

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk peneltiain selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Indra Setiawan, Agus Prianto, Endang Sukarya, Dede Mulyana, Ida Komala, Muhammad Sapruwan (2020) Pengaruh Promosi, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Murid Memilih SMP Presiden Jababeka yang	Promosi, Lokasi, Pelayanan, Keputusan Memilih Sekolah, Minat Beli	Metode analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS) Lokasi dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat murid memilih SMP Presiden	Variabel promosi, lokasi, dan keputusan memilih sekolah Metode analisis dengan Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS)	Variabel pelayanan dan minat beli

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Dimediasi oleh Minat Beli		Jababeka, sedangkan promosi berpengaruh positif terhadap minat murid memilih SMP Presiden Jababeka.		
2	Ariyanto Nugroho (2023)  Analisis Pengaruh Mutu Sekolah dan Fasilitas Sekolah Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah Serta Implikasinya Terhadap Kepuasan Peserta didik Bersekolah di MAN 14 Jakarta	Mutu Sekolah, Fasilitas Sekolah, Keputusan Pemilihan Sekolah, Kepuasan Peserta didik	Kuantitatif dengan menggunakan metode Structural Equation Model (SEM)  Mutu sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah. Fasilitas sekolah berpengaruh positif dan signifikan	Variabel Fasilitas Sekolah dan Keputusan pemilihan sekolah	Variabel Mutu Sekolah dan Kepuasan Peserta didik

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>terhadap keputusan memilih sekolah. Mutu sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta didik. Fasilitas sekolah tidak berpengaruh terhadap kepuasan peserta didik. Keputusan memilih berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta didik. Keputusan memilih berperan sebagai variabel mediasi parsial pada hubungan antara mutu sekolah</p>		

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>dan kepuasan peserta didik.</p> <p>Keputusan memilih berperan sebagai variabel mediasi penuh pada hubungan antara fasilitas sekolah dan kepuasan peserta didik.</p>		
3	<p>Indra Widhi Susanti, Mohammad Bukhori, Justita Dura (2024)</p> <p>Pengaruh Lokasi dan Kurikulum Terhadap Keputusan dalam Memilih Sekolah dengan <i>Brand Image</i> Sebagai Variabel Intervening pada SD Global Jaya Tangerang</p>	<p>Lokasi, Kurikulum, Keputusan memilih sekolah, dan <i>Brand Image</i></p>	<p>Analisis data menggunakan software SmartPLS versi 4.1.0.4 hasil analisis SEM-PLS.</p> <p>Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap brand image, kurikulum memiliki pengaruh positif dan signifikan</p>	<p>Variabel Lokasi dan keputusan memilih sekolah</p>	<p>Variabel Kurikulum dan <i>Brand Image</i></p>

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Selatan		<p>terhadap brand image, lokasi memiliki efek positif dan signifikan langsung terhadap keputusan untuk memilih sekolah, kurikulum memiliki efek positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan untuk memilih sekolah, brand image memiliki efek positif dan signifikan terhadap keputusan untuk memilih sekolah, lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap</p>		

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			keputusan untuk memilih sekolah melalui brand image, kurikulum memiliki efek positif dan signifikan terhadap keputusan untuk memilih sekolah melalui brand image.		
4	Yogi Merryanda Simamora, Hanny Siagian, Pioner Pelawi (2023) Pengaruh Lokasi, Fasilitas Pendidikan dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Memilih Sekolah	Lokasi, Fasilitas Pendidikan, Citra Sekolah, dan Keputusan memilih Sekolah	Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis uji statistik  tidak terdapat pengaruh variabel lokasi dan citra sekolah terhadap	Variabel Lokasi, Fasilitas Pendidikan, dan Keputusan memilih sekolah	Variabel citra sekolah dan metode analisis

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>keputusan memilih sekolah. Sedangkan, terdapat pengaruh variabel fasilitas pendidikan terhadap keputusan memilih Sekolah. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, terdapat pengaruh variabel lokasi, fasilitas pendidikan dan citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah</p>		
5	Cindy Angelina (2023)	Kualitas pelayanan, lokasi,	Kuantitatif menggunakan software SPSS	Variabel lokasi dan keputusan	Variabel kualitas

