

**EFEKTIVITAS PROMOSI PADA SEKOLAH MTS TERPADU
AN NUR BUUTS PALU DALAM MENINGKATKAN
MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU
PADA PASCA PANDEMI COVID-19**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarana Ekonomi
(S.E) Pada Jurusan Ekonomi Syariah (ESY) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
(FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh :

**Rahmat Hidayatullah
19.5.12.0016**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
TAHUN 2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penulis sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 14 April 2023 M

23 Ramadhan 1444 H

Penyusun,



Rahmat Hidayatullah

Nim. 19.5.12.0016

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal yang berjudul “Efektivitas Promosi Pada Sekolah MTS Terpadu An Nur Buuts Palu Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Pada Pasca Pandemi Covid-19” oleh mahasiswa atas NAMA : Rahmat Hidayatullah, NIM : 19.5.12.0016, Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan.

Palu, 14 April 2023 M

23 Ramadhan 1444 H

Pembimbing I



Nur Wanita. S.Ag., M.Ag.
NIP. 197606262007102008

Pembimbing II



Dede Arseyani Pratamasari. S.Si., M.Si.
NIP. 199012162019032014

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Rahmat Hidayatullah, NIM 19.5.12.0016 dengan judul **“Efektivitas Promosi Pada Sekolah MTS Terpadu An Nur Buuts Palu Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Pada Pasca Pandemi Covid-19”** yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 15 Mei 2023 M / 25 Syawal 1444 H, di pandang bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 23 Juni 2023 M

4 Dzulhijjah 1444 H

DEWAN PENGUJI

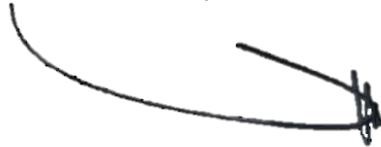
Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.	
Munaqisy 1	Dr. Sitti Musyahidah, M.Th.I.	
Munaqisy 2	Nurfitriani, S.EI., M.E.	
Pembimbing 1	Nur Wanita, S.Ag., M.Ag.	
Pembimbing 2	Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si., M.Si.	

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Hilal Malarangan. M.H.I.
NIP. 19650505 199903 1 002

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah


Nursyamsu, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19860507 201503 1 002

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Yang paling utama Penulis memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah Swt. karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan waktu yang tepat. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, Keluarga, Sahabat dan Pengikutnya yang setia hingga akhir zaman. Dalam menyelesaikan Skripsi ini Penulis tidak sedikit mengalami kesulitan dan hambatan. Namun berkat dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, akhirnya kesulitan-kesulitan tersebut dapat teratasi. Dengan demikian Penulis menyampaikan ucapan syukur. Semoga aktifitas kita bernilai ibadah. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyelesaikan studi maupun penyusunan Skripsi ini tentunya tidak mudah tanpa adanya dukungan dari berbagai Pihak. Olehnya itu, dengan rasa syukur dan ucapan syukron al-Hamdulillah kepada yang terhormat :

1. Semoga rahmat dan berkah Allah Swt senantiasa tercurah kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Abdul Malik Yahya S.Ag dan Ibunda Rohani, serta Kakak Marham dan Sri Wahyuni yang selama ini terus membersamai Penulis menjelang sarjana seperti sekarang ini.
2. Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor UIN Datokarama Palu beserta segenap unsur pimpinan, yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.

3. Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Ibu Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag selaku wakil Dekan bidang akademik dan kelembagaan. Bapak Drs. Sapruddin, M.H.I selaku wakil Dekan Bidang administrasi umum perencanaan dan keuangan. Dan Bapak Dr. Malkan, M.Ag selaku wakil dekan bidang kemahasiswaan, alumni dan kerjasama yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.
4. Nursyamsu, S.H.I., M.S.I selaku ketua jurusan ekonomi syariah. Bapak Noval., M.M selaku sekretaris jurusan ekonomi syariah, yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan pada skripsi ini.
5. Nur Wanita. S.Ag., M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Dede Arseyani Pratamasari. S.Si., M.Si., selaku dosen pembimbing II, yang telah membimbing, mencurahkan ilmu serta waktu, dan mengarahkan penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat rampung dan selesai.
6. Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku dosen penasehat akademik yang selama ini telah memotivasi, membimbing, dan memberikan segalanya dalam hal akademik, sehingga penulis dapat menyelesaikan semua program studi dengan baik dan lancar.
7. Seluruh staf pengajaran dalam lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu Bapak dan Ibu dosen, yang tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat selama kuliah.
8. Seluruh staf dan pegawai akademik yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.

9. Sahabat-sahabat penulis dan seluruh teman-teman yang selalu memberikan semangat dan bantuan dalam penyusunan Skripsi ini.
10. Seluruh pihak sekolah MTs Terpadu AnNur Buuts Palu yang memberikan izin meneliti sampai dengan membantu dalam segala aspek yang dibutuhkan dalam penelitian.
11. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Akhirnya, kepada semua pihak yang namanya tidak sempat termuat dalam kata pengantar ini, penulis mohon maaf serta terimah kasih atas bantuan dan kerjasamanya, penulis senantiasa mendoakan semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah SWT. Aamiin ya Robbal ‘Aalamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan penelitian	5
D. Garis-garis besar isi	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian terdahulu	7
B. Kajian teori	10
1. Efektivitas	10
2. Promosi	13
3. MTs Terpadu	17
4. Minat	18
5. Pandemi Covid-19	20
C. Kerangka pemikiran	21
D. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Desain penelitian	22
B. Populasi dan Sampel Penelitian	22
C. Variabel Penelitian	25
D. Definisi Operasional	25
E. Instrumen Penelitian	27
F. Teknik Pengumpulan Data	28
G. Teknik Analisis Data	29
1. Uji Instrumen Penelitian	30
a. Uji Validitas	30
b. Uji Reliabilitas	30
2. Uji Asumsi Klasik	32
a. Uji Normalitas	32
b. Uji Heteroskedastisitas	33

3. Analisis Regresi Linear Sederhana	33
4. Uji T	34
5. Uji Determinasi (R^2)	35
6. Metode EPIC Model	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Hasil Penelitian	37
1. Sejarah singkat MTs Terpadu AnNur Buuts Palu	37
2. Visi Misi MTs Terpadu AnNur Buuts Palu	37
B. Deskripsi Kuesioner Dan Sampel Penelitian	40
C. Deskripsi Variabel Penelitian	42
1. Promosi (X)	42
2. Minat Calon Peserta Didik Baru (Y)	45
D. Uji Instrumen Penelitian	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	48
E. Uji Asumsi Klasik	49
1. Uji Normalitas	49
2. Uji Heteroskedastisitas	50
F. Analisis Regresi Linear Sederhana	51
G. Uji T	51
H. Uji Determinasi (R^2)	53
I. Metode EPIC Model	53
J. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	
K. Kesimpulan	65
L. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Siswa masuk dari tahun 2019 hingga 2022	4
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Kondisi Data Siswa Tahun 2022	23
Tabel 3.2 Operasional Variabel	25
Tabel 3.3 Skala Pengukuran (Skala Likert)	28
Tabel 4.1 Daftar Siswa masuk dari tahun 2019 hingga 2022	38
Tabel 4.2 Deskripsi Kuesioner	40
Tabel 4.3 Jenis kelamin Responden	40
Tabel 4.4 Usia Responden	41
Tabel 4.5 Tahun angkatan Responden	41
Tabel 4.6 Pendapapatan dari orang tua	42
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi	43
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Minat calon peserta didik baru	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Reability Instrumen	48
Tabel 4.11 Uji Normalitas	49
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Sederhana	51
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji T	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.15 Variabel Penelitian <i>Empathy</i>	54
Tabel 4.16 Variabel Penelitian <i>Persuasion</i>	55
Tabel 4.17 Variabel Penelitian <i>Impact</i>	55
Tabel 4.18 Variabel Penelitian <i>Communication</i>	56
Tabel 4.19 Tabel nilai keseluruhan	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi MTs Terpadu AnNur Buuts Palu	39
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y
- Lampiran 4 : Hasil Uji Reabilitas Variabel X dan Y
- Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
- Lampiran 8 : Hasil Uji T
- Lampiran 9 : Hasil Uji Determinasi R^2
- Lampiran 10 : Hasil Uji EPIC Model
- Lampiran 11 : Lembar Pengajuan Judul Skripsi
- Lampiran 12 : Surat Keterangan Pembimbing
- Lampiran 13 : Surat Keterangan Izin Penelitian
- Lampiran 14 : Surat Keterangan Balasan Izin Penelitian
- Lampiran 15 : Dokumentasi
- Lampiran 16 : Riwayat Hidup

ABSTRAK

NAMA : Rahmat Hidayatullah
NIM : 19.5.12.0016
JUDUL : Efektivitas Promosi Pada Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Pada Pasca Pandemi Covid-19

Tahun 2020 merupakan tahun di mana aspek pendidikan di Indonesia hampir lumpuh total. Secara umum proses promosi sangatlah penting di dalam memajukan suatu sekolah, Dalam hal ini sangat penting bagi lembaga untuk merancang proses promosi yang sistematis dan efektif, termasuk sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu. Hal itu menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat calon peserta didik baru agar mendaftar di sekolah tersebut. Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap minat calon peserta didik baru dan untuk mengetahui Efektivitas Promosi dalam meningkatkan Minat calon peserta didik baru.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian survei, Teknik pengambilan sampel menggunakan *stratified random sampling*, dengan jumlah responden yaitu 76 siswa MTs Terpadu An Nur Buuts Palu. Penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, dengan bantuan program SPSS versi 20, serta pengukuran Efektivitas Promosi menggunakan EPIC Model.

Sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa dari Uji T yang mendapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05, yang artinya variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat calon peserta didik baru. Dan uji Determinasi, diketahui bahwa besaran persentase yang dihasilkan yaitu nilai pada kolom *R Square* sebesar 0,351 atau terhitung 35,1%. Serta hasil dari skala perbandingan efektif yang menjelaskan bahwa Promosi pada sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dinilai EFEKTIF dengan jumlah nilai 3,935 dari 5.00 yang merupakan nilai tertinggi.

Kesimpulannya yaitu, variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat calon peserta didik baru, selain itu hasil dari skala perbandingan efektif yang menjelaskan bahwa Promosi pada sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dinilai EFEKTIF.

Saran untuk penelitian ini, Jika ingin melakukan penelitian yang berkaitan diharapkan mengambil populasi dan lokasi penelitian yang lebih luas lagi dengan jumlah responden yang lebih bervariasi.

Dengan demikian implikasi dalam penelitian ini adalah, MTs Terpadu An Nur Buuts Palu perlu meningkatkan minat calon peserta didik baru di Kota Palu, dengan meninjau promosi dan mengoptimalkannya Terutama pada dimensi *persuasion* dan *impact*, sehingga lebih meyakinkan calon peserta didik baru kedepannya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Tahun 2020 merupakan tahun di mana aspek pendidikan di Indonesia hampir lumpuh total. Di tengah pandemi covid-19 yang kian meresahkan seluruh penduduk Indonesia, pemerintah menghimbau kepada seluruh masyarakat untuk melakukan *Physical Distancing*. Hal ini menyebabkan Sekolah dan di seluruh Indonesia mengalami kesulitan dalam beroperasi. Hampir semua sekolah menerapkan *work from home* yang membuat kegiatan akademik dan non akademik menjadi terhambat, tidak terkecuali penerimaan siswa baru. Pandemi covid-19 membuat animo masyarakat untuk mendaftarkan anaknya ke sekolah menjadi menurun drastis.¹

Secara umum proses promosi sangatlah penting di dalam memajukan suatu sekolah, banyak lembaga pendidikan yang berlomba-lomba untuk mempromosikan sekolah mereka supaya dapat menarik minat masyarakat yang dikehendaki. Banyak sekolah khawatir promosi terhalangi oleh adanya aturan pemerintah untuk tetap diam dirumah selama masa pandemi. Dalam hal ini sangat penting bagi lembaga untuk merancang proses promosi yang sistematis dan efektif sehingga sesuai dengan prosedur yang memperhatikan fungsi perencanaan.² Efektivitas promosi dimaksudkan pada dasarnya adalah terjadinya perubahan sikap dan fikiran sasaran atau penerima

¹ Ike Verawati, "Digital Marketing Sebagai Sarana Peningkatan Promosi Sekolah Di Masa Pandemi Covid-19," *Universitas Amikom Yogyakarta*, 2020, 198. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semhasabdimas/article/view/2613>.

² Febriyanti dan Afif Alfiyanto, "Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Di Madrasah Aliyah (MA) Paradigma Palembang," *DIRASAH* 5, no. 1 (2022): 26. <https://doi.org/10.29062/dirasah.v5i1.421>.

dalam jumlah besar dan jangkauan yang luas, Efektivitas dapat pula diartikan sebagai suatu kondisi atau keadaan dimana dalam memilih tujuan yang hendak dicapai dan saran yang digunakan serta kemampuan yang dimiliki adalah tepat, sehingga tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan hasil yang memuaskan.³

Sekolah swasta sendiri disebut juga sebagai sekolah independen, tidak dikelola oleh pemerintah daerah, negara bagian atau nasional. Mereka memperoleh hak untuk menyeleksi siswa dan didanai seluruhnya atau sebagian dengan membebaskan biaya sekolah kepada siswa.⁴ Penelitian ini meneliti pada salah satu sekolah swasta yang ada di Kota Palu, yaitu MTs Terpadu An Nur Buuts Palu, yang termasuk Sekolah Islam Terpadu (SIT), menurut Kebijakan Standar Konsep Jaringan Sekolah Islam Terpadu (JSIT), Sekolah Islam Terpadu (SIT) yaitu sekolah yang mengimplementasikan konsep pendidikan Islam berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah serta dilandasi oleh Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional. Konsep operasional SIT merupakan akumulasi dari proses pembudayaan, pewarisan dan pengembangan ajaran agama Islam, budaya dan peradaban Islam dari generasi ke generasi. Implementasinya, SIT diartikan sebagai sekolah yang menerapkan pendekatan penyelenggaraan dengan memadukan pendidikan umum dan pendidikan agama menjadi satu jalinan kurikulum. Dengan pendekatan ini, semua mata pelajaran dan semua kegiatan sekolah tidak terlepas dari bingkai ajaran dan pesan nilai Islam,⁵

³ Sulihin Azis, "Efektivitas Promosi Terhadap Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Pada Universitas Al Asyariah Mandar," *Jurnal Papatuzdu* 5, no. 1 (2013): 87. <http://dx.doi.org/10.35329/fkip.v5i1.66>.

⁴ Mar'atul Qibtiyah, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Membangun Citra Sekolah Swasta Menuju Sekolah Unggul Berkompetitif Di Smp Ar-Rohmah Putri Malang," *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang* (2018): 40. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/11138>.

Termasuk dalam hal promosi.

MTs Terpadu An Nur Buuts Palu sendiri melakukan promosi melalui kerjasama dengan para Guru-guru untuk memperkenalkan dengan mambagi brosur di sekolah-sekolah SD dan memasang spanduk di jalan-jalan serta memposting prestasi para siswa ditingkat profinsi, nasional bahkan internasional di sosial media milik sekolah, selain itu strategi yang cukup kuat untuk menarik minat masyarakat yaitu mengikut sertakan siswa-siswi untuk berceramah pada bulan ramadhan dan tidak jarang sebagai perwakilan pembaca Al-quran pada bulan Ramadhan di media TV yaitu TVRI Sulteng.

