfaction Terhadap Minat Siswa SMK Swasta di Kecamatan Bekasi Utara* ” Penulisan ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna menyelesaikan program studi pascasarjana Magister Manajemen pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.

Didalam penulisan ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari pihak yang telah rela meluangkan waktu, tenaga dan pikiran demi tersusunnya tesis ini. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, peneliti kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, SH.,MM, Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M Selaku ketua kaprodi Magister Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan, bimbingan pertanyaan, support, dan pengarahan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan, bimbingan pertanyaan, support, dan pengarahan dalam penyelesaian tesis ini.
6. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan dorongan semangat terkhusus suami tercinta, anak tercinta, orang tua, mertua, adik-adik tercinta dan tersayang
7. Rekan-rekan Mahasiswa dan Mahasiswi Magister Management angkatan 46 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
8. Kepala sekolah SMK Swasta di Kecamatan Bekasi Utara yang sudah bersedia membantu guna kelancaran dalam penelitian.

9. Pihak-pihak lain yang terkait dalam penulisan proposal tesis ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari masih banyak keterbatasan pada susunan tesis ini, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan demi perbaikan penulisan penelitian dikemudian hari. Namun demikian, peneliti tetap berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan.



Bekasi, 02 Februari 2021

Peneliti

Musaropah

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Faktor – Faktor Pemasaran	7
2.2 Pemasaran Jasa Pendidikan	9
2.3 Pengertian <i>Brand</i>	10
2.3.1. <i>Brand Matriks</i>	11
2.3.2 <i>Brand Scorecard</i>	11
2.3.3. <i>Brand Positioning and Value Creation</i>	12

2.4 Definisi <i>Branding</i>	12
2.4.1. <i>Strategi Branding</i>	14
2.4.2. <i>Proses Branding</i>	15
2.5 Dimensi <i>Branding</i>	16
2.6 <i>Quality Service</i>	19
2.6.1. <i>Strategi Quality Service</i>	20
2.7. <i>Dimensi Quality Service</i>	21
2.7.1. <i>The Reliability Dimension</i>	22
2.7.2. <i>The Responsiveness Dimension</i>	23
2.7.3. <i>The Assurance Dimension</i>	24
2.7.4. <i>The Empathy Dimension</i>	24
2.7.5. <i>The Tangibles Dimension</i>	25
2.7.6. <i>The Ease-Of-Use Dimension</i>	25
2.8. <i>Satisfacation</i>	27
2.8.1. <i>Elemen Kepuasan</i>	28
2.9. <i>Minat Siswa</i>	30
2.9.1. <i>Dimensi Minat Siswa</i>	31
2.10. <i>Hasil Penelitian Yang Relavan</i>	32
2.11. <i>Kerangka Berpikir</i>	34
2.11.1 <i>Hipotesa Penelitian</i>	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 <i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	36
3.2 <i>Metode dan Desain Penelitian</i>	37
3.2.1 <i>Metode penelitian</i>	37
3.3 <i>Desain Penelitian</i>	37

3.3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.4	Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1.	Populasi	40
3.4.2.	Sampel	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1	Wawancara	43
3.5.2	Angket (Kuisisioner)	43
3.6	Instrumen Penelitian	43
3.6.1	Skala Penelitian	43
3.7.	Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1.	Uji Validitas.....	45
3.7.2.	Uji Realibilitas	46
3.7.3.	Uji Normalitas	46
3.7.4.	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	47
3.7.5.	Uji Multikolinearitas	47
3.7.6.	Uji Hipotesis	48
3.7.8.	Uji T (Uji Parsial)	48
3.7.9.	Uji F.....	48
3.8.0	Koefisien Determinasi (R ²)	49
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Subyek Penelitian	51
4.2	Hasil Analisis Data	51
4.2.1	Uji Validitas	51
4.2.2	Uji Reliabilitas	58
4.3	Hasil Uji Normalitas	59
4.4	Hasil Uji Multikolinearitas	60
4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
4.6	Analisis Linear Berganda	62
4.7	Uji T	62
4.8	Uji F	64

4.9 Hasil Uji R^2	65
4.10 Pembahasan	65
4.10.1. Variabel Branding (X1) Terhadap Minat Siswa (Y)	65
4.10.2. Variabel Quality Service X2 Terhadap Minat Siswa	66
4.10.3. Uji Satisfacation (X3) Terhadap Minat Siswa (Y)	66
4.10.4. Uji Branding X1, Quality Service X2, dan Satisfacation X3 Terhadap Minat Siswa (X3)	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	81



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Jumlah Siswa SMA tahun 2015-2019.....	2
Gambar 1.2 Grafik Jumlah Siswa SMK Swasta tahun 2015-2019	3
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Membangun Ekuitas Merk.....	16
Gambar 2.2 Dimensi Merk	16
Gambar 2.3 Rantai Keuntungan	20
Gambar 2.4 Kerangka Penelitian.....	34
Gambar 3.1 Rumus Slovin	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedisitas	61



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan	32
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel.....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4.2 Kelas <i>Responden</i>	50
Tabel 4.3 Perhitungan <i>pre test Branding</i>	52
Tabel 4.4 Perhitungan <i>Branding</i>	52
Tabel 4.5 Perhitungan <i>pre test Quality Service</i>	53
Tabel 4.6 Perhitungan <i>Quality Service</i>	54
Tabel 4.7 Perhitungan <i>pre test Satisfaction</i>	55
Tabel 4.8 Perhitungan <i>Satisfaction</i>	56
Tabel 4.9 Perhitungan <i>pre test Minat Siswa</i>	56
Tabel 4.10 Perhitungan Minat Siswa.....	57
Tabel 4.11 <i>Pre test Uji Reliabilitas Variabel</i>	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas.....	60
Tabel 4.15 Analisis Linear Berganda	62
Tabel 4.16 Hasil Uji T	63
Tabel 4.17 Hasil Uji F	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65