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Peserta didik Pada Smk Strada Daan Mogo	keputusan memilih sekolah	25. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pemilihan sekolah. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pemilihan sekolah. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pemilihan sekolah	memilih sekolah	pelayanan
6	Ardini Suryanti (2023) Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap	Promosi, harga, keputusan pembelian jasa pendidikan,	Kuantitatif dengan Teknik analisis data menggunakan Analisis Jalur.	Variabel promosi dan keputusan pembelian jasa pendidikan	Variabel harga dan kepuasan pelanggan Teknik analisis data

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Keputusan Pembelian Jasa Pendidikan Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan (Survei pada Peserta Didik SD Salman Al Farisi Bandung)	dan kepuasan pelanggan	promosi menunjukkan kriteria cukup, harga dan kepuasan pelanggan menunjukkan kriteria baik, dan variabel intervening keputusan pembelian menunjukkan kriteria sangat baik		
8	Anita Fonna, Win Konadi, Rudi July Saputra (2023) Analisis Faktor Program Promosi, Lokasi Sekolah dan Sarana Prasarana Pendidikan terhadap Minat	Promosi, lokasi sekolah, sarana prasarana, minat peserta didik baru	Kuantitatif dengan model analisis regresi  Ketiga faktor yang dianalisis yakni program promosi sekolah, lokasi dan sarana prasarana pendidikan berpengaruh positif,	Variabel promosi, lokasi sekolah, sarana prasarana, minat peserta didik baru	Variabel minat peserta didik baru  Model analisis data

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Peserta Didik Baru (Studi Kasus SMP Gugus Inti 1 Kecamatan Peudada Kabupaten Bireuen)		baik secara parsial dan simultan terhadap minat peserta baru pada sekolah wilayah yang diteliti		
9	Sugiyarni, Muhammad Bukhori (2023)  Pengaruh kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi terhadap Keputusan mendaftar pada smk pelayaran pancasila Kartasura-sukoharjo	Kualitas Pendidikan, Promosi, Lokasi, dan Keputusan mendaftar	Kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda  Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pendidikan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila	Variabel Promosi, Lokasi, dan keputusan mendaftar	Variabel kualitas pendidikan  Teknik analisis data

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>Kartasura sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura. Secara simultan variabel kualitas pendidikan, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan mendaftar pada SMK Pelayaran Pancasila Kartasura</p>		
10	Ari Dwi Astuti (2020)	Fasilitas, Harga, Kualitas	Kuantitatif dengan teknik analisis regresi	Variabel Fasilitas,	Variabel Harga, Kualitas

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Fasilitas, Harga, Kualitas Pendidikan, Dan Lokasi Sebagai Determinan Keputusan Peserta didik Memilih Jasa Pendidikan Di SMK Muhammadiyah Imogiri (Studi Kasus Pada Jurusan Tata Busana	Pendidikan, Lokasi, dan Keputusan memilih	linier berganda  Tidak ada pengaruh positif fasilitas terhadap keputusan peserta didik memilih jasa pendidikan SMK Muhammadiyah Imogiri. Ada pengaruh positif harga terhadap keputusan peserta didik memilih jasa pendidikan SMK Muhammadiyah Imogiri. Ada pengaruh positif kualitas pendidikan terhadap keputusan peserta didik memilih jasa pendidikan SMK Muhammadiyah	Lokasi, dan Keputusan memilih	Pendidikan  Teknik analisis data

