



# Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Peserta Didik di Madrasah Aliyah Unggulan Darul Ulum Jombang

Endar Ristiah

Universitas KH. Abdul Chalim, Mojokerto, Indonesia

Alamat: Jalan Raya Tirtowening Jl. Raya Tirtowening Pacet No.17, Bendorejo, Bendunganjati, Kec. Pacet, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61374

Korespondensi penulis: [endar3me@gmail.com](mailto:endar3me@gmail.com)

**Abstract.** *Currently, competition in the world of education is increasing so rapidly that it cannot be avoided, both state and private educational institutions are competing to maintain their existence. The existence of educational institutions is characterized by high interest in new students. Efforts to attract new students by providing quality services and carrying out promotions. The research has independent variables, namely quality of service and promotion as well as the dependent variable interest in new students. This research method is quantitative with a causal associative approach. Respondents in this research were new students in class X of Madrasah Aliyah Unggulan Darul Ulum Jombang. The sampling technique used is Nonprobability Sampling. The data collection technique is by distributing questionnaires directly to respondents totaling 100 students. The results of this research show that service quality (X1) and promotion (X2) have a positive and significant effect on the interest of new students (Y) partially and simultaneously. The t test shows the coefficient value on the influence of X1 on Y, namely  $t_{count} > t_{table}$  ( $3.539 > 1.984$ ), then the coefficient value on the influence of The F test has a coefficient value  $F_{count} > F_{table}$  ( $46.022 > 3.09$ ).*

**Keywords:** *Service Quality, Promotion, Interest in Students.*

**Abstrak.** Masa ini persaingan dalam dunia pendidikan semakin pesat sehingga tidak dapat dihindari, baik lembaga pendidikan negeri maupun swasta bersaing untuk mempertahankan eksistensinya. Eksistensi lembaga pendidikan ditandai dengan tingginya minat peserta didik baru. Upaya untuk menarik minat peserta didik baru dengan memberikan pelayanan yang berkualitas serta melakukan promosi. Penelitian memiliki variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan promosi serta variabel dependen minat peserta didik. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Responden dalam penelitian ini adalah peserta didik baru kelas X Madrasah Aliyah Unggulan Darul Ulum Jombang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling*. Teknik pengumpulan datanya ialah dengan menyebarkan kuesioner langsung kepada responden yang berjumlah 100 peserta didik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat peserta didik baru (Y) secara parsial dan simultan. Uji t menunjukkan nilai koefisien pada pengaruh  $X_1$  terhadap Y yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,539 > 1,984$ ), kemudian nilai koefisien pada pengaruh  $X_2$  terhadap Y yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,728 > 1,984$ ). Adapun uji F memiliki nilai koefisien  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $46,022 > 3,09$ ).

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat Peserta Didik.

## 1. LATAR BELAKANG

Jumlah sekolah di Indonesia terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan jumlah sekolah mencapai 218.600 pada tahun ajaran 2021/2022, tahun 2022/2023 meningkat menjadi 399.376. Berdasarkan data tersebut tentunya akan berdampak pada pesatnya persaingan dalam dunia pendidikan yang tidak dapat dihindari.

Lembaga pendidikan dengan status swasta di Indonesia kerap dipandang sebelah mata oleh masyarakat. Banyak yang beranggapan bahwa lembaga pendidikan swasta tidak mampu bersaing dengan lembaga pendidikan negeri. Selain itu harga yang relatif lebih

mahal membuat masyarakat sedikit minat untuk bersekolah di lembaga pendidikan swasta. Namun berbeda halnya dengan di Jawa Timur. Jawa Timur memiliki 1.523 lembaga pendidikan sekolah menengah atas (SMA) dan sederajatnya, dengan 423 bestatus negeri dan 1.100 berstatus swasta. Artinya lembaga pendidikan swasta di Jawa Timur mampu bersaing dengan lembaga pendidikan negeri dan berhasil mengubah *mindset* masyarakat bahwa lembaga pendidikan swasta juga bagus dan dapat dipercaya untuk mewujudkan harapan masyarakat. Kendati demikian setiap lembaga pendidikan baik negeri maupun swasta tidak dapat terhindar dari yang namanya persaingan untuk menarik minat masyarakat.