Dalam hal ini peneliti mendapatkan data yang menarik, yaitu data yang menggambarkan hasil Promosi pada sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu pada masa pandemi Covid-19 di tahun 2020 silam hingga Pasca pandemi Covid-19 di tahun 2022, yaitu berupa Daftar siswa/i yang masuk dari tahun 2019 hingga 2022. Dapat dikatakan adanya kenaikan yang signifikan, Pandemi yang terjadi pada tahun 2020 terlihat tidak memberi penurunan minat pada calon peserta didik baru atau masyarakat untuk mendaftarkan anaknya di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dari tahun sebelumnya, melainkan di tahun 2021 mengalami kenaikan lagi. Akan tetapi masuk pada pasca pandemi Covid-19 yaitu tahun 2022, menariknya jumlah siswa yang masuk malah terjadi penurunan. Data tersebut dapat dilihat dan diamati pada tabel 1.1. sebagai berikut :

⁵ Tulus Musthofa dan Aisyam Mardliyyah, "Pengembangan Kurikulum Bahasa Arab Di Sekolah Islam Terpadu SMP Luqmanul Hakim Aceh," *Al Mahāra: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab* 6, no. 1 (2020): 65. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/40262>.

Tabel 1.1.
Daftar Siswa masuk dari tahun 2019 hingga 2022
kondisi data tahun ajaran 2022.

JUMLAH SISWA/I MASUK PADA				
TAHUN 2019 HINGGA 2022				
NO	TAHUN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1.	2019	32	24	56
2.	2020	69	38	107
3.	2021	70	50	120
4.	2022	54	33	87
TOTAL				370

Sumber : WAKAMAD Kesiswaan MTs Terpadu An Nur Buuts Palu.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Efektivitas Promosi Pada Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Pada Pasca Pandemi Covid-19”**.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini mengajukan sebuah pertanyaan, yaitu :

1. Apakah variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat calon peserta didik baru untuk mendaftar di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu ?
2. Apakah variabel Promosi Efektif dalam meningkatkan Minat calon peserta didik baru untuk mendaftar di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu ?

C. Tujuan dan Kegunaan penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki tujuan tertentu yang akan dicapai. Adapun tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

- a. Untuk Mengetahui Apakah variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat calon peserta didik baru untuk mendaftar di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu.
- b. Untuk Mengetahui Apakah variabel Promosi Efektif dalam meningkatkan Minat calon peserta didik baru untuk mendaftar di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, penjelasannya sebagai berikut:

a. Kegunaan teoritis

yaitu sebagai sumbangan ilmu pengetahuan yang baru dan di harapkan dapat menjadi referensi mengenai aspek promosi dalam dunia pendidikan khususnya sekolah Swasta.

b. Kegunaan praktis

1) Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan bisa sebagai sarana yang berguna dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis perihal promosi dalam dunia pendidikan.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menyampaikan kontribusi dalam pengembangan efektivitas promosi dalam dunia pendidikan khususnya pada sekolah

Swasta.

3) Bagi sekolah yang terkait

Dengan penelitian ini di harapkan dapat menjadi sebuah pegangan atau cermin bagi dunia pendidikan khususnya sekolah Swasta, agar menjadi fokus meningkatkan minat calon peserta didik melalui aspek Promosi yang Efektif.

D. Garis-garis Besar isi

Garis-garis besar isi yang ada diskripsi ini terdiri atas bab pendahuluan, tinjauan pustaka, dan metode penelitian :

Bab I, adalah bab Pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah, rumus masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan garis-garis besar isi.

Bab II, adalah bab Kajian pustaka yang terdiri atas penelitian terdahulu dan kajian teori berhubungan dengan Efektivitas Promosi Pada Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Pada Pasca Pandemi Covid-19, kerangka pemikiran serta Hipotesis.

Bab III, adalah bab Metode penelitian yang meliputi Pendekatan dan Desain Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Variabel Penelitian, Devinisi Operasional, Instrumen Penelitian, Teknik Pengumpulan Data serta Teknik Analisis Data.

Bab IV, adalah bab Hasil penelitian yang memaparkan uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas dan uji Heteroskedastisitas, Pengujian Hipotesi, kemudian Pengukuran Efektivitas dengan metode EPIC serta Pembahasan hasil penelitian.

Bab V, adalah bab Penutup yang mencakup tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran kepada pihak yang terkait.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

penelitian terdahulu merupakan sumber lampau dari hasil penelitian yang nantinya diusahakan sang peneliti buat membandingkan penelitian yang akan dilaksanakan. juga mampu berfungsi menjadi sumber pandangan baru yang nantinya membantu pelaksanaan penelitian. Selain itu peneliti juga mampu mempelajari apa yang kurang serta kelebihan buat dikembangkan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang sesuai :

1. Penelitian Triyono, Dasmadi dan A. Fidhdjar Ariestanto Tnk. Berjudul "Pengaruh Promosi, Biaya, Fasilitas, Akreditasi, Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru",¹ Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan regresih berlipat ganda. meskipun representatif yang pergunakan yaitu non probability representatif yang memakai absolut sebanyak 362 responden. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa Promosi (X1), Biaya (X2), Fasilitas (X3), Akreditasi (X4), dan lokasi (X5) secara simultan mempengaruhi minat calon mahasiswa baru terhadap Universitas Boyolali dengan nilai nilai Sig. (0,000) < dari α (alfa) = 0,05. Sbagian hasil uji membuktikan bahwa hanya variabel lokasi dan fasilitas yang mempunyai pengaruh dalam sigmifikan terhadap minat calon mahasiswa baru yaitu dengan nilai < 0,05

¹ Triyono, Dasmadi, dan A. Fidhdjar Ariestanto TNK, "Pengaruh Promosi, Biaya, Fasilitas, Akreditasi, Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru," *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 9, no. 2 (2021): 220–29. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v9i2.460>.

2. Penelitian Kevin Aprianto. Berjudul “Efektifitas Media Promosi SMA Yadika 3 Ciledug Tangerang Terhadap Minat Siswa/I Bersekolah”.² Dari hasil pengujian determinasi, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R²) adalah 18,1% artinya bahwa variabel independen tersebut berpengaruh sebesar 18,1% dan Sedangkan masih ada sebesar 81,9 % bisa dilanjutkan untuk dilakukan uji pengaruh. Hasil uji t menunjukkan bahwa Efektifitas Media Promosi di SMA Yadika 3 Ciledug terhadap Minat Siswa/I Bersekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat siswa/I bersekolah.
3. Penelitian Zahrotul Azkiyah, Ari Kartiko, Muhammad Mujtaba Mitra Zuana berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru Di Madrasah”³ Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil analisis data menggunakan uji F dan uji t diperoleh data signifikan uji simultan (uji F) sebesar 0,000 dan = 2,37). Artinya ada pengaruh nilai koefisien F yang lebih besar dari nilai F (F hitung = 47,863 > F 0,1 positif signifikan kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru di MBI pacet Mojokerto. Hubungan yang paling besar terhadap variabel Y (minat siswa baru) ditunjukkan oleh variabel X₂ (promosi) yaitu 0,514 atau 51,4%.

Dari beberapa penelitian yang telah diuraikan di atas, adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

² Kevin Aprianto, “Efektifitas Media Promosi Sma Yadika 3 Ciledug Tangerang Terhadap Minat Siswa/I Bersekolah” (2019): 1-78. <http://repo.usni.ac.id/id/eprint/2202>.

³ Zahrotul Azkiyah, Ari Kartiko, dan Muhammad Mujtaba Mitra Zuana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru Di Madrasah,” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 2 (2020): 290–303. <https://doi.org/10.31538/ndh.v5i2.538>.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian terdahulu

JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN	HASIL
1. Pengaruh Promosi, Biaya, Fasilitas, Akreditasi, Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru	1. Variabel Y 2. Subjek yang akan diteliti	1. Jumlah Sampel 2. Objek yang akan diteliti 3. Jumlah Variabel X	Dari hasil analisis uji t untuk variabel promosi Nilai Sig. 0,523. Variabel biaya Nilai Sig. 0,618. Untuk variabel fasilitas nilai Sig. 0,032. Untuk variabel akreditasi nilai Sig. 0,185. Untuk variabel lokasi nilai Sig. 0,000 ⁴
2. Efektifitas Media Promosi Sma Yadika 3 Ciledug Tangerang Terhadap Minat Siswa/I Bersekolah	1. Variabel X dan Y 2. Subjek yang akan diteliti	1. Jumlah Sampel 2. Objek yang akan diteliti	Hasil uji korelasi, Efektifitas Media Promosi dalam minat anak bersekolah cukup berpengaruh secara signifikan yang bernilai 0,426. Berdasarkan uji regresi linear sederhana dapat disimpulkan bahwa variabel X memiliki nilai signifikan 0,00 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil pengujian determinasi, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R ²) adalah 18,1% ⁵
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru Di Madrasah	1. Variabel X dan Y 2. Subjek yang akan diteliti	1. Jumlah Sampel 2. Objek yang akan diteliti 3. Jumlah Variabel X	berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R ²) didapatkan F penelitian sebesar 47,863 > F tabel sebesar 2,37 sehingga dapat disimpulkan bahwasanya

⁴ Triyono, Pengaruh, 227.

⁵ Aprianto, Efektifitas, 75.

			ada pengaruh kualitas pelayanan akademik (X1) dan promosi (X2) terhadap minat siswa baru (Y). besarnya pengaruh ialah 55,4%. Pada Uji-T, besarnya pengaruh promosi terhadap minat siswa baru sebesar 51,4% sedangkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan akademik terhadap minat siswa baru sebesar 40,2% ⁶
--	--	--	---

B. Kajian teori

1. Efektivitas

a. Pengertian Efektivitas

H. Emerson dalam Nia Septiani Edam, yang menyatakan bahwa “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.”⁷

Menurut Mathis dan Jackson dalam Dian Juwita, efektivitas didefinisikan sebagai merancang dan mengimplementasikan sekelompok kebijakan dan praktik dan menjamin kesuksesan bahwa sumber daya manusia memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan.⁸ Sehingga dapat disimpulkan dengan tercapainya suatu tujuan

⁶ Azkiyah, Pengaruh, 301.

⁷ Nia Septiani Edam, Sofia Pangemanan, dan Josef Kairupan, “Efektivitas Program Cerdas Command Center Sebagai Media Informasi Masyarakat Dalam Rangka Pelayanan Publik (Studi Di Kantor Walikota Manado),” *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan* 1, no. 1 (2018): 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnaleksektif/article/view/20924>.

yang telah ditetapkan dengan upaya kebijakan maka dapat diukur sebagai aktivitas yang efektif.

b. Faktor yang mempengaruhi Efektivitas

Menurut Gie dalam Dian Juwita, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas antara lain:

- 1) Waktu, ketepatan waktu dalam menyelesaikan suatu pekerjaan merupakan faktor utama, semakin lama tugas itu dikerjakan maka semakin banyak tugas lain yang menyusul dan hal ini akan memperkecil tingkat efektivitas kerja karena memakan waktu yang tidak sedikit.
- 2) Tugas, bawahan harus diberikan maksud dan pentingnya tugas-tugas yang diletakkan pada mereka.
- 3) Produktivitas, seorang pegawai mempunyai produktivitas yang tinggi dalam bekerja tentunya akan dapat menghasilkan efektivitas yang baik, demikian pula sebaliknya.
- 4) Motivasi, pimpinan dapat mendorong bawahannya melalui perhatian pada a. kebutuhan dan tujuan mereka yang sensitive. Semakin termotivasi pegawai untuk bekerja secara positif semakin baik pula kinerja yang dihasilkan.
- 5) Evaluasi kerja, pimpinan memberikan dorongan bantuan dalam informasi kepada bawahannya, harus melakukan dengan baik atau tidak.
- 6) Pengawasan, dengan adanya pengawasan maka kinerja pegawai dapat terpantau dan hal ini dapat memperkecil resiko dalam pelaksanaan tugas.

⁸ Dian Juwita, "Efektivitas Program Prona Dalam Rangka Peningkatan Pelayanan Pensertifikasian Tanah Di Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Labuhan Batu," *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan* (2018): 10. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/3575>.

- 7) Lingkungan tempat kerja, menyangka tata ruang cahaya alam dan pengaruh suara yang mempengaruhi konsentrasi seseorang pegawai dalam bekerja.
- 8) Perlengkapan dan fasilitas, suatu sarana dan peralatan yang disediakan oleh pimpinan dalam bekerja seseorang dalam mencapai tujuan atau hasil yang diharapkan.⁹

c. Efektivitas Promosi

Menurut Efendy dalam Erminati Pancaningrum, Efektivitas iklan adalah seberapa jauh pesan yang disampaikan dapat menarik, dipahami, dimengerti dan dapat menggerakkan konsumen untuk menanggapi iklan tersebut. Efektifitas periklanan dapat diukur dari seberapa besar dampak komunikasi yang disampaikan melalui iklan yang tujuannya untuk mengetahui potensi iklan pada kesadaran dan pengetahuan konsumen.¹⁰

Efektivitas promosi dapat diukur dengan menggunakan Metode EPIC Model yang dikembangkan oleh AC Nielsen, merupakan salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia.

1) Dimensi-dimensi pada EPIC Model.

a) *Empathy* (empati)

Berhubungan dengan emosional yang memberikan informasi, apakah konsumen menyukai iklan yang disampaikan dan menggambarkan bagaimana konsumen melihat hubungan antara iklan dengan pribadi konsumen.

⁹ Ibid, 14-15.

¹⁰ Erminati Pancaningrum dan Dwi Kartika Sari, "Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Dewantara* 2, no. 1 (2019): 56. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.444>.

b) Persuasion (persuasi)

Berusaha mempengaruhi sikap dan perilaku pelanggan melalui media persuasif. Persuasi adalah suatu perubahan sikap, perilaku dan kepercayaan berperilaku yang disebabkan suatu komunikasi promosi.

c) Impact (dampak)

Merupakan dampak yang diinginkan dari hasil promosi di media sosial yang artinya meningkatkan pengetahuan tentang media sosial dan melihat respon penonton.

d) Communication (komunikasi)

Dimaknai sebagai kemampuan konsumen untuk mengingat pesan utama iklan yang disampaikan, pemahaman konsumen serta kekuatan pesan yang tertanam di benak konsumen.¹¹

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi dalam hal ini memberikan informasi tentang produk yang ada ke masyarakat agar menarik minat masyarakat, secara umum proses promosi sangatlah penting di dalam memajukan suatu sekolah. Promosi sekolah atau promosi jasa pendidikan merupakan alat pemasaran jasa pendidikan yang dapat berfungsi untuk memasarkan lembaga pendidikan, IGNOU dalam Eni Erlina.¹²

Promosi dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan managerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui

¹¹ Ibid.

