

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM MEMILIH SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
(SMK) NURUL FALAH PEKANBARU**

Nuraisyah¹, Gimin², RM.Riadi³
ichaasiyah171@gmail.com¹, gim_unri@yahoo.co.id², rm_riadi@yahoo.com³
No Hp : 085265311113

*Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau*

Abstract: *This study aimed to determine the factors that influence consumer behavior in choosing a vocational high school in SMK Nurul Falah Pekanbaru. The research was conducted at SMK Nurul Falah Pekanbaru. The population of this study were students of SMK Nurul Falah Pekanbaru academic year 2012/2013 up to 2014/2015 which amounted to 532 people. The sample used by the Gay opinion proportionate stratified random sampling method. The sample size of 53 people. Data analysis technique used is multiple regression. The results of this study show that: 1) Pricing and Facilities significantly to the influence on consumer behavior in choosing a vocational school Nurul Falah Pekanbaru. 2) Product, Promotion, and location does not significantly influence the behavior of consumers in choosing a vocational school Nurul Falah Pekanbaru*

Key words: *Consumer Behavior, Price, Product, Promotion, Location, Facilities*

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NURUL FALAH PEKANBARU

Nuraisyah¹, Gimin², RM.Riadi³
ichaasiyah171@gmail.com¹, gim_unri@yahoo.co.id², rm_riadi@yahoo.com³
No Hp : 085265311113

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih sekolah menengah kejuruan pada SMK Nurul Falah Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan di sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru. Populasi dari penelitian ini adalah siswa – siswi SMK Nurul Falah Pekanbaru tahun ajaran 2012/2013 s/d 2014/2015 yang berjumlah 532 orang. Sampel yang digunakan pendapat Gay dengan metode proportionate stratified random sampling. Ukuran sampel sebanyak 53 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Harga dan Fasilitas berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru . 2) Produk, Promosi, dan Lokasi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Harga, Produk, Promosi, Lokasi, Fasilitas

PENDAHULUAN

Sekolah harus memiliki daya tarik tersendiri sebagai daya saingnya dalam mendapatkan konsumen yaitu Siswa dimana untuk zaman ini banyak sekolah – sekolah baik itu negeri ataupun swasta berkembang dalam meningkatkan mutu pelayanan pendidikan.

Sekolah menengah kejuruan (SMK) merupakan jembatan bagi masyarakat untuk menuntut ilmu serta melatih kemampuan agar menjadi SDM yang berkualitas dibidangnya, SMK merupakan sekolah yang berorientasi pada dunia kerja dan salah satu tujuannya memberikan bekal siap kerja pada siswa sebagai tenaga kerja terampil tingkat menengah sesuai dengan persyaratan yang dituntut dunia kerja.

Rencana strategis Depdiknas 2014, pemerintah memiliki kebijakan untuk membalik rasio peserta didik SMK dibanding SMA dari 30:70 pada tahun 2004 menjadi 67:33 pada tahun 2014. Kebijakan ini ditujukan agar keluaran pendidikan dapat lebih berorientasi pada pemenuhan dunia kerja serta kebutuhan dunia usaha dan industry. Pendidikan vokasi dirasa perlu karena memiliki paradigma yang menekankan pada pendidikan yang menyesuaikan dengan permintaan pasar guna mendukung pembangunan ekonomi kreatif ketersambungan diantara pengguna lulusan pendidikan dan penyelenggara pendidikan dan kecocokan antara employee dan employer menjadi dasar penyelenggara pendidikan vokasi. Keberhasilan penyelenggara pendidikan vokasi dapat dilihat dari tingkat mutu dan relevansi yaitu jumlah penyerapan lulusan dan kesesuaian bidang pekerjaan dan bidang keahlian yang dipilih dan ditekuninya. Pendidikan vokasi melayani sistem ekonomi, sistem sosial, dan politik serta menjadi jawaban / terobosan pembangunan ekonomi kreatif (Renstra Depdiknas 2014:82-83)