Minat adalah rasa gairah atau keinginan dan kecenderungan hati terhadap sesuatu. Minat mengarahkan tindakan seseorang pada suatu tujuan dan merupakan dorongan dalam mengambil keputusan (Warsah dan Daheri 2021). Minat peserta didik didefinisikan sebagai ketertarikan peserta didik pada lembaga pendidikan tanpa adanya perasaan terpaksa untuk mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya sesuai dengan tahap perkembangannya (Mahbub dan Zen 2020). Setiap lembaga pendidikan yaitu sekolah atau madrasah berlomba-lomba dalam menarik perhatian masyarakat agar berminat mendaftarkan diri menjadi peserta didik di lembaganya.

Lembaga pendidikan merupakan industri yang bergerak dibidang jasa atau pelayanan. Pelayanan yang di berikan berupa fasilitas kepada konsumen dalam bentuk mendidik, mengajar, membimbing, dan lain sebagainya. Masa kini masyarakat telah sadar akan pentingnya pendidikan, sehingga para orang tua sangat selektif dalam memilih lembaga pendidikan yang berkualitas untuk putra putrinya.

Mutu atau kualitas menjadi sebuah tolak ukur lembaga pendidikan untuk dapat dipercaya dalam memenuhi harapan pelanggan dan mampu bersaing dengan lembaga lainnya. Mutu atau kualitas memiliki andil besar untuk membangun reputasi dan citra positif hingga mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen yang kemudian tertarik untuk menggunakan jasanya. Hal penting karena dengan begitu lembaga bisa bertahan dalam kompetisi global dan menunjukkan eksistensinya. Eksistensi lembaga pendidikan ditandai dengan jumlah peserta didik yang terus meningkat setiap tahunnya.

Kualitas pelayanan selalu dikaitkan dengan kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat diukur dengan membandingkan dua faktor utama, yaitu persepsi konsumen atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Pelayanan dikatakan berkualitas apabila apa yang diterima lebih dari apa yang diharapkan, namun jika sebaliknya maka pelayanan tersebut tidak berkualitas, dan apabila pelayanan yang diberikan sama dengan harapan maka pelayanan tersebut memuaskan (Ratnasari dan Aksa 2016).

Selain kualitas pelayanan, promosi juga dapat dilakukan untuk menarik minat peserta didik. Promosi merupakan bentuk komunikasi di dalam bidang pemasaran yang tidak hanya berfokus memperkenalkan produk, tetapi juga mempengaruhi konsumen agar mau membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Promosi adalah upaya yang dilakukan untuk merangsang pembelian produk atau menambah jumlah pembelian (Karela 2020), oleh karena itu promosi merupakan upaya yang tepat untuk memasarkan serta mensosialisasikan suatu lembaga pendidikan sehingga dapat diterima.

Madrasah Aliyah Unggulan Darul ‘Ulum (MAU DU) merupakan salah satu sekolah di Jombang Jawa Timur yang sangat diminati. Peminatnya sangat beragam, tidak hanya dari pulau jawa (Jawa Timur) saja melainkan juga luar Jawa Timur seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, Madura, Kalimantan, Jakarta, dan lainnya. Peminat Madrasah Aliyah Unggulan Darul ‘Ulum (MAU DU) terus meningkat setiap tahunnya. Terjadi penurunan pada tahun 2023 namun tidak signifikan. Berikut rekapitulasi jumlah peserta didik 4 tahun terakhir:



**Gambar 1.** Daftar Peserta Didik di MAU DU Jombang

MAU DU merupakan lembaga pendidikan modern yang mampu menghadapi arus globalisasi tanpa meninggalkan budaya warisan para ulama' yaitu keilmuan agama islam. Sehingga peserta didik dapat menyeimbangkan antara ilmu umum dan ilmu agama. Kolaborasi antara asrama dan madrasah memberi waktu yang sangat cukup untuk mencetak putra putri MAU DU. Pelayanan yang diberikan siap siaga untuk peserta didik selama 24 jam. MAU DU menyediakan pembimbing wali kelas diniyah, wali kelas formal dan wali asrama, sehingga orang tua tidak perlu khawatir untuk meninggalkan putra putrinya di asrama.