¹² Eni Erlina, "Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif Di MI Ma'arif Keji Ungaran Semarang," *Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang* (2021): 11. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/15415>.

penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika layanan pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan membentuk watak secara menyeluruh. Karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikannya mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus di masa mendatang, Imam Machali dalam Afidatun Khasanah.¹³

Dapat ditarik kesimpulan promosi pendidikan adalah sebuah proses aktivitas pemasaran bentuk penawaran dalam bidang pendidikan dengan etika pelayanan untuk masa depan.

b. Tujuan promosi

Menurut Alma dalam Brigitta Putri Atika Tyagita, tujuan dari promosi adalah untuk menginformasikan tentang keberadaan produk baru, membujuk untuk menjadikan produk sebagai pilihan konsumen, dan mengingatkan pembeli bahwa produk dibutuhkan dalam waktu dekat.¹⁴

Pada umumnya tujuan promosi adalah untuk mengubah sudut pandang dan tingkah laku pembeli terhadap suatu barang atau jasa. Harapannya, setelah melihat promosi dari sebuah produk, pelanggan yang semula tidak tertarik untuk membeli barang atau menggunakan jasa menjadi tertarik dan ingin membeli produk atau

¹³ Afidatun Khasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden," *Jurnal EL-Tarbawi* VIII, no. 2 (2015): 164. <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>.

¹⁴ Brigitta Putri Atika Tyagita, "Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama Di Kabupaten Semarang," *Jurnal Manajemen Pendidikan* 3, no. 1 (2016): 68. <https://doi.org/10.24246/j.jk.2016.v3.i1.p67-79>.

menggunakan jasa.¹⁵ Sehingga dalam pendidikanpun juga dapat memberikan perubahan sudut pandang kepada masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya, sehingga tertarik memasuki atau mendaftar di sekolah tersebut.

c. Komunikasi pemasaran yang efektif

Menurut kotler dan Amstrong dalam Gita Islya Asmara dan Nuri Aslami. Agen pemasaran atau Komunikator harus mengambil langkah-langkah berikut untuk membangun program komunikasi dan promosi terpadu yang efisien diantaranya sebagai berikut:¹⁶

- 1) Pelajaran sebanyak mungkin tentang audiens yang ditujuh.
- 2) Tentukan tujuan komunikasi anda.
- 3) Buat pesan.
- 4) Pilih media untuk pesan anda.
- 5) Pilih sumber pesan mendapatkan komentar untuk mengetahui seluruh anggaran promosi.
- 6) Menetapkan bauran promosi.
- 7) Membuat keputusan tentang strategi bauran promosi.

d. Bauran Promosi

Bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling*, promosi lain yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan, Swastha dalam Arizona Zia Alan

¹⁵ Nur Jamal Shaid, "Apa Itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis, Dan Fungsinya," KOMPAS.com, Di Akses pada 22 Oktober. <https://money.kompas.com>.

¹⁶ Gita Islya Asmara dan Nuriaslami, "Pengaruh Proses Komunikasi Pemasaran Produk Asuransi Terhadap Minat Beli Calon Nasabah Asuransi," *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2021): 149–61, <https://doi.org/10.24239/jiebi.v3i2.72.149-161>.

Perdana.¹⁷

Berikut Bauran promosi (*promotional mix*) yang terdiri dari empat komponen utama yaitu :

1) Periklanan (*Advertising*)

Yaitu bentuk-bentuk komunikasi bukan pribadi yang dilakukan pemasar jasa pendidikan dengan tujuan menginformasikan, mengedukasi, atau membujuk khalayak pasar sasaran jasa pendidikan, antara lain siaran radio (*broadcast*), materi tercetak (*print*), internet, papan reklame (*outdoor advertising*), dan surat langsung (*direct mail*).

2) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Yaitu komunikasi langsung atau tatap muka antara penjual dan calon pelanggan untuk membentuk pemahaman dan memperkenalkan produk jasa pendidikan ke calon pelanggan, sehingga mereka akan mencoba dan membelinya.

3) Publisitas (*Publicity*)

Upaya yang dilakukan pemasar untuk memicu minat positif terhadap sekolah dan produk jasa pendidikan melalui penyebaran berita baru, yang meliputi hubungan pers (*pers conference*) sekolah, peristiwa istimewa (*special event*) sekolah, pecan raya dan pameran kegiatan (*trade show and exhibitions*) sekolah, dan kegiatan sponsor (*sponsorship*) yang dilakukan sekolah.

4) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Yaitu bentuk insentif jangka pendek yang ditawarkan kepada pelanggan dan perantara untuk merangsang pembelian produk jasa pendidikan seperti pengambilan

¹⁷ Arizona Zia Alan Perdana, "Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Asuransi Bumi Putra Syariah Surakarta," *Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta* (2010): 13. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/15970>.

sampel produk jasa pendidikan, kupon produk jasa pendidikan, potongan harga (*discount*) produk jasa pendidikan, tawaran pengembalian tunai (*sign-up rebates*) produk jasa pendidikan, hadiah (*gifts*), dan promosi berhadiah (*prize promotion*).¹⁸

3. MTs Terpadu

a. Pengertian MTs Terpadu

Menurut Kebijakan Standar Konsep Jaringan Sekolah Islam Terpadu (JSIT), sekolah Islam terpadu (SIT) yaitu sekolah yang mengimplementasikan konsep pendidikan Islam berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah serta dilandasi oleh Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional. Implementasinya, SIT diartikan sebagai sekolah yang menerapkan pendekatan penyelenggaraan dengan memadukan pendidikan umum dan pendidikan agama menjadi satu jalinan kurikulum.¹⁹

Pendidikan Islam terpadu adalah pendidikan yang diselenggarakan berada dalam satu kelompok dan di kelola secara terpadu baik dari aspek kurikulum, pembelajaran, guru sarana dan prasarana, manajemen, dan evaluasi, sehingga menjadi pendidikan yang efektif dan berkualitas, Syarifudin dalam Abdul Malik dan Woro Utari.²⁰ Maka dapat ditarik kesimpulan, bahwasanya MTs Terpadu adalah sekolah Islam yang dikelola dengan mengimplementasikan perpaduan pendidikan umum dan pendidikan Islam dalam semua aspek yang ada.

¹⁸ Umayatul Mufidah, *Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Ma'arif 9 Kebumen*, 2022: 20-22.

¹⁹ Musthofa, Pengembangan.

²⁰ Abdul Malik dan Woro Utari, "Manajemen Pendidikan Islam Terpadu (IT) Dalam Membentuk Siswa Berakhlak Mulia Pada Sdit Balikpapan Islamic School Balikpapan," *Jurnal Manajerial Bisnis* 5, no. 3 (2022): 159. <https://doi.org/10.37504/jmb.v5i3.458>.

4. Minat

a. Pengertian Minat

Menurut Ramadhana dalam Harisca Ristanti, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

Menurut Ahmadi dalam Harisca Ristanti, menjelaskan bahwasannya minat adalah sikap individu yang tertuju pada objek tertentu diantaranya konasi (kehendak), emosi (perasaan), kognisi (menenal).²¹

Minat beli merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang, Donni Juni Priansa dalam Ermawati, Riza Putri Utami dan Irham Pakkawaru²²

Sehingga dapat disimpulkan, bahwa minat adalah perasaan yang berhubungan kuat dengan apa yang telah dikehendaki dan dikenali oleh diri yang merasakan, sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat.

b. Indikator Minat

Adapun indikator minat menurut Maria Theresia Hery dalam Raudhatul

²¹ Harisca Ristanti, "Minat Siswa Terhadap Pembelajaran Daring Pada Mata Pelajaran Pjok Di SMP Negeri 21 Pekanbaru" (2021): 9-10. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/7898>.

²² Ermawati, Riza Putri Utami, dan Irham Pakkawaru, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue," *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2020): 38, <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i2.31.36-56>.

Jannah yaitu :

1) Perhatian

Perhatian merupakan kegiatan memusatkan atau konsentrasi terhadap sesuatu. Siswa yang memiliki minat dalam suatu pembelajaran, untuk menimbulkan perhatian maka pembelajaran harus dikemas semenarik mungkin.

2) Perasaan Senang atau Tidak Senang

Perasaan merupakan respon seseorang tentang suatu objek yang dihadapinya. Perasaan senang muncul ketika siswa berminat pada pembelajaran, sebaliknya siswa memiliki perasaan tidak senang apabila ia tidak berminat terhadap suatu pelajaran.

3) Kesadaran

Kesadaran dari dalam diri siswa untuk belajar dan berperan aktif dalam proses pembelajaran, tentunya akan memberikan positif terhadap minat belajarnya.

4) Kemauan

Kemauan merupakan dorongan yang terarah pada suatu tujuan yang dikehendaki oleh seseorang. Siswa yang memiliki minat terhadap pembelajaran, maka ia akan memiliki kemauan yang kuat untuk mengikuti proses pembelajaran tersebut.²³

c. Faktor yang mempengaruhi minat

Meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, cita-cita dan bakat. Faktor eksternal meliputi guru, keluarga, teman, lingkungan dan fasilitas alat. Desmita dan Ngalim dalam Zahrotul Azkiyah, Ari

²³ Raudhatul Jannah, “Pengaruh Pemanfaatan Media Augmented Reality Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Tematik Siswa Kelas Iv Tema Peduli Terhadap Makhluk Hidup Di Sdn 07 Kota Bengkulu” (2020): 14-15. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/5188>.

Kartiko dan Muhammad Mujtaba Mitra Zuana.²⁴

Sebagai pendukung minat, dari Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam dalam Sitti Aisyah dkk, menjelaskan bahwa Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah mashlahah atau tidak mendatangkan mudharat.²⁵

5. Pandemi Covid-19

a. Pengertian Pandemi Covid-19

Menurut situs itjen Kemdikbud dalam Melati Oktavia Utam, pandemi COVID-19 adalah wabah yang terjadi secara serempak di mana-mana, meliputi daerah geografis yang luas. Pandemi merupakan penyakit yang menular (epidemi) yang menyebar hampir seluruh negara tau benua dan biasanya mengenai banyak orang.²⁶ Penyakit ini disebut dengan COVID-19, adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Virus Corona (Covid-19) ini dapat menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat hingga pada kematian, Asy'ari dalam

²⁴ Azkiyah, Pengaruh, 295.

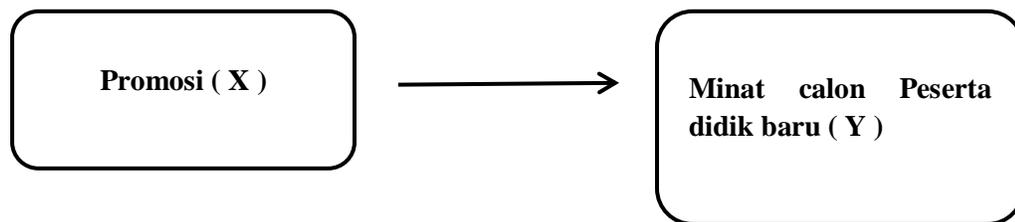
²⁵ Sitti Aisyah dkk., "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Nimshop Palu," *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam - JIEBI* 2, no. 1 (2020): 63–64, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i7.1469>.

²⁶ Melati Oktavia Utam, Miti Yarmunida, dan Yunida Een Fryanti, "Strategi Adaptasi Biro Tour And Travel Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Perusahaan Tour And Travel Haji Dan Umrah PT AQM Kota Bengkulu)," *Journal Ekombis Review* 10 (2022): 346. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1.1991>.

Siti Rahma Harahap.²⁷ Hal ini menyebabkan Sekolah dan Perguruan Tinggi diseluruh Indonesia mengalami kesulitan dalam beroperasi, pandemi covid-19 membuat animo masyarakat untuk mendaftarkan anaknya ke sekolah menjadi menurun drastis.

C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————> : Pengaruh Secara Parsial

D. Hipotesis

Berdasarkan Kerangka Pemikiran yang sudah dipaparkan pada sub bab sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh Promosi (X) terhadap Minat calon peserta didik baru (Y).

²⁷ Siti Rahma Harahap, "Proses Interaksi Sosial Di Tengah Pandemi Virus Covid 19," *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya* 11, no. 1 (2020): 48–49. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v11i1.1837>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi dengan pengumpulan fakta, identifikasi, dan meramalkan hubungan dalam dan antar variabel. Arikunto dalam Bagus Setiawan dan Mecca Arfa¹. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan *statistic*, Sugiyono dalam Kevin Aprianto.²

Adapun desain penelitian yang digunakan adalah penelitian survei, Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat penggunaan data yang pokok. Singrimbun dan Effendi Sofiandengan dalam Kevin Aprianto³

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

¹ Bagus Setiawan dan Mecca Arfa, "Efektifitas Promosi Perpustakaan Dalam Bentuk Brosur Terhadap Minat Kunjung Pemustaka: Studi Kasus Di Kantor Arsip Danperpustakaan Kabupaten Pati Jawa Tengah," *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 7, no. 1 (2019): 235.

² Aprianto, Efektivitas, 31-32.

³ Ibid, 32.

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono dalam Kevin Aprianto⁴

Penulis mengambil populasi berdasarkan data Daftar Siswa masuk dari tahun 2020 hingga 2022.

Tabel 3.1
Kondisi Data Siswa Tahun 2022

JUMLAH SISWA/ I MASUK PADA				
TAHUN 2020 HINGGA 2022				
NO	TAHUN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1.	2020	69	38	107
2.	2021	70	50	120
3.	2022	54	33	87
TOTAL				314

Sumber : WAKAMAD Kesiswaan MTs Terpadu An Nur Buuts Palu.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono dalam Kevin Aprianto⁵

Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin, rumus ini biasa digunakan untuk sebuah penelitian pada suatu objek tertentu dalam jumlah populasi yang besar, sehingga digunakanlah untuk meneliti pada sebuah sampel dari populasi objek yang besar tersebut. Besaran sampel menurut Slovin dalam Aloysius Rangga Aditya Nalendra dkk, ditentukan berdasarkan rumus berikut:⁶

⁴ Ibid, 33.

⁵ Ibid, 34.

⁶ Aloysius Rangga Aditya Nalendra dkk., *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS, CV. MEDIA SAINS INDONESIA* (Bandung, 2021).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Besar sampel

N = Besar populasi (Dalam Penelitian ini adalah 314)

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. (Dalam Penelitian ini adalah 10%)

$$n = \frac{314}{1 + 314 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{314}{1 + 314 (0,01)}$$

$$n = \frac{314}{1 + 3,14}$$

$$n = \frac{314}{4,14}$$

Jadi, Jumlah Sampel adalah 76 Siswa

Teknik pengambilan sampel menggunakan *stratified random sampling*, adalah di mana populasi dibagi menjadi strata (atau subkelompok) dan sampel acak diambil dari setiap subkelompok yang merupakan kumpulan item alami. Subkelompok mungkin didasarkan pada ukuran perusahaan, jenis kelamin atau pekerjaan (untuk menyebutkan beberapa). Pengambilan sampel bertingkat sering digunakan di mana ada banyak variasi dalam suatu populasi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa setiap strata terwakili secara memadai.⁷ Dalam penelitian ini sampel yang di kelompokkan berupa tiap-tiap angkatan.

jumlah sampel diambil berdasarkan masing-masing tingkatan dengan rumus n

⁷ Deri Firmansyah and Dede, "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 2 (2022): 90, <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>.

= (populasi kelas / jumlah populasi keseluruhan) x jumlah sampel yang ditentukan.