Di kota Pekanbaru dengan semakin banyaknya jumlah populasi masyarakat mengakibatkan meningkatnya jumlah kebutuhan terhadap pendidikan. Maka dengan hal ini sekolah – sekolah swasta sangat membantu pemerintah dalam hal penyediaan sarana pendidikan, terlihat suatu permasalahan pada saat pendaftaran siswa baru, sebagian besar orang tua siswa berminat untuk menyekolahkan anaknya ke jenjang pendidikan tertentu, namun terkadang tidak sesuai dengan kemampuan ilmu dan akademik anak serta kemampuan ekonomi keluarga . Banyak faktor yang mempengaruhi minat orang tua atau siswa itu sendiri memilih SMK sebagai tempat mereka sekolah. Salah satu yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu Faktor biaya / harga , produk / kualitas , promosi, tempat (*distribusi*), orang , proses – proses dan layanan pelanggan. (Payne dalam syahrifa fazillah ,2012)

Semakin tinggi nya persaingan dunia kerja ditinjau dari segi kebutuhan pendidikan yang berkualitas baik, tak sedikit orang yang kini lebih memilih sekolah kejuruan. Alasannya sekolah kejuruan bisa memberikan bekal kecakapan hidup berdasarkan potensi dan kompetensi yang dibutuhkan dunia kerja banyaknya yayasan sekolah – sekolah kejuruan negeri ataupun swasta saat ini, maka mendorong timbulnya persaingan diantara sekolah – sekolah sejenis dalam merebut konsumen dan calon konsumennya dalam meningkatkan ataupun mempertahankan volume jumlah penerimaan siswa/i tiap tahunnya.

SMK Nurul Falah Memiliki berbagai alternatif jurusan – jurusan bagi siswa – siswinya antara lain Teknik Komputer Jaringan, Akomodasi Perhotelan, Akuntansi, Administrasi Perkantoran, dan Bisnis Manajemen yang seluruh kompetensi keahlian terakreditasi A (Amat Baik). upaya meningkatkan jumlah penerimaan siswanya, SMK

Nurul Falah Melakukan promosi ke SLTP yang ada di Provinsi Riau khususnya, menjalin kerja sama dengan Dunia Usaha, Dunia Industri (DUDI) dalam bentuk MoU. Dan telah menerapkan system Manajemen Mutu ISO 9001 : 2008 sertifikat No. 824 100 11076 dengan keunggulan yang dimiliki sekolah SMK Nurul Falah diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk memilih dan mempercayai jasa pendidikan di SMK Nurul Falah Pekanbaru.

Dengan berbagai Asumsi perilaku konsumen menurut Philip Kotler (2009) studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Peneliti melihat diantaranya, Siswa memilih sekolah negeri sebagai tujuan utama dalam pendidikan, dan sekolah swasta sebagai alternatif pilihan kedua ketika siswa tidak lulus disekolah negeri, dan mereka memilih sekolah swasta dilihat perilaku konsumen mempertimbangkan kembali biaya pendidikan yang ditawarkan sekolah swasta, status akreditasi sekolah, jurusan yang ditawarkan sekolah, serta prospek yang baik dimasa depannya.

Namun, disamping keunggulan yang dimiliki sekolah SMK Nurul Falah ini pada kenyataannya siswa – siswi yang memilih sekolah di SMK Nurul Falah Pekanbaru periode TA 2012/2013 sampai dengan 2014/2015 mengalami penurunan yang berfluktuasi. Jumlah siswa yang mendaftar pada tahun 2012/2013 berjumlah 208 orang sedangkan pada tahun 2013/2014 siswa yang mendaftar mengalami penurunan sebanyak 133 orang tetapi pada tahun 2014/2015 peningkatan berjumlah 191 orang. Dalam hal ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu siswa dalam memilih bersekolah di SMK Nurul Falah Pekanbaru antara Harga, Produk, Promosi, Lokasi Dan Fasilitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang penulis lakukan merupakan penelitian Deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di SMK Nurul Falah Pekanbaru. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah siswa – siswi SMK Nurul Falah Pekanbaru Tahun Ajaran 2012/2013 s/d 2014/2015 berjumlah 532 orang, Sampel diambil menurut pendapat Gay dengan metode *Proportionate stratified random sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 53 orang. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner. Instrumen penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Teknik analisis data dalam penelitian dengan menggunakan regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kuantitatif

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dalam mempertimbangkan berbagai aspek pada umumnya 45,28 % pada kategori Tinggi bahwa mereka memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru

Berdasarkan Kemampuan ilmu, kemampuan ekonomi, dan diri sendiri tanpa paksaan orang lain serta SMK Nurul Falah memiliki akreditasi yang baik . Bahkan 50,95 % dalam kategori Sangat Tinggi. Sedangkan hanya 2,78% kategori Sedang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa 96,23% siswa beranggapan bahwa mereka memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru Berdasarkan Kemampuan ilmu, kemampuan ekonomi, dan diri sendiri tanpa paksaan orang lain serta SMK Nurul Falah memiliki akreditasi yang baik .