MAU DU memberikan fasilitas lengkap untuk menunjang proses belajar mengajar. MAU DU memiliki program unggulan yaitu tahfidz qur'an, kajian kitab kuning, penguasaan bahasa arab dan bahasa inggris serta penelitian dibidang islam, sains dan sosial. MAU DU

juga memberikan pengayaan atau pelajaran tambahan untuk persiapan siswa yang mengikuti lomba dan bimbingan persiapan tes masuk perguruan tinggi dalam negeri maupun luar negeri. Berdasarkan pelayanan tersebut masyarakat sangat antusias untuk mendaftarkan diri ke MAU DU.

Upaya lainnya yang dilakukan oleh MAU DU untuk menarik minat peserta didik yaitu melalui promosi. Strategi promosi yang dilakukan MAU DU melalui dua jalur yaitu *pertama* promosi secara langsung, dengan menjalin hubungan silaturahmi yang baik dengan para alumni sehingga para alumni dengan kepercayaan, kesan-kesan positif para alumni selama menimba ilmu di MAU DU dapat membantu promosi yang dilakukan oleh madrasah. Selain itu juga upaya promosi langsung yang dilakukan yaitu melalui kegiatan rutin baik mingguan maupun tahunan. Adapun kegiatan mingguan yang dilakukan ialah menugaskan peserta didik untuk menjadi muadzin, bilal, khatib dan imam sholat jum'at dari desa kedesa. Kegiatan rutin tahunan yaitu pada bulan ramadhan peserta didik juga menjadi imam sholat terawih di mushola-mushola sekitar pondok pesantren. Kegiatan tahunan lainnya yang sering dilakukan juga yaitu seperti perlombaan, memberikan pembelajaran praktikum laboratorium kepada peserta didik MTs sederajat, seminar, bazar murah dan sosialisasi ke beberapa sekolah MTs sederajat. *Kedua* promosi tidak langsung yaitu berupa promosi berbasis digital melalui media sosial (*WhatsApp, Instagram, Facebook dan Youtube, Website*), prestasi, lulusan yang berkualitas dan juga brosur berjalan. Brosur berjalan yang dimaksud yaitu dengan menyampaikan informasi terbaru terkait Aliyah Unggulan Darul 'Ulum (MAU DU) digrup para alumni serta menunjukkan produk MAU DU kepada masyarakat melalui kegiatan rutin di hari jum'at dan bulan ramadhan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut: 1) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat peserta didik di MAU DU Jombang?; 2) apakah promosi berpengaruh terhadap minat peserta didik di MAU DU Jombang?; 3) apakah kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat peserta didik di MAU DU Jombang?.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal, dimana pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh sebab akibat anatar dua variabel atau lebih sehingga membangun teori yang berfungsi untuk

menjelaskan, meramalkan atau mengontrol suatu gejala melalui uji hipotesis (Sugiyono 2019).

Lokasi penelitian berada di Madrasah Aliyah Unggulan Darul Ulum (MAU DU), tepatnya di Jl. Rejoso, Wonokerto Selatan, Peterongan, Kec. Jombang, Kab. Jombang, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan pada Desember 2023 – Maret 2024.

Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas atau variabel independen ialah variabel yang mempengaruhi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Berikut adalah variabel bebas dalam penelitian ini:

- a. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )
- b. Promosi ( $X_2$ )

Variabel terikat atau disebut juga dengan variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas (Sugiyono 2019). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini ialah minat peserta didik ( $Y$ ).