Berdasarkan rumus tersebut, maka akan mendapatkan hasil berupa :

$$\text{Tahun 2020 : } 107 / 314 \times 76 = 25,8 \text{ di bulatkan } 26$$

$$\text{Tahun 2021 : } 120 / 314 \times 76 = 29$$

$$\text{Tahun 2022 : } 87 / 314 \times 76 = 21$$

Sehingga dari keseluruhan sampel tersebut adalah $26 + 29 + 21 = 76$ sampel

C. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono dalam Kevin Aprianto.⁸

Adapun Variabel X (variabel Bebas) dalam penelitian ini adalah Promosi, dan variabel Y (variabel Terikat) dalam penelitian ini adalah Minat Calon Peserta Didik Baru.

D. Definisi Operasional

Adapun variabel beserta operasinalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Promosi (X)	Promosi dalam hal ini memberikan informasi	1. Empati 2. Persuasi

⁸ Aprianto, Efektivitas, 35.

	<p>tentang produk yang ada ke masyarakat agar menarik minat masyarakat, secara umum proses promosi sangatlah penting di dalam memajukan suatu sekolah. Promosi sekolah atau promosi jasa pendidikan merupakan alat pemasaran jasa pendidikan yang dapat berfungsi untuk memasarkan lembaga pendidikan, IGNOU dalam Eni Erlina⁹</p>	<p>3. Dampak 4. Komunikasi¹⁰</p>
<p>Minat Calon Peserta Didik Baru (Y)</p>	<p>Minat adalah perasaan yang berhubungan kuat dengan apa yang telah dikehendaki dan di kenali oleh diri yang merasakan.</p>	<p>1. Perhatian 2. Perasaan Senang atau Perasaan Tidak Senang 3. Kesadaran 4. Kemauan¹¹</p>

⁹ Erlina, Strategi.

¹⁰ Pancaningrum, Analisa.

¹¹ Jannah, Pengaruh.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawab, Sugiono dalam Theresia Pinaka Ratna Ning Hapsari dan Ade Safri Fitria.¹² Pada penelitian ini kuesioner di ajukan pada orang tua siswa MTs Terpadu AnNur Buuts Palu, mengenai Promosi sekolah MTs Terpadu AnNur Buuts Palu.

Pengukuran untuk variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini menggunakan skala *ordinal* dengan teknik pengukuran skala *likert*. Menurut Sugiyono dalam Bagus Maulana Ardhi dan Tri Indra Wijaksana, Skala *likert* digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa Pertanyaan atau pernyataan.¹³ Masing-masing butir pertanyaan maupun pernyataan dalam penelitian ini, diberi skor 1 sampai 5, yaitu dari Sangat Tidak Setetuju (STS), Tidak Setuju (TS), Kurang Setuju (KS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS)".

¹² Theresia Pinaka Ratna Ning Hapsari and Ade Safri Fitria, "Efektivitas Pembelajaran Daring Mata Kuliah Evaluasi Pengajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA* 2, no. 1 (2020): 14.

¹³ Bagus Maulana Ardhi and Tri Indra Wijaksana, "Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Website Bukalapak Tahun 2019)," *E-Proceedings of Management* 7, no. 1 (2020): 1416.

Tabel 3.3
Skala Pengukuran (Skala *Likert*)

No	Pertanyaan	Bobot
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang setuju	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Berdasarkan tabel 3.3 di atas, angka 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diberikan, sedangkan angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diberikan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menurut Sugiyono dalam Dewi Retno Budiastuti, penerapannya dalam tiga macam teknik pengumpulan data, sebab ketiganya adalah satu kesatuan yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu dilakukan dengan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Selain itu untuk mengukur pengaruh variabel maka teknik kuesioner juga perlu di lakukan.

1. Observasi

Yaitu penelitian dimulai dengan mencatat, menganalisis dan selanjutnya membuat kesimpulan tentang pelaksanaan dan hasil program yang dilihat dari ada atau tidaknya perkembangan usaha yang dimiliki warga belajar. Penelitian ini menggunakan teknik observasi nonpartisipan, karena peneliti tidak terlibat dan hanya

sebagai pengamat independen.

2. Dokumentasi

Yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.¹⁴

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawab, Sugiono dalam Theresia Pinaka Ratna Ning Hapsari dan Ade Safri Fitria.¹⁵ Adapun responden dalam penelitian ini adalah orang tua siswa MTs Terpadu AnNur Buuts Palu yang kemudian akan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah tersedia.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Yaitu proses analisis data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan statistik. Analisis tersebut digunakan untuk mengukur pengaruh promosi terhadap Minat calon peserta didik baru, yang kemudian dibantu dengan program SPSS. Adapun tahapan-tahapan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

¹⁴ Dewi Retno Budiastuti, "Strategi Promosi Dan Publikasi SMP PGRI 363 Pondok Petir Di Masa Pandemi Covid 19," *Jurnal AKRAB JUARA* 7, no. 1 (2022): 174. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i1.1764>.

¹⁵ Hapsari, Efektivitas.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Sugiyono dalam Shinta Kurnia Dewi dan Agus Sudaryanto, Uji validitas instrumen penelitian dapat dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} ¹⁶. (pada taraf signifikansi) $\alpha = 0,05$, dan sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada suatu instrumen penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak. Pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis Alpha Cronbach. Dimana apabila suatu variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur, Putri dalam Shinta Kurnia Dewi dan Agus Sudaryanto.¹⁷

Uji Alfa Cronbach dilakukan untuk instrumen yang memiliki jawaban benar lebih dari 1, Adamson dan Prion dalam Febrianawati Yusup¹⁸, Instrumen tersebut misalnya instrumen berbentuk esai, angket, atau kuesioner. Rumus koefisien reliabilitas Alfa Cronbach adalah sebagai berikut :

¹⁶ Shinta Kurnia Dewi dan Agus Sudaryanto, “Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan , Sikap Dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah,” *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020, 2020, 75.* <http://hdl.handle.net/11617/11916>.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Febrianawati Yusup, “Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif,” *Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7, no. 1 (2018): 21–22. <http://dx.doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>.

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan :

r_i = koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

k = jumlah item soal

$\sum s_i^2$ = jumlah varians skor tiap item

s_t^2 = varians total Rumus varians item dan varians total,

Rumus varians item dan varians total.

$$S_t^2 = \frac{JKi}{n} - \frac{JKs}{n^2}$$

$$S_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

Keterangan :

s_i^2 = varians tiap item

JKi = jumlah kuadrat seluruh skor item

JKs = jumlah kuadrat subjek

n = jumlah responden

s_t^2 = varians total

X_t = skor total

Jika koefisien reliabilitas Alfa Cronbach telah dihitung (r_i), nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan kriteria koefisien reliabilitas Alfa Cronbach untuk instrumen yang reliabel. Menurut Nunnally dalam Febrianawati Yusup, menyatakan bahwa instrumen dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas AlfaCronbach lebih dari

0,70 ($r_i > 0,70$) dan Streiner sendiri (2003) menyatakan bahwa koefisien reliabilitas Alfa Cronbach, tidak boleh lebih dari 0,90 ($r_i < 0,90$).¹⁹

Jika koefisien reliabilitas Alfa Cronbach kurang dari 0,70 ($r_i < 0,70$), Tavakol dan Dennick dalam Febrianawati Yusup, menyarankan untuk merevisi atau menghilangkan item soal yang memiliki korelasi yang rendah. Cara mudah menentukan item soal tersebut adalah dengan bantuan program di komputer. Jika koefisien reliabilitas Alfa Cronbach lebih dari 0,90 ($r_i > 0,90$), mereka pun memiliki saran. Mereka menyarankan untuk mengurangi jumlah soal dengan kriteria soal yang sama meskipun dalam bentuk kalimat yang berbeda.²⁰

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Umar dalam Muna Dahlia, uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi masalah normalitas adalah dengan cara uji Kolmogrov-Smirnov yang digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi berdistribusi normal, Emzir dalam Muna Dahlia. Pengujian normalitas data pada penelitian menggunakan uji *One sample Kolmogorov-Smirnov*, dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal

¹⁹ Ibid, 22.

²⁰ Ibid.

2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.²¹

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sunyoto dalam Muna Dahlia, Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari obeservasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama/ berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *scatterplot* sehingga dilihat dari penyebaran data bukan dari tingkat signifikansi, dengan kriteria jika terjadi penyebaran dan tidak teratur maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²²

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui besarnya pengaruh Promosi terhadap Minat Calon Peserta Didik Baru pada sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu, adapun persamaannya adalah :

$$Y = a + \beta \cdot X$$

Dimana :

Y : variabel Minat calon peserta didik baru

a : konstanta

β : koefisien regresi X

²¹ Muna Dahlia, “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)” (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020) : 51-52. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14561>.

²² Ibid, 52.

X : variabel Promosi

4. Uji Hipotesis T

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris, Sugiyono dalam Muna Dahlia. Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Hipotesis dikategorikan menjadi dua yaitu :

- a. Hipotesis nol (H_0) yaitu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.
- b. Hipotesis alternatif (H_a) yaitu hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Uji hipotesis dilakukan dengan uji T, Menurut Priadana dan Muis dalam Muna Dahlia, uji statistik t atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Membandingkan nilai statistik dengan titik kritis menurut table. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t tabel, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Menurut Sugiyono dalam Muna Dahlia, uji t (uji parsial) menggunakan rumus :

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

Keterangan :

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah responden

(*t-test*) hasil perhitungan atau *t* hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan *t* tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 (5%) . Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima jika nilai *t* hitung $\leq t$ tabel atau nilai sig $> \alpha$
- 2) H_a ditolak jika nilai *t* hitung $\geq t$ tabel atau nilai sig $< \alpha$

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Rancangan pengujian parsial ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Promosi , Minat Calon Peserta Didik Baru pada sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu (Y).²³

5. Uji Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali dalam Muna Dahlia, uji koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati suatu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.²⁴

²³ Ibid, 53-54.

²⁴ Ibid, 55.

6. Metode EPIC Model

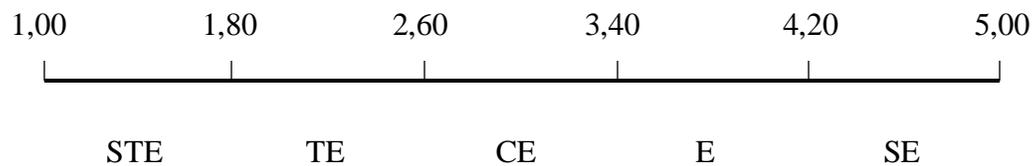
Efektivitas promosi dapat diukur dengan menggunakan Metode EPIC Model yang dikembangkan oleh AC Nielsen, merupakan salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia. Dengan mengukur melalui dimensinya berupa empati, persuasi, dampak dan komunikasi.

Menghitung rentang skala dengan rumus sebagai berikut:

$$Rs = \frac{R(\text{bobot})}{M}$$

Dengan : R (bobot) = Bobot terbesar – bobot terkecil; M = Banyaknya kategori bobot. Rentang skala yang dipakai dalam penelitian ini adalah 1 hingga 5, maka rentang skala penilaian yang didapat adalah:

$$Rs = \frac{5-1}{5} = 0,8$$



Sehingga secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut :

STE = Sangat Tidak Efektif (skala 1,00 – 1,80)

TE = Tidak Efektif (skala 1,80 – 2,60)

CE = Cukup Efektif (skala 2,60 – 3,40)

E = Efektif (skala 3,40 - 4,20)

SE = sangat efektif (skala 4,20 - 5,00)²⁵

²⁵ Dian Bestriandita dan Edy Widodo, “Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Menggunakan EPIC Model Terhadap Mahasiswa UII Yogyakarta” 1, no. 1 (2017): 215.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Sejarah singkat MTs Terpadu An Nur Buuts Palu

Madrasah Tsanawiyah Terpadu An Nur Buuts didirikan pada bulan juli tahun 2018 oleh KH, LIMRA, Lc. M.Pd di bawah naungan Kementrian Agama. Yang beralamatkan di Pasifik, Jl. Samudra 2, Kabonena, Kec. Ulujadi, Kota Palu Sulawesi Tengah 94227.

Awal pendidikan diisi Santriwan/Santriwati dengan jumlah ruangan 2 kelas, seiring berjalannya waktu dari tahun ke tahun, jumlah murid terus bertambah, prestasi-prestasi banyak di raih serta sarana dan prasarana menunjang kegiatan belajar mengajar semakin lengkap. Adapun pejabat kepala madrasah dari awal berdirinya hingga saat ini.

- a. Zuli Indriani, S.Pd
- b. Muh. Ahsan Ramadhan, S.Pd
- c. Adi Hidayat, S.Pd

2. Visi Misi MTs Terpadu An Nur Buuts Palu

Sebuah lembaga berdiripun juga atas dasar tujuan yang jelas, MTs Terpadu An Nur Buuts Palu sendiri di landasi dengan Visi dan Misi Sebagai Berikut :

a. Visi

Mewujudkan generasi Qurani yang terdepan dalam iman, ilmu dan amal

b. Misi

- 1) Mencetak generasi penghafal Al-Qur'an dan berakhlak Al-Qur'an

- 2) Mengembangkan sistem pendidikan yang mampu membekali anak didik dengan kecakapan Rasional, kecakapan Personal dan kecakapan Sosial
- 3) Menerapkan strategi pembelajaran yang aktif, inovatif, kreatif, menyenangkan dan islami
- 4) Menyelenggarakan pendidikan yang mampu memberikan bekal pengetahuan, sikap mandiri dan akhlak mulia, terampil dan siap memasuki pendidikan selanjutnya
- 5) Menciptakan lingkungan sekolah yang hijau, bersih, sehat dan berwawasan lingkungan

MTs Terpadu An Nur Buuts Palu memiliki data jumlah siswa yang masuk mendaftar dari tahun 2019 hingga tahun 2022, sebagai berikut :