Perilaku konsumen tersebut didukung oleh 6 indikator, yaitu (1) pemilihan pertimbangan sesuai dengan kemampuan ilmu, (2) pemilihan pertimbangan sesuai dengan kemampuan ekonomi, (3) pemilihan pertimbangan oleh diri sendiri bukan karena paksaan dari orang lain , (4) pemilihan pertimbangan status akreditasi, (5) pemilihan pertimbangan jurusan, (6) pemilihan pertimbangan prospek yang baik dimasa depan.

Harga

Pada umumnya Harga / biaya pendidikan di SMK Nurul Falah Pekanbaru pada kategori 45,28 % siswa berpendapat Sesuai bahwa mereka memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru Berdasarkan biaya spp, biaya sumbangan, biaya sarana dan biaya pendukung yang terjangkau. Bahkan 35,85 % siswa telah berpendapat sangat sesuai . Sedangkan hanya 15,09 % dan 3,78% siswa berpendapat pada kategori cukup sesuai dan tidak tidak sesuai. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa 81,13% siswa beranggapan bahwa mereka memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru Berdasarkan biaya spp, biaya sumbangan, biaya sarana dan biaya pendukung yang terjangkau

Harga tersebut didukung oleh 4 indikator, yaitu (1) Biaya spp yang dibayar, (2) jumlah biaya sumbangan masuk yang dibayar , (3) Biaya sarana dan biaya pendukung yang dibayar , dan (4) sistem pembayaran boleh diansur.

Produk

Pada umumnya siswa berpendapat bahwa produk / pelayanan pada kategori Baik 39,62%, Berdasarkan produk/ pelayanan yang diterima dan dirasakan. Bahkan 58,49 % siswa telah berpendapat pada kategori Sangat baik . Sedangkan hanya 1,89% siswa menyatakan dalam kategori cukup baik, dapat disimpulkan bahwa 98,11% siswa beranggapan bahwa mereka memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru Berdasarkan produk atau pelayanan yang diterima dan dirasakan.

Produk tersebut didukung oleh 2 indikator, yaitu (1) pelayanan administrasi kepada siswa, (2) pelayanan guru kepada siswa.

Promosi

Pada umumnya 28,30 % siswa berpendapat bahwa promosi yang dilakukan SMK Nurul Falah Pekanbaru pada kategori Menarik dan 11,32% pada kategori Sangat menarik bahwa mereka tertarik memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru Berdasarkan promosi datang kesekolah, Sedangkan 39,63 % siswa menyatakan pada kategori kurang

Menarik dan 20,75% tidak menarik bahwa mereka memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru Berdasarkan promosi iklan di televisi, surat kabar dan sosial media, dan brosur dan baliho.

Promosi tersebut didukung oleh 4 indikator, yaitu (1) iklan di televisi, (2) surat kabar dan sosial media, (3) brosur dan baliho, dan (4) datang ke sekolah.

Lokasi

Pada umumnya siswa berpendapat bahwa lokasi sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru pada kategori strategis 33,97%. Berdasarkan lokasi letak sekolah yang dekat dengan transportasi umum, letak sekolah dengan kota, letak sekolah dekat dengan tempat tinggal. Bahkan 56,60% siswa berpendapat pada kategori Sangat Strategis, Sedangkan hanya 5,66% dan 3,77% siswa berpendapat pada kategori cukup strategis dan kurang strategis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa 90,57% siswa beranggapan bahwa mereka memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru Berdasarkan lokasi letak sekolah yang dekat dengan transportasi umum, letak sekolah dengan kota, letak sekolah dekat dengan tempat tinggal.

Lokasi tersebut didukung oleh 3 indikator, yaitu (1) Letak sekolah yang dekat dengan transportasi umum, (2) letak sekolah dengan kota, (3) letak sekolah dekat dengan tempat tinggal.