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			Imogiri. Ada pengaruh positif lokasi terhadap keputusan peserta didik memilih jasa pendidikan SMK Muhammadiyah Imogiri.		
11	Farikhatul laili arofah, suwandi (2024)  Pengaruh citra sekolah dan strategi pemasaran jasa terhadap keputusan memilih sekolah di MTS Negeri 6 jombang	Citra sekolah, strategi pemasaran jasa, keputusan memilih sekolah	Dalam penelitian ini dapat diambil simpulan bahwa citra sekolah dan strategi pemasaran jasa berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih sekolah di MTs Negeri 6 Jombang.	Variabel keputusan memilih sekolah	Variabel citra sekolah, strategi pemasaran sekolah
12	Betty Jeruto Tikoko, Everlyn Omondi (2022)  <i>The Relationship between School</i>	Lokasi, Keputusan Pemilihan Sekolah	Studi ini menemukan hubungan antara lokasi sekolah dan partisipasi peserta didik	Variabel lokasi dan keputusan pemilihan sekolah	Variabel fasilitas sekolah dan promosi

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Location and Student Participation in Decision Making in Kenya.</i>		dalam pengambilan keputusan di sekolah menengah berasrama di Kenya. Sekolah di pedesaan kurang beruntung dalam hal akses terhadap tata kelola dibandingkan sekolah di perkotaan.		
13	Katrine (2023) <i>The Influence of Promotion, Brand Image and Facilities on the Decision to Choose Prime One School</i>	Promosi, Citra merek, Fasilitas, keputusan memilih sekolah	Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Promosi dan Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah	Variabel promosi, fasilitas, dan keputusan memilih sekolah	Variabel citra merek

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>sedangkan Fasilitas tidak berpengaruh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi, Citra Merek dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah. Hasil penelitian ini didukung dengan nilai Adjusted R Square R<sup>2</sup> yang artinya Promosi, Citra Merek dan Fasilitas dapat menjelaskan keputusan memilih dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di</p>		

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			luar penelitian ini seperti kualitas pelayanan, faktor psikologis.		
14	Matthieu Yangambi (2023) <i>Impact of School Infrastructures on Students Learning and Performance: Case of Three Public Schools in a Developing Country</i>	Fasilitas Sekolah, pembelajaran, kompetensi	Fasilitas fisik modern penting dan mempunyai efek positif terhadap pembelajaran dan kompetensi peserta didik	Variabel fasilitas sekolah	Variabel lokasi, promosi, dan keputusan pemilihan sekolah
15	Beverley Blake Raj Mestry (2023) <i>The influence of parental demographics on school choice decision-making in Western</i>	Demografi, keputusan pemilihan sekolah	Temuan menunjukkan bahwa bahasa, pendapatan, dan pendidikan tidak hanya memiliki pengaruh yang pasti terhadap keterlibatan aktif	Variabel keputusan pemilihan sekolah	Variabel lokasi, fasilitas, dan promosi

No	Peneliti & Judul	Variabel Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Gauteng, South Africa</i>		dalam memilih sekolah, tetapi juga mempengaruhi tingkat kepentingan yang melekat pada faktor-faktor pilihan sekolah tertentu. Dengan demikian, pendidikan di Afrika Selatan dapat dipandang sebagai sebuah sistem kompleks yang unik yang tertanam dalam konteks politik, budaya, dan ekonomi.		

Berdasarkan tabel hasil penelitian terdahulu yang dilampirkan diatas, terdapat beberapa perbedaan dan persamaan yang telah dilampirkan dengan penelitian ini yaitu pada bagian variabel, metode penelitian dan teknik pengambilan sampel yang dipakai.

## 2.2 Kajian Pustaka

### 2.2.1 Keputusan Pemilihan

Terdapat tiga aspek dalam pengambilan keputusan Janis & Mann dalam, Muhammad Rifa'I (2020:29) yaitu:

1. Kemampuan mempertimbangkan beberapa pilihan.

Individu tidak hanya memikirkan manfaat terbesar yang akan didapatkan, tetapi juga berbagai macam pertimbangan dari pilihan yang dipilih maupun tidak dipilih.

2. Kemampuan menghadapi tantangan untuk mencapai situasi yang diinginkan.

Berbagai tantangan yang kemungkinan akan dihadapi oleh individu dapat dilalui dengan baik. Berkenaan dengan ketidakpastian, sehingga pilihan yang telah dipilih tidak dapat diubah lagi.