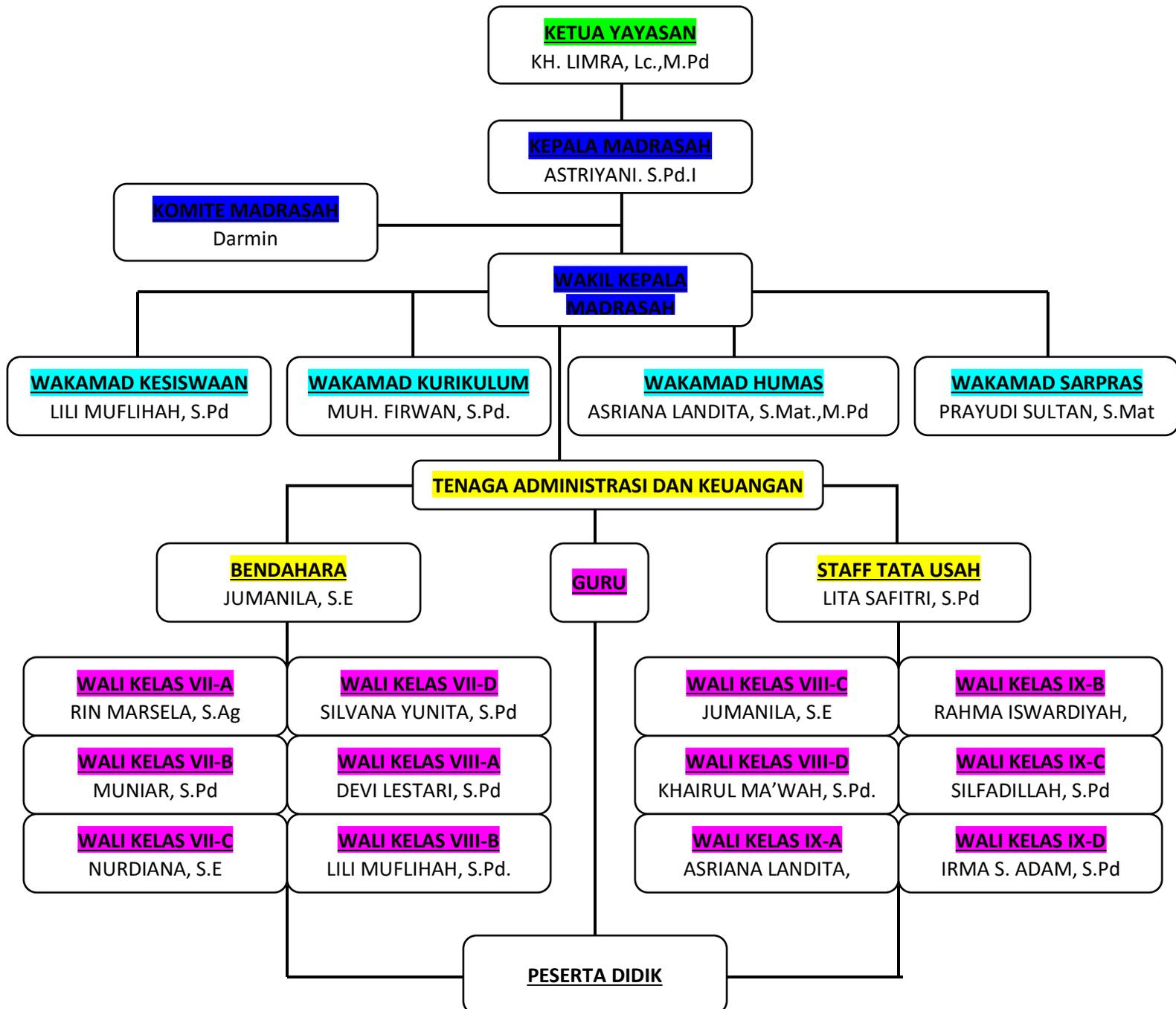
Tabel 4.1
Daftar Siswa masuk dari tahun 2019 hingga 2022
kondisi data tahun ajaran 2022.

JUMLAH SISWA/I MASUK PADA				
TAHUN 2019 HINGGA 2022				
NO	TAHUN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1.	2019	32	24	56
2.	2020	69	38	107
3.	2021	70	50	120
4.	2022	54	33	87
TOTAL				370

Sumber : WAKAMAD Kesiswaan MTs Terpadu An Nur Buuts Palu.

Adapun Struktur organisasi Madrasah Tsanawiyah Terpadu An Nur Buuts Palu, sebagai berikut :

Gambar 4.1
STRUKTUR ORGANISASI MADRASAH TSANAWIYAH TERPADU
AN NUR BUUTS PALU



Sumber : WAKAMAD Kurikulum MTs Terpadu An Nur Buuts Palu

B. Deskripsi Kuesioner Dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekolah MTS Terpadu An nur Buuts Palu, yang beralamatkan di Jl. Samudra 2, Kabonena, Kec. Ulujadi, Kota Palu Sulawesi Tengah 94227. Data penelitian menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada siswa/i MTs Terpadu An Nur Buuts Palu, angkatan 2020, 2021 dan 2022 sebagai sampel penelitian. Kuesioner disebar oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Presentase
76	76	76	76	100%

Sumber : Hasil Penelitian (diolah oleh peneliti)

Dalam tabel 4.2 di atas menjelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini 76 orang Siswa/i MTs Terpadu An Nur Buuts Palu. Data responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-Laki	27	35,5%
2.	Perempuan	49	64,4%
Jumlah		76	100%

Sumber: Hasil Penelitian (diolah oleh peneliti)

Pada tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari 76 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang (35,5%) dan yang

berjenis kelamin perempuan 49 orang (64,4%). Sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.4
Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Presentase
1.	12-13	16	21%
2.	14-15	60	78,9%
3.	16	0	0%
Jumlah		76	100%

Sumber: Hasil Penelitian (diolah oleh peneliti)

Pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari 76 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang berusia 12-13 tahun berjumlah 16 orang (21%) dan yang berusia 14-15 tahun berjumlah 60 orang (78,9%) dan yang berusia 16 tahun berjumlah 0 orang (0%) Sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian berusia 14-15 tahun.

Tabel 4.5
Tahun Angkatan Responden

No.	Tahun Angkatan	Jumlah	Presentase
1.	2020	26	34,2%
2.	2021	29	38,1%
3.	2022	21	27,6%
Jumlah		76	100%

Sumber: Hasil Penelitian (diolah oleh peneliti)

Pada tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa jumlah responden dari setiap angkatan, di mana responden terbanyak berasal dari angkatan 2021 atau kelas 8 yaitu sebanyak 29 responden (38,1%), setelah itu dari angkatan 2020 atau kelas 9 yaitu

sebanyak 26 responden (34,2%), dan yang terakhir angkatan 2022 atau kelas 7 yaitu sebanyak 21 responden (27,6%).

Tabel 4.6
Pendapatan Dari Orang Tua

No.	Pendapatan Dari Orang Tua	Jumlah	Presentase
1.	Rp. < 500.000 – 1.000.000/Bulan	3	3,9%
2.	Rp. 1.100.000 – 2.000.000/Bulan	3	3,9%
3.	Rp. 2.100.000 – 3.000.000/Bulan	19	25%
4.	Rp. > 3.000.000/Bulan	51	67,1%
Jumlah		76	100%

Sumber: Hasil Penelitian (diolah oleh peneliti)

Pada Tabel 4.6 di atas menunjukkan pendapatan uang dari orang tua responden yaitu, pendapatan orang tua responden sebanyak Rp.<500.000-1.000.000/Bulan berjumlah 3 responden (3,9%), selanjutnya pendapatan orang tua responden sebanyak Rp.1.100.000-2.000.000/Bulan berjumlah 3 responden (3,9%), selanjutnya pendapatan orang tua responden sebanyak Rp.2.100.000-3.000.000/Bulan berjumlah 19 responden (25%), serta pendapatan orang tua responden sebanyak Rp.3.000.000/Bulan berjumlah 51 responden (67,1%).

C. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Promosi (X)

Deskripsi responden sebanyak 76 orang terhadap pernyataan Promosi Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu sebagai berikut:

Tabel 4.7
Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi.

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Total Bobot	N	Mean
		1	2	3	4	5			
1.	Pernyataan 1	1	0	6	58	11	306	76	4,02%
2.	Pernyataan 2	1	0	5	62	8	304	76	4%
3.	Pernyataan 3	1	0	7	49	19	313	76	4,11%
4.	Pernyataan 4	0	4	11	54	7	292	76	3,84%
5.	Pernyataan 5	2	5	11	50	8	285	76	3,75%
6.	Pernyataan 6	1	0	17	52	6	290	76	3,81%
7.	Pernyataan 7	0	1	9	61	5	297	76	3,90%
8.	Pernyataan 8	0	2	11	53	10	299	76	3,93%
9.	Pernyataan 9	0	1	4	57	14	312	76	4,10%

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023 (diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel Promosi yaitu sebanyak 11 orang sangat setuju, 58 orang setuju, 6 orang kurang setuju, 0 orang tidak setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 306 dengan nilai rata-rata 4,02%.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 8 orang sangat setuju, 62 orang setuju, 5 orang kurang setuju, 0 orang tidak setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 304 dengan nilai rata-rata 4%.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 19 orang sangat setuju, 49 orang setuju, 7 orang kurang setuju, 0 orang tidak setuju, dan 1 orang

sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 313 dengan nilai rata-rata 4,11%.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 7 orang sangat setuju, 54 orang setuju, 11 orang kurang setuju, 4 orang tidak setuju, dan 0 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 292 dengan nilai rata-rata 3,84%.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima yaitu sebanyak 8 orang sangat setuju, 50 orang setuju, 11 orang kurang setuju, 5 orang tidak setuju, dan 2 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 285 dengan nilai rata-rata 3,75%.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam yaitu sebanyak 6 orang sangat setuju, 52 orang setuju, 17 orang kurang setuju, 0 orang tidak setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 290 dengan nilai rata-rata 3,81%.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh yaitu sebanyak 5 orang sangat setuju, 61 orang setuju, 9 orang kurang setuju, 1 orang tidak setuju, dan 0 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 297 dengan nilai rata-rata 3,90%

Tanggapan responden untuk pernyataan kedelapan yaitu sebanyak 10 orang sangat setuju, 53 orang setuju, 11 orang kurang setuju, 2 orang tidak setuju, dan 0 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 299 dengan nilai rata-rata 3,93%.

Tanggapan responden untuk pernyataan kesembilan yaitu sebanyak 14 orang sangat setuju, 57 orang setuju, 4 orang kurang setuju, 1 orang tidak setuju, dan 0

orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 312 dengan nilai rata-rata 4,10%.

2. Minat Calon Peserta Didik Baru (Y)

Deskripsi responden sebanyak 76 orang terhadap pernyataan Minat mendaftar di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu Sebagai berikut:

Tabel 4.8
Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Minat Calon Peserta Didik Baru.

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Total Bobot	N	Mean
		1	2	3	4	5			
1.	Pernyataan 10	0	1	10	44	21	313	76	4,11%
2.	Pernyataan 11	1	1	2	36	36	333	76	4,38%
3.	Pernyataan 12	0	2	5	39	30	325	76	4,27%
4.	Pernyataan 13	3	3	11	39	20	298	76	3,92%

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023 (diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel minat calon peserta didik baru yaitu sebanyak 21 orang sangat setuju, 44 orang setuju, 10 orang kurang setuju, 1 orang tidak setuju, dan 0 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 313 dengan nilai rata-rata 4,11%.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 36 orang sangat setuju, 36 orang setuju, 2 orang kurang setuju, 1 orang tidak setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 333 dengan nilai rata-rata 4,38%.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 30 orang sangat setuju, 39 orang setuju, 5 orang kurang setuju, 2 orang tidak setuju, dan 0 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 325 dengan nilai rata-rata 4,27%.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 20 orang sangat setuju, 39 orang setuju, 11 orang kurang setuju, 3 orang tidak setuju, dan 3 orang sangat tidak setuju. Total bobot jawaban dari 76 responden adalah 298 dengan nilai rata-rata 3,92%.

D. Uji Instrumen Penelitian

Menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan valid dan reliabel.

Instrumen yang dinyatakan valid dan reliabel adalah: instrumen yang valid, berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sedangkan instrumen yang reliabel berarti bila digunakan untuk mengukur berkali-kali akan menghasilkan data yang sama.

1. Uji validitas

Untuk mengetahui valid atau tidaknya butir pertanyaan atau pernyataan variabel independen adalah dengan melihat tabel *Item Total Statistic*, Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% (0,05) dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel yang dipakai adalah 76 sampel dan besarnya df dapat dihitung $df = 76-2 = 74$ dengan *alpha* (signifikansi) 0,05 sehingga diperoleh 0,2257. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut

dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid¹

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (R Hitung)	R Tabel	Ket.
Promosi (X)	1	0,683	0,2257	Valid
	2	0,709	0,2257	Valid
	3	0,705	0,2257	Valid
	4	0,749	0,2257	Valid
	5	0,748	0,2257	Valid
	6	0,596	0,2257	Valid
	7	0,518	0,2257	Valid
	8	0,533	0,2257	Valid
	9	0,521	0,2257	Valid
Minat (Y)	1	0,705	0,2257	Valid
	2	0,714	0,2257	Valid
	3	0,753	0,2257	Valid
	4	0,803	0,2257	Valid

Sumber: Data Output SPSS v20 (diolah tahun 2023)

¹ Denok Sunarsi, "Pengaruh Rekrutmen, Seleksi Dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan," *Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia Dan Keuangan* 6, no. 1 (2018): 20.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, terlihat bahwa nilai r_{hitung} pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing dari 2 variabel di atas dinyatakan valid, karena data dinyatakan valid ketika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Melakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan program SPSS versi 20. Pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis Alpha Cronbach. Dimana apabila suatu variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur, Putri dalam Shinta Kurnia Dewi dan Agus Sudaryanto.²

Adapun hasil pengukuran reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu statistik Spss versi 20, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliability Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabel	Keterangan
Promosi (X)	0,822	0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,725	0,60	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS v20 (diolah tahun 2023)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, terlihat pada tampilan SPSS menunjukkan bahwa nilai Alfa Cronbach variabel X adalah 0,822 dan variabel Y adalah 0,725. Kedua variabel tersebut nilai Alfa Cronbach $> 0,60$, maka dinyatakan reliabel.

² Dewi, Validitas.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk di analisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Hasil model regresi yang baik adalah berdistribusi data normal ataupun mendekati data normal.

Pengujian normalitas data pada penelitian menggunakan uji *One sample Kolmogorov-Smirnov*, dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal³

Dengan menggunakan SPSS versi 20 baru terlihat nilai distribusi normal sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.85145322
	Absolute	.080
Most Extreme Differences	Positive	.055
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.701
Asymp. Sig. (2-tailed)		.710

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

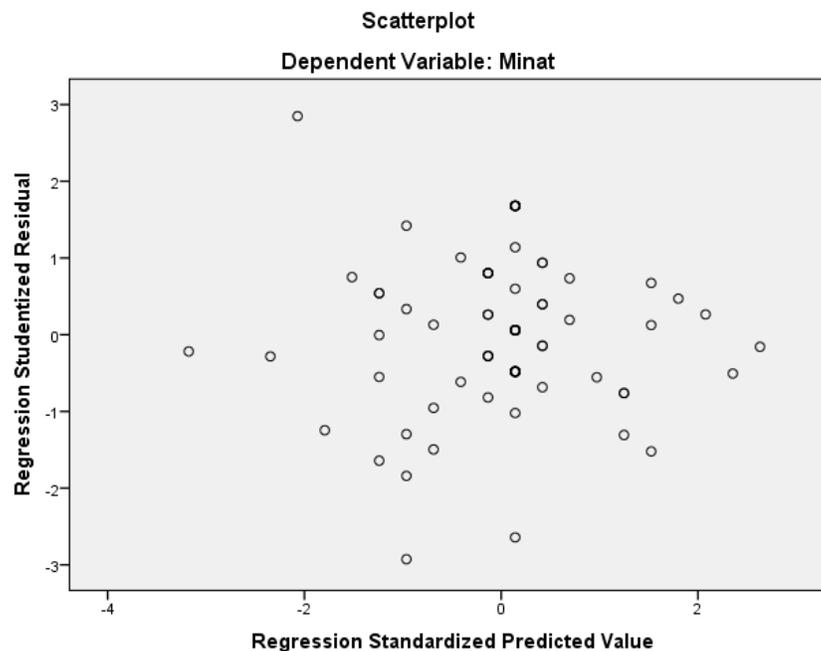
Berdasarkan tabel 4.11 di atas hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan $0,710 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

³ Dahlia, Pengaruh.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol (0) pada sumbu Y.⁴ Berikut hasil pengolahan menggunakan program SPSS versi 20:

Gambar 4.2
Grafik *Scatterplot*



Berdasarkan pada gambar 4.2, *Scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

⁴ Sunarsi, Pengaruh, 25.

F. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui besarnya pengaruh Promosi terhadap minat mendaftar pada sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu. Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS Versi 20 diperoleh hasil analisis regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 4.12
Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.342	2.123		1.574	.120
	Promosi	.376	.060	.592	6.324	.000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.12 di atas, dapat di ketahui hasil Persamaan Penelitian sebagai berikut:

$$Y = a + \beta \cdot X$$

$$Y = 3,342 + 0,376 \cdot X$$

a = Konstanta sebesar 3,342. Artinya jika konstanta bernilai tetap maka variabel Minat calon peserta didik baru adalah sebesar 3,342

β = Koefisien regresi X sebesar 0,376. Menyatakan bahwa jika Promosi (X) mengalami kenaikan 1 satuan, maka nilai Minat calon peserta didik baru (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,376.

G. Uji T

Uji hipotesis dilakukan dengan uji T, Menurut Priadana dan Muis dalam

Muna Dahlia, uji statistik t atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. hasil perhitungan atau t_{hitung} ini selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 (5%) . Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 3) H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$
- 4) H_a ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$.⁵

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS Versi 20 diperoleh hasil analisis Uji T sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Analisis Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.342	2.123		1.574	.120
Promosi	.376	.060	.592	6.324	.000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.13 di atas, dapat diketahui hasil analisis Uji T yang mendapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05, yang artinya variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat calon peserta didik baru. Sehingga dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

⁵ Dahlia, Pengaruh, 53-54.

H. Uji Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali dalam Muna Dahlia, uji koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁶ Hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 20 menunjukkan persentase keberpengaruhannya variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.351	.342	1.864

a. Predictors: (Constant), Promosi

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.14 di atas, diketahui bahwa besaran persentase yang dihasilkan yaitu nilai pada kolom *R Square* sebesar 0,351. Sehingga diartikan sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,351 atau 35,1%, sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian yaitu 64,9%.

I. Metode EPIC Model

EPIC model adalah salah satu alat ukur efektivitas iklan dengan pendekatan komunikasi yang dikembangkan oleh AC Nielsen yang merupakan salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia. Dalam EPIC model memisahkan empat dimensi kritis sebuah iklan yaitu *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan

⁶ Ibid, 55.

menggunakan skor. Nilai EPIC rate ditentukan dengan rumus berikut:

$$p = \frac{\sum wi. f i}{N}$$

Dengan: wi = Nilai Bobot (1 sampai 5); $f i$ = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu; N = Banyaknya jumlah responden. Hasil EPIC rate akan menggambarkan posisi efektivitas suatu produk dalam persepsi responden, sesuai dengan rentang skala yang telah ditentukan.⁷

Masing-masing Dimensi EPIC Model memiliki minimal 2 pertanyaan dan 3 pertanyaan khusus untuk dimensi *Communication*, sehingga kemudian jumlah jawaban yang diberikan responden dari masing-masing pertanyaan dimensi EPIC Model akan diberikan bobot yang telah ditentukan sama dengan perhitungan Skala *Likert*. Selain itu, jumlah jawaban yang diberikan responden berasal dari data tabulasi yang telah dihitung sebelumnya.

Berikut paparan hasil riset data interpretasi metode EPIC Model pada Promosi sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu.

Tabel 4.15
Variabel Penelitian *Empathy*

Atribut	Bobot	Jumlah Responden	
		Empathy 1	Empathy 2
STS	1	1	1
TS	2		
KS	3	6	5
S	4	58	62
SS	5	11	8
TOTAL		76	76

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023 (diolah oleh peneliti)

⁷ Bestriandita, Analisis, 216.

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.15 di atas dapat di hitung sebagai berikut:

$$P1 = \frac{(1 \times 1) + (2 \times 0) + (3 \times 6) + (4 \times 58) + (5 \times 11)}{76} = \frac{306}{76} = 4,02\%$$

$$P2 = \frac{(1 \times 1) + (2 \times 0) + (3 \times 5) + (4 \times 62) + (5 \times 8)}{76} = \frac{304}{76} = 4\%$$

$$PEmpathy = \frac{4,02 + 4}{2} = \frac{8,02}{2} = 4,01$$

Tabel 4.16
Variabel Penelitian *Persuasion*

Atribut	Bobot	Jumlah Responden	
		Persuasion 1	Persuasion 2
STS	1	1	0
TS	2	0	4
KS	3	7	11
S	4	49	54
SS	5	19	7
TOTAL		76	76

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023 (diolah oleh peneliti)

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.16 di atas dapat di hitung sebagai berikut:

$$P1 = \frac{(1 \times 1) + (2 \times 0) + (3 \times 7) + (4 \times 49) + (5 \times 19)}{76} = \frac{313}{76} = 4,11\%$$

$$P2 = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 4) + (3 \times 11) + (4 \times 54) + (5 \times 7)}{76} = \frac{292}{76} = 3,84\%$$

$$PPersuasion = \frac{4,11 + 3,84}{2} = \frac{7,95}{2} = 3,975$$

Tabel 4.17
Variabel Penelitian *Impact*

Atribut	Bobot	Jumlah Responden	
		Impact 1	Impact 2
STS	1	2	1
TS	2	5	0
KS	3	11	17
S	4	50	52
SS	5	8	6
TOTAL		76	76

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023 (diolah oleh peneliti)

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.17 di atas dapat di hitung sebagai berikut:

$$P1 = \frac{(1X2)+(2X5)+(3X11)+(4X50)+(5X8)}{76} = \frac{285}{76} = 3,75\%$$

$$P2 = \frac{(1X1)+(2X0)+(3X17)+(4X52)+(5X6)}{76} = \frac{290}{76} = 3,81\%$$

$$P_{Impact} = \frac{3,75 + 3,81}{2} = \frac{7,56}{2} = 3,78$$

Tabel 4.18
Variabel Penelitian *Communication*

Atribut	Bobot	Jumlah Responden		
		Communication 1	Communication 2	Communication 3
STS	1	0	0	0
TS	2	1	2	1
KS	3	9	11	4
S	4	61	53	57
SS	5	5	10	14
TOTAL		76	76	76

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023 (diolah oleh peneliti)

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.18 di atas dapat di hitung sebagai berikut:

$$P1 = \frac{(1X0)+(2X1)+(3X9)+(4X61)+(5X5)}{76} = \frac{297}{76} = 3,90\%$$

$$P2 = \frac{(1X0)+(2X2)+(3X11)+(4X53)+(5X10)}{76} = \frac{299}{76} = 3,93\%$$

$$P3 = \frac{(1X0)+(2X1)+(3X4)+(4X57)+(5X14)}{76} = \frac{312}{76} = 4,10\%$$

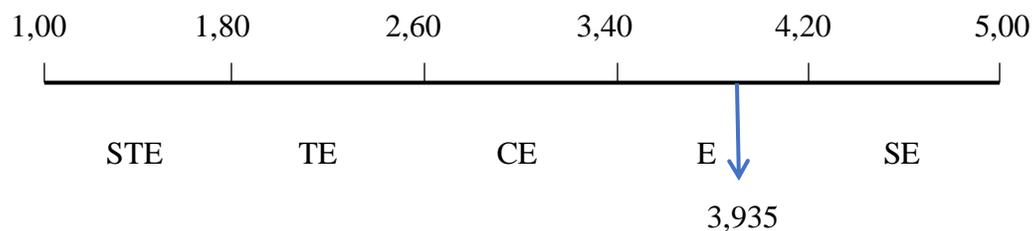
$$P_{Communication} = \frac{3,90 + 3,93 + 4,10}{3} = \frac{11,93}{3} = 3,976$$

Dari hasil tabel induk penelitian seluruh responden seberapa efektivitas Promosi Pada Sekolah Mts Terpadu An Nur Buuts Palu. Pada penelitian dengan metode *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication* (EPIC). Ini menunjukkan dimensi *Empathy* adalah yang tertinggi dengan skor 4,01, kemudian dimensi *Communication* dengan skor 3,976, dimensi *Persuasion* dengan skor 3,975, dan yang terendah adalah dimensi *Impact* dengan skor 3,78.

Tabel 4.19
Tabel nilai keseluruhan EPIC Model

Nilai Dimensi	
<i>Empathy</i>	4,01
<i>Persuasion</i>	3,976
<i>Impact</i>	3,975
<i>Communication</i>	3,78
Jumlah	15,741
$\frac{\text{Jumlah}}{4}$	3,935

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.19 di atas dapat diukur efektivitasnya menggunakan Skala perbandingan efektif sebagai berikut:



Terlihat dari skala perbandingan efektif di atas, menjelaskan bahwa Promosi pada sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dinilai EFEKTIF dengan jumlah 3,935, dalam hal ini metode EPIC mengungkapkan bahwa dimensi *Empathy* bernilai tinggi dalam mengidentifikasi keadaan, perasaan serta pikiran yang sama dengan orang lain atau kelompok lainnya, selain itu juga unggul pada dimensi *Communication* yang dapat menginformasikan kemampuan konsumen mengingat pesan primer yang disampaikan pada produk lalu mengubahnya dalam bentuk gambar atau kata-kata.

J. Pembahasan

Pada saat ini lembaga pendidikan kian bersaing yaitu sekolah Negeri dan Swasta. Karena daya saing yang cukup, menjadikan sekolah Swasta sebagai opsi bagi mereka yang tidak mendapatkan kesempatan bersekolah di sekolah Negeri. Maka dari itu sekolah swasta perlu meninjau aspek promosi agar tidak kalah saing dengan sekolah lainnya.

Tahun 2020 merupakan tahun di mana aspek pendidikan di Indonesia hampir lumpuh total. Di tengah pandemi covid-19 yang kian meresahkan seluruh penduduk Indonesia, pemerintah menghimbau kepada seluruh masyarakat untuk melakukan *Physical Distancing*. Hal ini menyebabkan Sekolah dan diseluruh Indonesia mengalami kesulitan dalam beroperasi. Hampir semua sekolah menerapkan *work from home* yang membuat kegiatan akademik dan non akademik menjadi terhambat, tidak terkecuali penerimaan siswa baru. Pandemi covid-19 membuat animo masyarakat untuk mendaftarkan anaknya ke sekolah menjadi menurun drastis.⁸ Lain halnya dengan sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu Dapat di katakan adanya kenaikan yang signifikan, Pandemi yang terjadi pada tahun 2020 terlihat tidak memberi penurunan minat pada calon peserta didik baru atau masyarakat untuk mendaftarkan anaknya di MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dari tahun sebelumnya yaitu dari 56 siswa menjadi 107 siswa, melainkan di tahun 2021 mengalami kenaikan lagi menjadi 120 siswa. Akan tetapi masuk pada pasca pandemi Covid-19 yaitu tahun 2022, menariknya jumlah siswa yang masuk malah terjadi penurunan menjadi 87 siswa.

⁸ Verawati, Digital.

Penurunan pendaftaran calon peserta pada tahun 2022, ditinjau dari hasil wawancara, peneliti memperoleh jawaban bahwa di tahun 2022 pihak sekolah kurang melakukan promosi dibandingkan tahun sebelumnya, dengan beberapa kendala yang dialami, di antaranya:

1. Kekurangan SDM.
2. Sulit membagi waktu.
3. Fokus mengikuti banyak lomba/audisi baik tingkat kabupaten, provinsi, nasional hingga internasional. Dengan alasan mengejar citra sekolah.
4. Terjadinya penolakan pemasangan iklan spanduk pada beberapa sekolah SD kota palu.⁹

Berikut pembahasan penelitian berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan bantuan SPSS versi 20, sehingga ke validan dan reability dapat diketahui. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang mana variabel (X) adalah Promosi dan variabel (Y) adalah Minat calon peserta didik baru. Dari variabel (X) atau Promosi, terdapat 4 Dimensi diantaranya, *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Sedangkan pada variabel (Y) juga terdapat 4 Dimensi yaitu, Perhatian, Perasaan senang atau tidak senang, Kesadaran, dan Kemauan.

Penelitian ini menghasilkan data yang merupakan data kuantitatif yang mengacu pada hasil pemerolehan skor yang dijawab responden dari sebaran kuesioner. Kuesioner penelitian diberikan kepada responden berlangsung selama 2 hari yaitu pada tanggal 20 Februari 2023 dan 21 Februari 2023, jumlah responden sebanyak 76 dengan responden laki-laki sebanyak 27 atau 35,5% responden dan perempuan sebanyak 49 atau 64,4% responden, hal ini menunjukkan responden perempuan lebih banyak dibanding responden laki-laki.

⁹ Indra, S.Pd, jawaban wawancara pada tanggal 2 November 2022.

Berdasarkan penelitian ini di tinjau dari hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan $0,710 > 0,05$, maka dapat di simpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Selain itu hasil Analisis Regresi Linear Sederhana dapat di ketahui hasil Persamaan Penelitian sebagai berikut:

$$Y = a + \beta \cdot X$$

$$Y = 3,342 + 0,376 \cdot X$$

a = Konstanta sebesar 3,342. Artinya jika konstanta bernilai tetap maka variabel Minat calon peserta didik baru adalah sebesar 3,342

β = Koefisien regresi X sebesar 0,376. Menyatakan bahwa jika Promosi (X) mengalami kenaikan 1 satuan, maka nilai Minat calon peserta didik baru (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,376.

Di tinjau dari hasil uji T dapat diketahui hasil yang mendapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05, yang artinya variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat calon peserta didik baru. Sehingga dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Dan dapat diketahui besaran pengaruh variabel independen dengan melihat hasil analisis uji Determinasi, diketahui bahwa besaran persentase yang dihasilkan yaitu nilai pada kolom *R Square* sebesar 0,351. Sehingga diartikan sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,351 atau 35,1%, sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian yaitu 64,9%. Sekiranya variabel Promosi dapat menjadi salah satu aspek penting dalam menarik minat calon peserta didik baru.

Bagi peneliti Faktor yang menyebabkan kontribusi variabel promosi pada penelitian ini hanya memperoleh 35,1%, adanya perbedaan pandangan terhadap

masarakat atau wali siswa terhadap sekolah swasta dan negeri, di samping itu terhadap sekolah yang masi tingkat sekolah menengah pertama, yang mana calon siswa masi di arahkan atau di daftarkan oleh wali siswa. Beberapa pandangan umumnya terhadap sekolah swasta berupa Biaya sekolah, Kurikulum, Fasilitas, Jumlah siswa, dan Pergaulan. Sehingga menjadikan sekolah Swasta sebagai opsi bagi mereka yang tidak mendapatkan kesempatan bersekolah di sekolah Negeri.

Bagi peneliti Selain itu persaingan antar sekolah Swasta juga termasuk faktor yang menyebabkan kontribusi variabel promosi pada penelitian ini hanya memperoleh 35,1%, di kota palu sendiri sekolah tingkat menengah Swasta berjumlah 45 sekolah di bandingkan sekolah tingkat menengah Negeri yang hanya berjumlah 28 sekolah, tidak menutup kemungkinan setiap sekolah berusaha untuk mempromosikan sekolahnya.¹⁰

Akan tetapi merujuk pada harapan variabel promosi untuk bisa memperoleh setidaknya 50%. Menurut peneliti kontribusi promosi sebesar 0,351% adalah nilai yang signifikan untuk menarik minat calon peserta didik baru. Hal ini berdasarkan dukungan penelitian sebelumnya yaitu, oleh Triyono, Dasmadi dan A. Fidhdia Ariestanto TNK dengan hasil penelitian yang dapat dilihat besar nilai *R Square* sebesar 0,560, hal ini menunjukkan bahwa variabel Promosi, Biaya, Fasilitas, Akreditasi, dan Lokasi secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel minat calon mahasiswa baru sebesar 56%.¹¹ Dalam hal ini menjelaskan variabel perlu variabel lainnya untuk memperoleh setidaknya setengah dari tujuan yang di inginkan yaitu 56%.