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan ialah dengan menyebarkan kuesioner. Instrumen penelitian menjadi alat bantu yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Skala likert menjadi metode pengukuran sikap, asumsi serta tindakan yang dapat di ambil yang terdiri dari 5 kategori jawaban, diantaranya ialah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Alternatif Instrumen Penelitian

<b>NO</b>	<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Disingkat</b>	<b>Bobot</b>
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Netral	N	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh peserta didik MAU DU Jombang khususnya kelas X dengan jumlah 268 peserta didik. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono 2019). Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Systematic random sampling*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut, kemudian dipilih berdasarkan nomor ganjil, genap saja ataupun kelipatan.

Berdasarkan jumlah populasi ukuran responden yang akan dijadikan sampel ialah sebanyak 100 responden, dan nilai interval ialah 2,68 dibulatkan menjadi 3. Berikut nomor sampel penelitian berdasarkan teknik *systematic random sampling*.

**Tabel 2. Sampel Penelitian**

Nomor urut Sampel				Sampel Terpilih			
1	26	51	76	3	78	153	228
2	27	52	77	6	81	156	231
3	28	53	78	9	84	159	234
4	29	54	79	12	87	162	237
5	30	55	80	15	90	165	240
6	31	56	81	18	93	168	243
7	32	57	82	21	96	171	246
8	33	58	83	24	99	174	249
9	34	59	84	27	102	177	252
10	35	60	85	30	105	180	255
11	36	61	86	33	108	183	258
12	37	62	87	36	111	186	261
13	38	63	88	39	114	189	264
14	39	64	89	42	117	192	267
15	40	65	90	45	120	195	168
16	41	66	91	48	123	198	171
17	42	67	92	51	126	201	174
18	43	68	93	54	129	204	177
19	44	69	94	57	132	207	180
20	45	70	95	60	135	210	183
21	46	71	96	63	138	213	186
22	47	72	97	66	141	216	189
23	48	73	98	69	144	219	192
24	49	74	99	72	147	222	195
25	50	75	100	75	150	225	198

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data yang telah tersedia dengan statistik dan digunakan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis (Sujarweni 2021). Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari uji instrumen, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **a. Hasil**

##### **1) Uji T (Pengujian Signifikansi Secara Parsial)**

Uji T dilakukan guna mengetahui apakah terdapat pengaruh antara tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti, dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Berikut kriteria uji T sebagai berikut:

- 2) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai sig.  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 3) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai sig.  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Maksudnya adalah tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 3.** Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,759	5,940		,801	,425
	Kualitas Pelayanan	,129	,037	,330	3,539	,001
	Promosi	,504	,107	,441	4,728	,000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan hasil uji t pada kualitas pelayanan menghasilkan  $t_{hitung}$  sebesar 3,539 dan signifikansi 0,001. Angka tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan syarat jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau sig  $< 0,05$  maka hipotesis pertama menjelaskan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) **diterima** dan hipotesis nol ( $H_0$ ) **ditolak**. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat peserta didik.

Hasil uji t pada variabel promosi memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,728 dengan nilai sig. 0,000. Nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan taraf signifikansi 0,05, sehingga jika merujuk pada syarat terkait hipotesis diperoleh jawaban atas hipotesis kedua bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) **diterima** dan hipotesis nol ( $H_0$ ) **ditolak**. Maksudnya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat peserta didik.

- 4) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1. Apabila nilai  $R^2$  kecil artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam memberika kontribusi terhadap variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  mendekati 1 itu mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki kontribusi atau yang besar terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,698 <sup>a</sup>	,487	,476	5,77017

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.12 diatas diperoleh output regresi menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,476, jika di persentasikan senilai 47,6%. Angka ini menunjukkan bahwa variasi dari minat peserta didik dapat dijelaskan oleh variasi dari masing-masing variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan promosi, sedangkan sisanya ( $100\% - 47,6\% = 51,3\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model ini.