3. Kemampuan untuk menerima risiko yang ada.

Ranyard dalam, Muhammad Rifa'I (2020:30) mengemukakan bahwa kedua aspek tersebut berhubungan dengan faktor eksternal dan faktor internal masing-masing dalam diri individu, yang pertama keadaan sekitar yaitu mengenai kondisi lingkungan internal dan eksternal. Yang kedua yaitu keinginan. Preferensi merupakan harapan akan implementasi keputusan. Mereka diarahkan oleh tujuan yang kuat.

Aspek-aspek pengambilan keputusan studi lanjut antara lain:

1. Memahami potensi diri.

Memahami potensi diri dimaksudkan peserta didik memiliki kesanggupan untuk membentuk suatu gambaran tentang dirinya sendiri, tentang kelebihan, kekurangan, sifat-sifat, bakat, dan minat yang ada didalam dirinya.

2. Memahami lingkungan.

Memahami lingkungan dimaksudkan peserta didik memiliki kesanggupan untuk memahami dan menggambarkan keadaan lingkungannya baik lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan sekitar sehingga menunjukkan suatu keadaan yang jelas.

3. Menemukan hambatan-hambatan yang dalam mengambil keputusan studi lanjut.

Menemukan hambatan dalam mengambil keputusan berarti peserta didik sanggup menemukan, mengidentifikasi, keadaan yang menghambatnya dalam mengambil keputusan.

4. Memutuskan pilihan berdasarkan alternatif yang ada.

Memutuskan pilihan berdasarkan alternatif yang ada berarti peserta didik mampu memahami diri, memahami keadaan lingkungan, dan menemukan hambatan dalam mengambil keputusan studi lanjut yang kemudian hal tersebut menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

Schiffman dan Kanuk dalam, Sumarwan (2020:357) mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif.

Schiffman dan Kanuk dalam, Sumarwan (2020:361) mengemukakan bahwa indikator pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan dapat muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu ketika suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi.

2. Pencarian Informasi

Pencarian informasi dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli atau mengonsumsi produk atau jasa tersebut. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal).

### 3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi produk atau jasa dan memilihnya sesuai dengan keinginan konsumen. Pada proses evaluasi alternatif, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang di hadapinya.

### 4. Keputusan Pemilihan

Selanjutnya menentukan keputusan untuk memilih produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

### 5. Evaluasi pasca pemilihan

Hasil dari proses evaluasi adalah konsumen puas atau tidak puas terhadap konsumsi produk atau jasa yang telah dilakukannya

#### 2.2.2 Lokasi

Lokasi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produk mudah dijangkau dan tersedia bagi konsumen sasaran. Distribusi memiliki peran yang sangat penting dalam membantu perusahaan memastikan produknya. Miftah dan Pangiuk (2020) menjelaskan bahwa untuk menjalankan suatu kegiatan usaha diperlukan lokasi usaha yang terkenal. Lokasi menjadi penting baik sebagai tempat untuk melakukan kegiatan melayani konsumen, kegiatan produksi, kegiatan penyimpanan, maupun untuk mengontrol kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Lokasi adalah tempat dimana kegiatan operasional usaha bisnis dilakukan. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan memilih. Seseorang cenderung memilih lokasi yang mudah dijangkau dibandingkan lokasi yang sulit untuk menjangkaunya karena jauh. Lokasi dengan kemudahan akses dapat memberikan manfaat berupa efisiensi waktu dan tenaga. Rasa aman dan tempat yang nyaman serta memiliki area parkir yang luas juga menjadi pilihan karena dapat memberikan kepuasan dan menambah nilai positif bagi seseorang dalam menjustifikasi pilihannya. (Simamora et al., 2023a)

Lokasi adalah tempat terjadinya kegiatan usaha pada suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Dalam melakukan kegiatan bisnis, lokasi sangat berpengaruh bagi konsumen guna menciptakan kepuasan agar selalu terhadap produk kita. Dengan ini kita dapat mengembangkan bisnis yang kita jalani. Kotler dan Amstrong, (2017:92) menyatakan bahwa place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Sedangkan Heizer dan Render (2015: 35) menyatakan bahwa lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Oleh karena itu sangat penting memilih lokasi yang strategis untuk memaksimalkan keuntungan suatu Perusahaan. (Prasetyo & Santoso, 2023)