¹⁰ Sekolah kita, Agustus 2021, <https://data.sekolah-kita.net>

¹¹ Triyono, Pengaruh, 227.

Adapun penelitian oleh Zahrotul Azkiyah, Ari Kartiko dan Muhammad Mujtaba Mitra Zuana dengan hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan dan promosi menyumbang 55,4 % terhadap minat siswa baru di Madrasah Bertaraf Internasional Amanatul Ummah Pacet Mojokerto.¹² Begitupun dalam penelitian ini, menjelaskan variabel promosi memerlukan satu variabel lainnya yaitu kualitas pelayanan untuk memperoleh 55,4%.

Promosi tentu salah satu aspek kenaikan siswa tersebut walaupun dalam kondisi fenomena yang menjadi kendala dunia pendidikan, dapat dilihat dari perhitungan menggunakan metode EPIC sehingga peneliti mendapatkan hasil dari skala perbandingan efektif yang menjelaskan bahwa Promosi pada sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dinilai EFEKTIF dengan jumlah nilai 3,935 dari 5.00 yang merupakan nilai tertinggi.

Dalam hal ini EPIC model adalah 4 dimensi yang berkaitan dengan Promosi yaitu diantaranya, *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. masing-masing dimensi telah dihitung dengan rumusan yang telah di rumuskan. *Empathy* dihitung sebesar 4,01%, *Persuasion* dihitung sebesar 3,975%, *Impact* dihitung sebesar 3,78%, *Communication* dihitung sebesar 3,976. Terlihat jelas bahwa dimensi *Empathy* dengan nilai 4,01% merupakan nilai tertinggi di bandingkan dengan dimensi lainnya. *Empathy* sendiri berhubungan dengan emosional yang memberikan informasi, apakah konsumen menyukai iklan yang disampaikan dan menggambarkan bagaimana konsumen melihat hubungan antara iklan dengan pribadi konsumen.

MTs Terpadu An Nur Buuts Palu, yang termasuk Sekolah Islam Terpadu (SIT), Sekolah Islam Terpadu (SIT) yaitu sekolah yang mengimplementasikan

¹² Azkiyah, Pengaruh, 301.

konsep pendidikan Islam berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah serta dilandasi oleh Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional. Dengan beragam prestasi yang di informasikan baik di bidang umum maupun islami, MTs terpadu An Nur Buuts Palu memberikan gambaran yang positif bagi calon peserta didik baru, dalam hal ini sekolah yang masi dalam tingkat menengah yang berprestasi sangat cocok bagi para wali siswa untuk mendaftarkan anaknya. Dengan kata lain masyarakat melihat hubungan iklan dengan pribadi calon peserta didik baru berdasarkan emosionalnya menggambarkan hal yang positif. Menurut *The Greater Good Science Center*, institusi penelitian psikologi, sosiologi dan neurosains, empati juga merupakan kunci dari keberhasilan sebuah hubungan karena membantu seseorang memahami cara berpikir, kebutuhan, dan keinginan orang lain. Jadi, bisa disimpulkan bahwa empati merupakan kemampuan kita untuk memahami apa yang dialami, dirasakan, dan dipikirkan oleh orang lain dengan cara mengandaikan bahwa kita turut mengalami apa yang dialami orang tersebut untuk tujuan membangun hubungan yang baik.¹³

Berdasarkan pembahasan di atas, dengan persentase atau variasi kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,351 atau 35,1%, menjelaskan bahwa pengaruh promosi terhadap minat calon peserta didik baru pada Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dinilai berperan penting melihat kondisi data siswa yang mendaftar terjadi kenaikan walaupun dalam masa krisis yaitu pandemi Covid – 19. Didukung dengan pengukuran skala Efektivitas dengan bantuan perhitungan EPIC Model menjelaskan bahwa Promosi pada sekolah MTs Terpadu An

¹³ Hana Lintang, "Mengenal Apa Itu Empati Serta Manfaatnya Dalam Proses Belajar Dan Berorganisasi," zenius, January 21, 2022, <https://www.zenius.net/blog/apa-itu-empati-serta-manfaatnya>.

Nur Buuts Palu dinilai EFEKTIF dengan jumlah nilai 3,935 dari 5.00 yang merupakan nilai tertinggi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data Efektivitas Promosi Pada Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Pada Pasca Pandemi Covid-19, Maka dalam bab ini dapat disimpulkan:

1. Hasil analisa Promosi Pada Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru yang telah dilakukan peneliti, dari hasil jawaban kuesioner yang telah disebarakan kepada 76 responden juga dengan bantuan perhitungan SPSS versi 20. Dapat diketahui hasil analisis Uji T yang mendapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05, yang artinya variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat calon peserta didik baru. Selain itu berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa besaran persentase yang dihasilkan yaitu nilai pada kolom *R Square* sebesar 0,351. Sehingga diartikan sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,351 atau 35,1%, sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian yaitu 64,9%.
2. Dapat dilihat dari perhitungan menggunakan metode EPIC, peneliti mendapatkan hasil dari skala perbandingan efektif yang menjelaskan bahwa Promosi pada sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dinilai EFEKTIF dengan jumlah nilai 3,935 dari 5.00 yang merupakan nilai tertinggi. Dalam hal ini metode EPIC mengungkapkan bahwa dimensi *Empathy* bernilai tinggi

dalam mengidentifikasi keadaan, perasaan serta pikiran yang sama dengan orang lain atau kelompok lainnya, selain itu juga unggul pada dimensi *Communication* yang dapat menginformasikan kemampuan konsumen mengingat pesan primer yang disampaikan pada produk lalu mengubahnya dalam bentuk gambar atau kata-kata.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan diatas, adapun beberapa saran dari peneliti, di antaranya:

1. Bagi Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu

MTs Terpadu An Nuur Buuts Palu perlu meningkatkan minat calon peserta didik baru di Kota Palu, agar dapat mencapai target jumlah peserta didik baru setiap tahunnya. Hal tersebut dapat dilaksanakan dengan meninjau promosi dan mengoptimalkannya agar selalu menjadi aspek penting dalam membangun citra sekolah MTs Terpadu An Nuur Buuts Palu dan dapat bersaing lebih luas dengan sekolah lainnya. Terutama pada dimensi *persuasion* dan *impact*, sehingga lebih meyakinkan calon peserta didik baru kedepannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Jika ingin melakukan penelitian yang berkaitan diharapkan mengambil populasi dan lokasi penelitian yang lebih luas lagi dengan jumlah responden yang lebih bervariasi. Selain itu juga penulis mengharapkan agar peneliti selanjutnya menambahkan jumlah variabel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyanto, A. (2022). Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di Madrasah Aliyah (MA) Paradigma Palembang. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 26.
- Aprianto, K.(2019). Efektifitas Media Promosi Sma Yadika 3 Ciledug Tangerang Terhadap Minat Siswa/I Bersekolah.
- Azis, S. (2017). Efektifitas Promosi Terhadap Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Pada Universitas Al Asyariah Mandar. *Pepatudzu: Media Pendidikan dan Sosial Kemasyarakatan*, 5(1), 85-102.
- Ardhi, B. M., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian (studi Pada Pengguna Website Bukalapak Tahun 2019). *eProceedings of Management*, 7(1).
- Asmara, G. I. (2021). Pengaruh Proses Komunikasi Pemasaran Produk Asuransi Terhadap Minat Beli Calon Nasabah Asuransi. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 149-161.
- Aisya, S., Eliza, S., Fatma, F., & Zainuddin, M. A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 57-74.
- Azkiyah, Z., Kartiko, A., & Zuana, M. M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru Di Madrasah. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 290-303.
- Bestriandita, D., & Widodo, E. (2017, July). Analisis perbandingan efektivitas iklan menggunakan EPIC model terhadap mahasiswa UII Yogyakarta. In *Prosiding SI MaNIs (Seminar Nasional Integrasi Matematika Dan Nilai-Nilai Islami)* (Vol. 1, No. 1, pp. 216).
- Budiastuti, D. R. (2022). Strategi Promosi dan Publikasi SMP PGRI 363 Pondok Petir di masa pandemi Covid 19. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 7(1), 166-180.
- Dahlia, M. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi pada Dosen*

UIN Ar-Raniry) (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).

- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan reliabilitas kuisisioner pengetahuan, sikap dan perilaku Pencegahan Demam Berdarah. Prosiding Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta 2020, 75.
- Edam, N. S., Pangemanan, S., & Kairupan, J. (2018). Efektivitas Program Cerdas Command Center Sebagai Media Informasi Masyarakat Dalam Rangka Pelayanan Publik (Studi Di Kantor Walikota Manado). *Jurnal Eksekutif*, 1(1), 3.
- Erlina, E. (2021). Strategi Pemasaran Sekolah Inklusif Di Mi Ma'arif Keji Ungaran Semarang. *Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 36-56.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.
- Hapsari, T. P. R. N., & Fitria, A. S. (2020). Efektivitas pembelajaran daring mata kuliah evaluasi pengajaran bahasa dan sastra Indonesia masa pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA*, 2(01), 14.
- Harahap, S. R. (2020). Proses Interaksi Sosial Di Tengah Pandemi Virus Covid 19. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 11(1), 48-49.
- Juwita, D. (2018). *Efektivitas Program Prona Dalam Rangka Peningkatan Pelayanan Pensertifikasian Tanah Di Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Labuhan Batu* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi peningkatan mutu di SD Alam Baturraden. *El-Tarbawi*, 8(2), 164.
- Khotimah, H., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli. *Journal of Economic Education*, 5(2), 114.

- Lintang, Hana. "Mengenal Apa Itu Empati Serta Manfaatnya Dalam Proses Belajar Dan Berorganisasi," zenius, Januari 21, 2022, <https://www.zenius.net/blog/apa-itu-empati-serta-manfaatnya>.
- Malik, A., & Utari, W. (2022). Manajemen Pendidikan Islam Terpadu (It) Dalam Membentuk Siswa Berakhlak Mulia Pada Sdit Balikpapan Islamic School Balikpapan. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 5(3), 159.
- Mustofa, T., & Mardliyyah, A. (2020). Pengembangan Kurikulum Bahasa Arab di Sekolah Islam Terpadu SMP Luqmanul Hakim Aceh. *Al Mahara: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab*, 6(1), 65.
- Nalendra, A. R. A. dkk. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS. CV. MEDIA SAINS INDONESIA*. Bandung.
- Pancaningrum, E., & Sari, D. K. (2019). Analisa Epic model: Mengukur efektivitas iklan Indomie versi ayam geprek di televisi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 56.
- Perdana, A. Z. A. (2010). Penerapan bauran promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Asuransi Bumi Putra Syariah Surakarta.
- Qibtiyah, M. A. (2018). *Strategi kepala sekolah dalam membangun citra sekolah swasta menuju sekolah unggul berkompetitif di SMP Ar-Rohmah Putri Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Raudhatul, J. (2020). *Pengaruh Pemanfaatan Media Augmented Reality Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Tematik Siswa Kelas Iv Tema Peduli Terhadap Makhluk Hidup Di Sdn 07 Kota Bengkulu* (Doctoral Dissertation, Iain Bengkulu).
- Ristanti, H. (2021). *Minat Siswa Terhadap Pembelajaran Daring Pada Mata Pelajaran Pjok Di SMP Negeri 21 Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Setiawan, B., & Arfa, M. (2019). Efektifitas Promosi Perpustakaan Dalam Bentuk Brosur Terhadap Minat Kunjung Pemustaka: Studi Kasus Di Kantor Arsip Danperpustakaan Kabupaten Pati Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(1), 235.
- Shaid, N, J. (2022) February 19. Apa Itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis, Dan Fungsinya."KOMPAS.com.<https://money.kompas.com/read/2022/02/19/18>

1905526/apa-itu-promosi-pengertian-tujuan-jenis-dan-fungsinya?page=all

- Sunarsi, D. (2018). Pengaruh rekrutmen, seleksi dan pelatihan terhadap produktivitas kerja karyawan. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 6(1), 20.
- Triyono, T., Dasmadi, D., & TNK, A. F. A. (2021). Pengaruh Promosi, Biaya, Fasilitas, Akreditasi, Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 9(2), 220-229.
- Tyagita, B. P. A. (2016). Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama di Kabupaten Semarang 1. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1), 68.
- Umayatul Mufidah, U. M. (2022). Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smk Ma'arif 9 Kebumen.
- Verawati, I. (2020, November). Digital Marketing Sebagai Sarana Peningkatan Promosi Sekolah Di Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 198).
- Yarmunida, M., & Fryanti, Y. E. (2022). Strategi Adaptasi Biro Tour And Travel Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Perusahaan Tour And Travel Haji dan Umrah PT AQM Kota Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 346.
- Yusup, F. (2017). Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta." *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 21–22.

Lampiran Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth

Saudara (i) responden penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat,

Saudara/i, dalam rangka menyelesaikan tugas karya ilmiah (skripsi) pada jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu.

Dengan ini saya, sebagai peneliti :

Nama : Rahmat Hidayatullah
Nim : 19.5.12.0016
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Sedang melakukan penelitian dengan judul :

“EFEKTIVITAS PROMOSI PADA SEKOLAH MTS TERPADU AN NUR BUUTS PALU DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU PADA PASCA PANDEMI COVID-19”

Saya memohon kesediaan saudara(i) untuk meluangkan sedikit waktunya mengisi kuesioner penelitian yang telah saya sertakan. Seluruh informasi serta data-data yang saudara(i) sertakan hanya digunakan untuk penelitian dan dijamin kerahasiaannya.

Atas bantuan saudara(i) karena telah bersedia membantu serta meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini saya ucapkan banyak terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat Saya
Peneliti.

Rahmat Hidayatullah
19.5.12.0016

A. PROFIL RESPONDEN

Nama Responden :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : a. 12-13

b. 14-15

c. 16

Tahun Angkatan : a. 20

b. 21

c. 22

Pendapatan dari orang tua : a. < 500.000 – 1.000.000/bulan

b. 1.100.000 – 2.000.000/bulan

c. 2.100.000 – 3.000.000/bulan

d. > 3.000.000/bulan

B. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihan jawaban dengan memberi tanda check (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan saudara(i).

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju (bobot 1)

TS : Tidak Setuju (bobot 2)

KS : Kurang Setuju (bobot 3)

S : Setuju (bobot 4)

SS : Sangat Setuju (bobot 5)

Isilah sejumlah pertanyaan di bawah ini :

1. Promosi

MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dalam proses mempromosikan telah menggunakan banyak media seperti : Televisi, Media Online, Spanduk, Brosur, Baliho, dll.