Fasilitas

Pada umumnya siswa berpendapat bahwa fasilitas sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru pada kategori Memadai 41,51%. Bahkan 56,60% siswa berpendapat pada kategori sangat memadai. Sedangkan hanya 1,89% siswa berpendapat pada kategori cukup memadai, dapat disimpulkan bahwa 98,11% siswa beranggapan bahwa mereka memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru Berdasarkan fasilitas sekolah fasilitas tersebut didukung oleh 11 indikator, yaitu (1) keluasaan ruang kelas, (2) alat bantu mengajar, (3) perpustakaan lengkap, (4) koneksi layanan internet atau free wifi, (5) luas laboratorium jurusan menampung siswa perkelas, (6) laboratorium dilengkapi fasilitas praktek jurusan, (7) tempat parkir, (8) sarana ibadah, (9) luas tempat olahraga, (10) prasarana olahraga, (11) kantin.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menguji hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini digunakan analisis regresi dengan bantuan software SPSS versi 22.0. Hasil regresi dibawah ini diperoleh dari persamaan:

Hasil Pengujian Regresi Berganda Untuk Menguji Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen / Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.422	2.113		2.566	.014
	Harga	.414	.144	.378	2.873	.006
	Produk	-.048	.344	-.023	-.140	.889
	Promosi	-.109	.157	-.084	-.694	.491
	Lokasi	.137	.224	.101	.612	.543
	Fasilitas	.229	.074	.425	3.093	.003

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui hasil perhitungan statistik, sehingga diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 5,422 + 0,414 X_1 + (-0,48) X_2 + (-0,109) X_3 + 0,137 X_4 + 0,229 X_5 + e_1$$

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262.956	5	52.591	10.122	.000b
	Residual	244.204	47	5.196		
	Total	507.160	52			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Promosi, Harga, Produk, Lokasi

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 10,122 > F tabel = 3,43 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,1 yang berarti secara bersama-sama variabel independen berpengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Harga, diketahui $t_{Hitung} (2,873) > t_{tabel} (1,677)$ dan sig (0,006) < 0,1 artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam memilih sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru.

Produk, diketahui $t_{Hitung} (-0,140) < t_{tabel} (1,677)$ dan sig (0,889) > 0,1 artinya variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam memilih sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru.

Promosi, diketahui $t_{Hitung} (-0,694) < t_{tabel} (1,677)$ dan sig (0,491) > 0,1 artinya variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam memilih sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru.

Lokasi, diketahui $t_{Hitung} (0,162) < t_{tabel} (1,677)$ dan sig (0,543) > 0,1 artinya variabel Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam memilih sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru.

Fasilitas, diketahui $t_{\text{hitung}} (3,093) > t_{\text{tabel}} (1,677)$ dan $\text{sig} (0,006) < 0,1$ artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam memilih sekolah SMK Nurul Falah Pekanbaru.

Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai adjusted R^2 adalah sebesar 0,518 atau 51,8 % yang bermakna kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 51,8 %, sedangkan sisanya 48,2 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model baik itu variabel internal maupun variabel eksternal

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil evaluasi model penelitian dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menghasilkan beberapa simpulan antara lain :