Tjiptono (2020:89) menyatakan bahwa indikator lokasi sebagai berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi
2. Visibilitas, ialah lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal
3. Tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman

4. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, pebisnis kuliner berdekatan dengan kampus, pemerintahan, pemukiman

Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Sejalan dengan semakin menjamurnya bisnis atau usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampulabaan sebuah usaha. Disamping itu, keputusan pemilihan suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal

### 2.2.3 Fasilitas Sekolah

Fasilitas sekolah adalah peralatan atau perlengkapan yang secara langsung digunakan untuk menunjang proses pendidikan, khususnya proses belajar mengajar, seperti gedung sekolah, ruangan kelas, meja, kursi, serta alat-alat yang digunakan sebagai media pembelajaran. Aunurrahman (2016) dalam jurnal (Hartanto & Sukartono, 2022) menyatakan bahwa fasilitas pembelajaran meliputi sarana dan prasarana. Sarana pembelajaran yaitu semua peralatan serta perlengkapan yang langsung digunakan dalam proses pembelajaran di sekolah. Sedangkan prasarana pembelajaran meliputi semua komponen yang langsung menunjang jalannya proses pembelajaran di sekolah.

Adanya fasilitas dalam proses belajar dan mengajar bertujuan untuk kemudahan pelayanan anak didik di sekolah. Aunurrahman (2016) fasilitas belajar dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Keadaan gedung sekolah, meliputi kenyamanan gedung yang berkaitan dengan intensitas atau lokasi bangunan gedung dan

kelayakan gedung yang berkaitan dengan arsitektur bangunan gedung.

2. Kualitas ruang kelas, merupakan bagian dari gedung sekolah yang kuantitas dan kualitasnya perlu diperhatikan oleh instansi sekolah meliputi pencahayaan yang baik diruang kelas, kenyamanan ruang kelas, kondisi udara diruang kelas untuk pelaksanaan proses belajar mengajar.
3. Keberfungsian perpustakaan secara operasional dikaitkan dengan memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk belajar bagaimana cara menggunakan perpustakaan dengan baik, efektif, efisien terutama dalam menggunakan bahan-bahan referensi.
4. Keberfungsian fasilitas kelas dan laboratorium berkaitan dengan jumlah kursi dan meja belajar serta kebersihan kelas, dan keberfungsian laboratorium berkaitan dengan fungsi alat-alat laboratorium seperti mesit tik, komputer, internet dan alat atau mesin perkantoran.
5. Ketersediaan buku-buku pelajaran merupakan sarana kepastian tentang apa yang dipelajari, alat kontrol untuk mengetahui seberapa banyak dan jauh peserta didik menguasai materi pelajaran, alat belajar dimana peserta didik dapat menemukan petunjuk, teori, maupun konsep dan bahan-bahan latihan atau evaluasi.
6. Optimalisasi media/alat bantu dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat dipergunakan untuk menyalurkan pesa, merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemandirian peserta didik, sehingga dapat mendorong terlibat dalam proses pembelajaran.

Sopiatin (2010:73) dalam Syaiful (2019) ruang lingkup fasilitas belajar sekolah meliputi:

1. Perencanaan Pengadaan Lahan, lahan adalah tata letak tanah tempat berdirinya bangunan atau gedung. Letak tanah untuk mendirikan

sekolah mempunyai hubungan yang signifikan dengan dampak pendidikan.

1. Bangunan Sekolah, bangunan sekolah adalah semua ruangan yang didirikan diatas lahan yang digunakan untuk kepentingan pendidikan. Bangunan sekolah meliputi ruang kelas, kantor, perpustakaan, laboratorium, usaha kesehatan sekolah, kantin, gudang dan kamar mandi.
2. Media Pengajaran, media Pengajaran merupakan alat bantu mengajar yang digunakan dalam proses belajar mengajar untuk mencapai tujuan pengajaran yang telah ditetapkan guru dan bersifat sebagai pelengkap.
3. Perlengkapan Sekolah. perlengkapan sekolah terbagi menjadi dua yaitu benda-benda habis pakai (kertas, kapur tulis, bahan untuk pratikum) dan benda-benda tahan lama (kursi,meja, alat peraga atau media).
4. Sarana Perpustakaan, perpustakaan adalah gedung ilmu yang dikelola oleh petugas perpustakaan dimana sistem dan aturan pemakaian ditunjukkan untuk memudahkan penemuan informasi yang diperlukan secara sistematis.