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
<i>Empaty</i>						
1.	Iklan Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dinilai bagus					
2.	Saya menyukai iklan Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu					
<i>Persuasion</i>						
3.	Saya tertarik dengan iklan Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu					
4.	Saya ingin masuk belajar di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu, setelah melihat/membaca iklannya.					
<i>Impact</i>						
5.	Saya mengetahui Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu, karena melihat/membaca iklannya.					
6.	Iklan Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu lebih kreatif dibandingkan dengan iklan Sekolah lainnya.					

<i>Communication</i>						
7.	Pesan iklan Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu lebih jelas dibandingkan iklan Sekolah lainnya.					
8.	Pesan iklan Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu tersampaikan dengan baik dalam menjelaskan kelebihan Sekolah.					
9.	Tagline dari iklan Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu sudah mengkomunikasikan tujuan iklannya dengan baik.					

2. Minat

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu berhasil menarik perhatian.					
2.	Saya merasa senang untuk masuk belajar di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu.					
3.	Saya masuk belajar di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dalam keadaan fokus (Sadar).					
4.	Saya masuk belajar di Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu atas dasar kemauan.					

34	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
37	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
41	4	4	4	3	2	3	3	4	3	30
42	5	4	4	3	4	5	5	4	4	38
43	1	1	1	3	1	3	4	5	5	24
44	4	4	5	4	4	4	4	3	5	37
45	4	4	5	4	4	4	4	3	5	37
46	4	4	4	4	2	3	3	3	4	31
47	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
48	4	3	3	2	3	4	4	3	3	29
49	4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
50	4	4	4	4	3	3	3	4	3	32
51	3	4	4	3	3	3	4	3	4	31
52	5	4	4	4	5	5	4	4	5	40
53	3	3	3	4	4	3	4	4	4	32
54	3	3	3	4	4	3	4	3	4	31
55	4	3	5	5	4	3	5	5	5	39
56	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	4	4	5	4	2	5	4	4	4	36
60	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41
61	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
62	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
64	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
65	5	4	4	3	3	4	4	4	4	35
66	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
69	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
70	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
71	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35

72	4	3	4	3	3	3	4	3	4	31
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Jumlah	306	303	313	292	285	289	298	299	312	2697
	0.683366	0.709128	0.704941	0.748542	0.747574	0.595949	0.517997	0.533274	0.521318	
	0.2257	0.2257	0.2257	0.2257	0.2257	0.2257	0.2257	0.2257	0.2257	
	Valid									

VARIABEL Y

No.	Minat (Y)				
Respon.	Y1	Y2	Y3	Y4	Total Y
1	5	5	5	5	20
2	4	5	5	5	19
3	4	4	5	5	18
4	4	4	5	5	18
5	5	5	5	5	20
6	4	5	4	5	18
7	4	5	4	3	16
8	4	4	4	2	14
9	4	4	4	1	13
10	3	4	2	1	10
11	5	5	5	4	19
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	4	5	4	4	17
19	4	5	4	4	17
20	4	5	4	4	17
21	4	4	3	4	15
22	4	5	4	4	17
23	3	4	4	4	15
24	4	4	4	4	16

25	5	4	5	4	18
26	5	4	4	3	16
27	5	5	5	4	19
28	5	5	5	4	19
29	4	5	5	4	18
30	5	5	4	4	18
31	3	4	3	3	13
32	4	5	4	4	17
33	5	5	5	5	20
34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	4	5	5	18
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	4	5	5	5	19
41	3	4	4	5	16
42	4	5	4	5	18
43	3	1	5	3	12
44	4	5	5	3	17
45	5	5	5	3	18
46	4	3	4	3	14
47	4	5	4	3	16
48	4	4	2	2	12
49	4	4	3	2	13
50	4	4	3	1	12
51	4	4	4	4	16
52	5	4	4	4	17
53	4	4	4	4	16
54	3	3	3	3	12
55	5	4	4	4	17
56	5	5	5	3	18
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	2	2	5	3	12
60	4	4	4	4	16
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20

63	4	5	4	4	17
64	3	4	4	4	15
65	4	4	5	4	17
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	5	5	5	4	19
70	4	5	4	4	17
71	3	4	5	5	17
72	3	4	4	4	15
73	4	5	4	4	17
74	4	5	5	5	19
75	3	5	5	4	17
76	4	5	4	4	17
Jumlah	313	333	325	298	1269
	0.704952	0.713871	0.752676	0.802618	
	0.2257	0.2257	0.2257	0.2257	
	Valid	Valid	Valid	Valid	

Lampiran Uji Penelitian

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (R Hitung)	R Tabel	Ket.
Promosi (X)	1	0,683	0,2257	Valid
	2	0,709	0,2257	Valid
	3	0,705	0,2257	Valid
	4	0,749	0,2257	Valid
	5	0,748	0,2257	Valid
	6	0,596	0,2257	Valid
	7	0,518	0,2257	Valid
	8	0,533	0,2257	Valid
	9	0,521	0,2257	Valid
Minat (Y)	1	0,705	0,2257	Valid
	2	0,714	0,2257	Valid
	3	0,753	0,2257	Valid
	4	0,803	0,2257	Valid

Sumber: Data Output SPSS v20 (diolah tahun 2023)

Hasil Uji Reliability Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabel	Keterangan
Promosi (X)	0,822	0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,725	0,60	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS v20 (diolah tahun 2023)

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

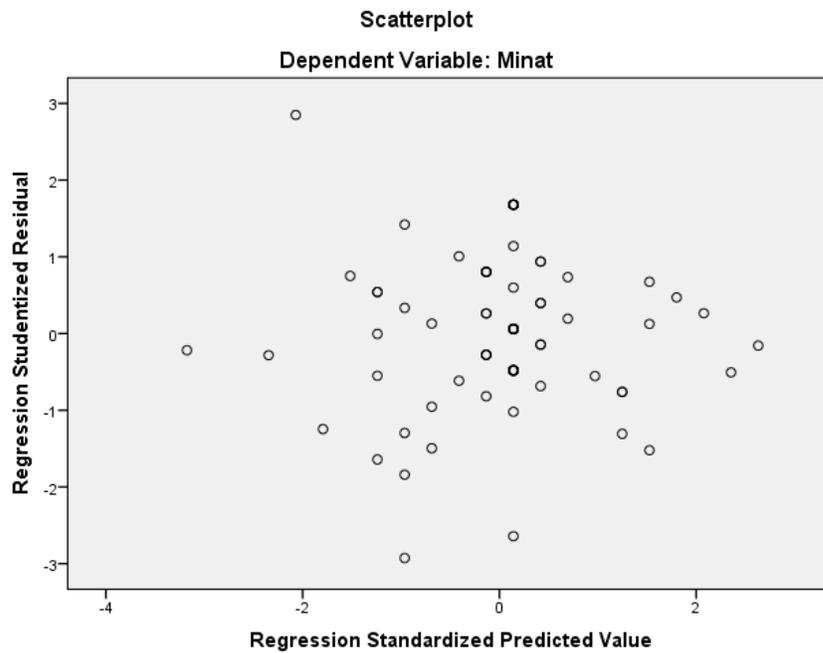
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.85145322
	Absolute	.080
Most Extreme Differences	Positive	.055
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.701
Asymp. Sig. (2-tailed)		.710

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Menguji Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot*

Grafik Scatterplot



Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.342	2.123		1.574	.120
Promosi	.376	.060	.592	6.324	.000

a. Dependent Variable: Minat

Hasil Analisis Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.342	2.123		1.574	.120
Promosi	.376	.060	.592	6.324	.000

a. Dependent Variable: Minat

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

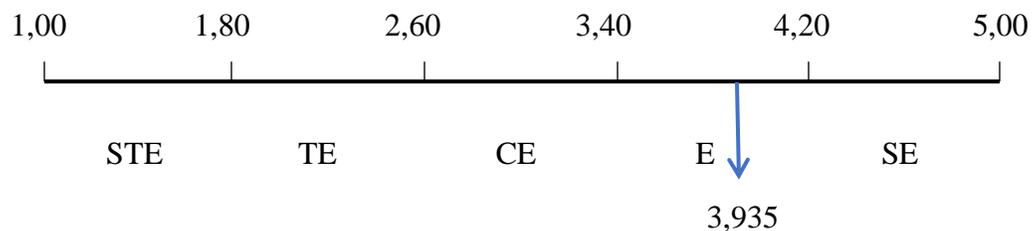
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.351	.342	1.864

a. Predictors: (Constant), Promosi

Tabel nilai keseluruhan EPIC Model

Nilai Dimensi	
<i>Empathy</i>	4,01
<i>Persuasion</i>	3,976
<i>Impact</i>	3,975
<i>Communication</i>	3,78
Jumlah	15,741
$\frac{\text{Jumlah}}{4}$	3,935

Skala perbandingan efektif.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.

Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Rahmat Hidayatullah NIM : 195120016
TTL : Pandajaya, 03-09-2001 Jenis Kelamin : Laki - Laki
Jurusan : Ekonomi Syariah 1 Semester : VI
Alamat : Jl. Labu Lt. Tranawiyah No.17 HP : 0853 9734 1274

Judul :

o Judul I Peran Promosi dalam meningkatkan minat Peserta didik baru pada Sekolah MAN 1 Kota Palu di tujau dari Perspektif Ekonomi Islam.

o Judul II Pemanfaatan media sosial sebagai aspek Promosi dalam meningkatkan minat Peserta didik baru pada Sekolah MAN 1 Kota Palu Perspektif Ekonomi Islam.

o Judul III Efektivitas Promosi pada Sekolah MAN 1 Kota Palu dalam mengoptimalkan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) di tujau dari Perspektif Ekonomi Islam.

Ji masa Pender Can - 19.

Palu, 22 Maret2022

Mahasiswa,

Rahmat Hidayatullah
NIM. 195120016

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Efektivitas Promosi pada Sekolah MAN 1 Kota Palu dalam mengoptimalkan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) di masa Pandemi Covid-19

Pembimbing I : Nurwanita

Perspektif Ekonomi Islam

Pembimbing II : Dede Arsyani
a.n. Dekan

Ketua Jurusan,

Wakil Dekan BIDANG AKADEMIK DAN
KELEMBAGAAN

Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag
NIP. 19770331 200312 2 002

Nursyamsu, S.H.I., M.S.I
NIP. 198605072015031002

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

NOMOR : 470 TAHUN 2022

TENTANG

PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
TAHUN AKADEMIK 2021/2022

- Membaca : Surat saudara : **Rahmat Hidayatullah / NIM 19.5.12.0016** mahasiswa jurusan **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu dengan judul skripsi : **Efektivitas promosi pada Sekolah MAN 1 Kota Palu dalam mengoptimalkan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) dimasa pandemi covid-19 perspektif ekonomi islam**
- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.
- b. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional
4. Peraturan Presiden Nomor 61 Tahun 2021 tentang Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 041606/B.II/3/2021 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
7. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor : 457/Un.24/KP.07.6/12/2021 tentang Pengangkatan Dekan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TAHUN AKADEMIK 2021/2022
- PERTAMA : 1. **Nur Wanita, S.Ag., M.Ag.** (Pembimbing I)
2. **Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si., M.Si** (Pembimbing II)
- KEDUA : Pembimbing I bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan substansi/isi skripsi.
Pembimbing II bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan metodologi penulisan skripsi.
- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA UIN DATOKARAMA Palu Tahun Anggaran 2022.
- KEEMPAT : Jangka waktu penyelesaian skripsi dimaksud selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal ditetapkannya Keputusan ini.
- KELIMA : Segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini.

Ditetapkan di : Palu

Pada Tanggal : 04 APRIL 2022

Dekan,

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

Tembusan :

1. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 01 / Un.24 / F.IV / PP.00.9 / 01 / 2023
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

18 Januari 2023

Yth.
Kepala Sekolah MTs Annur Buuts Palu
di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Rahmat Hidayatullah
NIM : 19.5.12.0016
TTL : Pandajaya, 03 September 2001
Semester : VI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Labu Lrg. MTSN 2 Kota Palu

Untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **Efektivitas promosi pada Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru pada pasca pandemi covid-19 perspektif ekonomi islam**

Dosen Pembimbing :

1. **Nur Wanita, S.Ag., M.Ag.**
2. **Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si., M.Si**

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian di MTs Annur Buuts Palu

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam.



Dekan,
Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.

19650505 199903 1 002



YAYASAN AN NUR BUUTS
MADRASAH TSANAWIYAH TERPADU AN NUR BUUTS
AN NUR BUUTS INTEGRATED JUNIOR HIGH SCHOOL



المدرسة الثانوية المتدمجة التوربعوث

JL. Samudera Pasifik Kel. Kabonena Kec. Ulujadi Kota Palu Sulawesi Tengah

E-Mail : mtsannurbuuts@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 083/A.2/MATSAB/SK/IV/2023

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Nomor: .24/F.IV/PP.00.9/10/2022, hal :Izin Mengadakan Penelitian tertanggal 17 Oktober 2022, maka Kepala MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini :

Nama : Rahmat Hidayatullah
NIM : 19.5.12.0016
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenjang : S1

Benar telah mengadakan penelitian di MTs Terpadu An Nur Buuts Palu pada tanggal 17 Oktober 2022 s/d 08 Maret 2023 guna melengkapi data pada penyusunan Skripsi yang berjudul :
“Evektivitas Promosi Pada Sekolah MTs Terpadu An Nur Buuts Palu dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Pada Pasca Pandemi Covid-19”

Demikian Surat Keterangan diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Palu, 10 April 2023

Kepala Madrasah,



Lampiran Dokumentasi

DOKUMENTASI



Penerimaan data daftar siswa yang masuk pada tahun 2019 hingga 2022 (Observasi Awal)



Wawancara kepada salah satu guru MTs Terpadu An Nur Buuts Palu (Indra, S.Pd)



Brosur yang dibagikan baik secara online maupun offline



Spanduk iklan sekaligus pengumuman juara tingkat Provinsi



Pembagian kuesioner penelitian kepada siswa MTs Terpadu An Nur Buuts Palu



Pengembalian kuesioner penelitian yang telah diisi



Pemberian surat balasan izin meneliti



Instagram Sekolah An nur buuts Palu

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Rahmat Hidayatullah
Tempat, Tanggal Lahir : Pandajaya, 03 September 2001
Alamat : Jl. Labu Lr. Tsanawiyah No. 17
Agama : Islam



B. IDENTITAS ORANG TUA

1. Ayah

Nama : Abdul Malik Yahya, S.Ag
Alamat : Jl. Labu Lr. Tsanawiyah No. 17
Pekerjaan : PNS
Agama : Islam

2. Ibu

Nama : Rohani
Alamat : Jl. Labu Lr. Tsanawiyah No. 17
Pekerjaan : IRT
Agama : Islam

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2007 – 2013 : MIN 1 Palu
Tahun 2013 – 2016 : MTsN 2 Kota Palu
Tahun 2016 – 2019 : MAN 1 Kota Palu
Tahun 2019 – 2023 : Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

D. PENGALAMAN ORGANISASI

Pengalaman Organisasi SMA dan komunitas luar :

- Bengkel Seni Suara Alam (BSSA Man 1 Kota Palu)

Sebagai : Magau/ketua umum

- Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS)

Sebagai : Wakil Bendahara dan wakil sebid Kewirausahaan

- PIK Remaja

Sebagai : Ketua Seksi Kesenian

- Risma Uswatun Hasanah (Jl. Yosdarso)

Sebagai : Wakil Ketua Kesenian dan Olahraga