5) Uji F (Pengujian Signifikansi Secara Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimaksud dalam penelitian ini memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen, dengan taraf signifikansi 5% atau setara dengan 0,05. Adapun kriteria dalam mengambil keputusan ialah sebagai berikut:

- a. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai sig.  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai sig.  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Maksudnya adalah tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Nilai  $t_{hitung}$  dan sig. didapatkan dari analisis regresi pada tabel *coefficients* 4.14 di bawah. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  diperoleh dari *degrees of freedom* (df) yang merujuk pada tabel titik kritis distribusi F dengan probabilitas 0,05, yaitu sebesar 3,09.

**Tabel 5.** Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3064,593	2	1532,297	46,022	,000 <sup>b</sup>
	Residual	3229,597	97	33,295		
	Total	6294,190	99			

a. Dependent Variable: Minat  
b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 46,022 dan sig. 0,000. Angka tersebut lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 dan sig. sebesar 0,05, sehingga jika merujuk pada syarat terkait hipotesis diperoleh jawaban atas hipotesis ketiga ini ialah bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) **diterima** dan hipotesis nol ( $H_0$ ) **ditolak**. Maksudnya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat peserta didik.

b. Pembahasan

Berikut ini peneliti dapat memaparkan pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan masing-masing variabel serta menjawab hipotesis penelitian yang dideskripsikan sebagai berikut:

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Peserta Didik

Berdasarkan hasil analisis (Uji T) diketahui terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat peserta didik di Madrasah Aliyah Unggulan Darul Ulum (MAU DU) Jombang sebesar 33% dan sisanya 67% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, dengan nilai t sebesar 3,539 dan sig. 0,001. Angka tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  yang nilainya sebesar 1,084 dan probabilitas  $\alpha$  yang ditetapkan ialah 0,05.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu komponen penting yang berperan dalam meningkatkan minat peserta didik. Kualitas pelayanan biasanya mengacu pada kemampuan madrasah dalam memberikan pelayanan yang sesuai serta dapat diterima sehingga dapat menimbulkan rasa puas. Mengukur kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan 5 dimensi yaitu *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) (Wirtz dan Lovelock 2016).

MAU DU mampu menunjukkan eksistensinya, dengan memberikan fasilitas sarana prasarana yang memadai untuk peserta didik, dapat memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya, memberikan pelayanan dengan segera (responsif), bersikap sopan dan santun serta menunjukkan perhatiannya kepada seluruh peserta didik tanpa membedakan antar peserta didik berdasarkan status sosialnya.

2) Pengaruh Promosi Terhadap Minat Peserta Didik

Promosi merupakan kegiatan terpenting dan berperan aktif dalam meningkatkan minat peserta didik. Istilah promosi diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dilakukan untuk mengarahkan seseorang

melakukan tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Maksudnya promosi tidak hanya kegiatan menyampaikan informasi melainkan juga membujuk, mempengaruhi, menciptakan kesan *image* serta mengingatkan pasar sehingga dapat meningkatkan minat pembelian. (Satriadi 2021)

Sesuai perkembangan zaman kegiatan promosi yang dilakukan oleh madrasah haruslah tepat, dengan mampu memanfaatkan media promosi baik itu melalui media cetak maupaun elektronik. Hal ini sejalan dengan teori Amstrong dan Kotler mengatakan kegiatan pemasaran membutuhkan strategi atau disebut juga dengan bauran promosi. Bauran promosi adalah komunikasi pemasaran yang terdiri dari *advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct and digital marketing* yang melibatkan pemasar dan konsumen berinteraksi secara aktif untuk membangun hubungan baik (Amstrong dan Kotler 2015).

Upaya promosi yang telah MAU DU lakukan ialah dengan melakukan *advertising*/periklanan melalui media cetak (brosur, billboard, spanduk serta stiker-stiker yang ditempel pada kendaraan-kendaraan milik madrasah) dan internet melalui media sosial seperti *WhatsApp, Instagram, Facebook, Youtube* dan *Website*. MAU DU juga melakukan promosi dengan memberikan beasiswa bagi peserta didik berprestasi yang memperoleh peringkat 1 dan 2 di kelas. Selain itu MAU DU juga melakukan sosialisasi kebeberapa sekolah serta sering mengadakan *event* untuk menarik minat calon peserta didik.