1. Dalam penelitian ini, Harga dan Fasilitas berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih sekolah SMK Nurul Falah pekanbaru. Persepsi siswa yang dijadikan subjek penelitian bahwa harga spp di SMK Nurul Falah tergolong sangat sesuai dan terjangkau serta sistem pembayaran yang boleh diansur. Jadi biaya SPP yang semakin murah dan sistem pembayaran yang mudah akan mempengaruhi siswa dalam memilih SMK Nurul Falah. Persepsi siswa yang dijadikan subjek penelitian bahwa fasilitas di SMK Nurul Falah sudah memadai, dapat dilihat dari ruangan kelas yang nyaman, dilengkapi alat pendukung belajar seperti infokus, slide, AC dan kipas angin, ruang laboratorium memadai dan sarana prasarana lainnya yang tersedia, semangkin canggih dan lengkap nya fasilitas yang diterima dan didapat siswa semakin menariknya siswa untuk memilih serta merekomendasikan sekolah kepada pihak luar Hal ini berarti perilaku konsumen dipengaruhi oleh harga dan fasilitas
2. Dalam penelitian ini, Produk, Promosi, dan Lokasi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru. Persepsi siswa yang dijadikan subjek penelitian bahwa pelayanan administrasi kepada siswa cukup baik karena dilihat dari pribadi masing msing karyawan dan guru dalam melayani siswa memiliki karakter dan ciri khas nya yang berbeda – beda dalam pendekatannya, sehingga siswa pun tidak memprioritaskan palayanan sebagai pengaruh dalam memilih sekolah, untuk faktor promosi pihak sekolah masih kurang memaksimalkan iklan atau promosi media sosial seperti facebook, blog, dan sosial media lainnya sehingga siswa banyak mengetahui tentang sekolah dari rekomendasi keluarga, teman ataupun pihak sekolah yang mempromosikan secara langsung. Perkembangan dunia modern sekarang dengan semakin mudahnya masyarakat membeli kendaraan pribadi seperti mobil dan motor, serta transportasi umum yang mudah dijangkau mengakibatkan faktor lokasi tidak menjadi suatu pertimbangan yang penting dalam hal memilih sekolah.dilihat bahwa siswa di SMK Nurul Falah yang bertempat tinggal jauh dari lokasi sekolah namun tertarik untuk masuk dan belajar di SMK Nurul Falah Pekanbaru.

3. Nilai adjusted R^2 adalah sebesar 0,518 atau 51,8 % yang bermakna kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 51,8 %, sedangkan sisanya 48,2 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model baik itu variabel internal maupun eksternal seperti kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis.

Dari simpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut :

1. Bagi Pihak SMK Nurul Falah Pekanbaru
Diharapkan kepada pimpinan SMK Nurul Falah Pekanbaru harus lebih memperhatikan hal – hal yang dapat menarik calon siswa untuk bersekolah. Seperti peningkatan promosi yang lebih menarik, iklan di televisi, iklan radio, iklan majalah atau koran , sosial media, spanduk dan baliho, meningkatkan produk berupa pelayanan yang optimal untuk siswa, dan siswa mampu bersaing skill serta ilmu pengetahuan dengan sekolah lainnya, sehingga dengan demikian akan lebih menarik perhatian calon siswa untuk melanjutkan pendidikan di SMK Nurul Falah Pekanbaru.
2. Bagi Peneliti lain
Mahasiswa yang membaca penelitian ini diharapkan mampu melakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih SMK Nurul Falah Pekanbaru Karena terdapat pengaruh sebesar 48,2 % dari variabel lain serta mampu menyempurnakan hasil penelitian ini dengan menggunakan variable lain diluar penelitian ini baik itu variabel internal maupun eksternal seperti kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Nasional.2014, Undang- undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem pendidikan Nasional. Medya Duta. Jakarta. <https://smadppekalongan.files.wordpress.com/2011/08/renstra-depdiknas.pdf> . Diakses tanggal 24 Januari 2016
- Devi Novianti. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Lebih Memilih Berbelanja* di Hypermart Mall SKA Kota Pekanbaru. Skripsi Pendidikan Ekonomi. Universitas Riau.
- Glendy Tangkilisan, Sem G. Oroh, Agus Supandi Soegoto. 2014. *Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah (studi kasus di SMK N 1 Manado)*. Jurnal EMBA vol.2 No.4 Desember, Hal. 269-277 <http://www.e-jurnal.com/2015/07/bauran-pemasaran-jasa-pendidikan.html> diakses tanggal 24 maret 2015
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Edisi Bahasa Indonesia. PT. Indeks. Jakarta.
- Syahrika Fazillah. 2012. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKes) di pekanbaru (Studi*

Kasus STIKes Hang Tuah Pekanbaru). Fakultas Ekonomi, Manajemen. e-skripsi perpustakaan Universitas Riau.

Umar, Husein. 1999. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, edisi kedua*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta

Umar Husein. 2009. *Studi kelayakan bisnis : Teknik menganalisa kelayakan Rencana bisnis secara komprehensif edisi 13*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Yamin sofyan dkk, 2014. *SPSS COMPLETE : teknik analisis statistik terlengkap dengan software SPSS*. Penerbit Salemba Infotek.
Jakarta