Berdasarkan interpretasi di atas dan hasil dari uji t menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap minat peserta didik baru di MAU DU Jombang sebesar 44,1% sedangkan sisanya 55,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini. Hasil uji t (parsial) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  4,728 dan sig. 0,00. Artinya semakin promosi yang digencarkan MAU DU maka semakin luas masyarakat yang mengetahui madrasah dan berminat untuk menjadi peserta didik di MAU DU Jombang.

### 3) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Peserta Didik

Penelitian ini menunjukkan *Output* dari uji F (simultan) pada variabel kualitas pelayanan dan promosi dengan minat peserta didik baru memiliki nilai koefisien  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $46,022 > 3,09$ . Selain itu juga nilai sig.  $< 0,05$ , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat peserta didik baru di Madrasah Darul Ulum Jombang. Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan kualitas

pelayanan dan promosi memiliki kontribusi dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MAU DU sebesar 47,6% dan sisanya 52,5 dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termaksud dalam penelitian ini.

Kualitas pelayanan yang baik saja tidak cukup untuk membuat madrasah dikenal/diminati banyak peserta didik, maka dari itu perlu didukung dengan promosi yang tepat. Apabila kualitas pelayanan dan promosi dilakukan secara bersama-sama maka hasilnya tepat seperti uji yang telah dilakukan yaitu dapat mempengaruhi timbulnya minat.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat peserta didik di MAU DU Jombang, maka dalam bab ini disimpulkan sebagai berikut:

- a. Peneliti menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat peserta didik di MAU DU Jombang. Kualitas pelayanan digambarkan responden penelitian tergolong bagus sehingga mampu menimbulkan minat. Pelayanan dalam dunia pendidikan merupakan produk dari lembaga itu sendiri, yang mana sifatnya tidak berwujud. Sehingga madrasah dituntut membuat pelayanan yang sifatnya tidak berwujud menjadi berwujud dan dapat dirasakan, melalui fasilitas fisik, keandalan, katanggapan, jaminan serta empati madrasah kepada peserta didik.
- b. Peneliti menemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat peserta didik di MAU DU Jombang. Promosi adalah faktor yang amat penting dalam meningkatkan minat peserta didik. Pasalnya promosi adalah alat komunikasi antara madrasah dengan konsumen. Melalui promosi madrasah dapat menyampaikan informasi, membujuk atau mempengaruhi pasar sasaran sehingga terjadi aktifitas pembelian. Komunikasi ini dilakukan dengan strategi khusus yaitu *advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct and digital marketing*.
- c. Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan promosi yang positif dan signifikan terhadap minat peserta didik di MAU DU Jombang. Artinya upaya yang dilakukan MAU DU Jombang untuk menarik minat peserta didik menggunakan kualitas pelayanan dan promosi telah maksimal. Cara ini sangat tepat, jika kualitas pelayanan dilakukan secara konsisten dan bersama-sama maka dapat meningkatkan minat peserta didik yang tinggi.

**DAFTAR REFERENSI**

- Amstrong, Gary, Philip Kotler, Valerie Trifts, and Lilly Anne Buchwitz. 2015. *Marketing An Introduction*. Kanada: Pearson Education.
- Karela, Felinda. 2020. Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra'tul Ulum Pacitan Lamingan.
- Mahbub, and Eva Husnia Zen. 2020. "Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik MAN 3 Banguwangi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darusalam (JMPID)* 02, no. 01:121.
- Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, and Dkk. 2021. "*Manajemen Pemasaran*". Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2021. *Metode Penelitian (Lengkap, Praktis Dan Mudah Dipahami)*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS,
- Warsah, Idi, and Mirzon Daheri. 2021 *Psikologi Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Tunas Gemilang Press.
- Wirtz, Jochen, and Christopher Lovelock. 2016. *Services Marketing (People, Technology, Strategy)*. Amerika Serikat: World Scientific Publishing Co. Inc.