#### 2.2.4 Promosi

##### A. Pengertian Promosi

Buchari Alma dan Ratih Huriyati (dalam Mahbub, 2020) menyatakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Herdiana dalam bukunya Manajemen Strategi Pemasaran (2015:156) promosi adalah suatu bauran pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan nilai pelanggan atau membangun ekuitas merek dalam ingatan pelanggan.

Strategi promosi yang dimaksud disini adalah setiap langkah yang diambil oleh sekolah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dengan tujuan dapat mencapai target atau sasaran yang sudah ditetapkan sekolah. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi dalam ranah pendidikan adalah bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh satuan pendidikan tertentu dengan tujuan meningkatkan nilai pelanggan, menginformasikan, mempengaruhi, dan meningkatkan capaian yang telah ditetapkan, dan merubah sikap dan tingkah laku pembeli.

## **B. Tujuan Promosi**

### **1. Membujuk**

Promosi yang bersifat membujuk ini diarahkan untuk mendorong pembelian dan dimaksudkan agar dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli. Promosi yang bersifat persuasif ini akan menjadi dominan jika produk yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan di dalam siklus kehidupannya.

### **2. Mengingat**

Promosi yang bersifat mengingat dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk di hati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan didalam siklus kehidupan produk.

### **3. Memberi tahu**

Kegiatan promosi ini dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal di dalam siklus kehidupan produk.

#### 4. Modifikasi tingkah laku

Kegiatan promosi ini berusaha merubah tingkah laku dan pendapat, dan memperkuat tingkah laku yang ada.

Tak jauh berbeda, Assauri S. (Dalam Mahbub, 2020) menjelaskan mengenai tujuan dari promosi penjualan yakni mengidentifikasi dan menarik konsumen baru, mengkomunikasikan produk baru, meningkatkan jumlah konsumen untuk produk yang telah dikenal secara luas, mengajak konsumen untuk mendatangi toko tempat penjualan produk, menginformasikan kepada konsumen tentang peningkatan kualitas produk, dan memotivasi konsumen agar membeli suatu produk.

#### C. Indikator Promosi

Secara garis besar bentuk promosi memiliki kesamaan, namun kesamaan tersebut dapat dibedakan berdasarkan spesifikasi tugasnya. Gitosudarmo (2014) menyatakan bahwa terdapat 4 indikator promosi, yaitu:

##### 1. Periklanan (advertising)

Iklan merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi konsumennya, periklanan dapat dilakukan melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster-poster yang dipasang di pinggir jalan ataupun tempat-tempat yang strategis lain.

##### 2. Promosi penjualan (sales promotion)

Merupakan kegiatan untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.

##### 3. Penjualan personal (personal selling)

Merupakan kegiatan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya.

#### 4. Publikasi (publication)

Cara ini dilakukan dengan cara membuat berita tentang produk atau perusahaan tersebut di mass media masa, misalnya berita di surat kabar, berita di radio, atau televisi, majalah tertentu dan sebagainya.

### 2.3 Hubungan Antar Variabel Dan Hipotesis

Dalam penelitian ini, variabel dikategorikan menjadi tiga kelompok berbeda yaitu: eksogen, endogen, dan mediasi. Variabel eksogen (independen) yang berperan sebagai katalis perubahan dan munculnya variabel *endogen* (dependen) adalah lokasi dan fasilitas sekolah. Variabel *endogen* (terikat) yang dibentuk oleh variabel bebas yaitu keputusan pemilihan sekolah. Variabel mediasi menjembatani hubungan antara variabel eksogen dan *endogen*. Dalam penelitian ini promosi diidentifikasi sebagai variabel mediasi.

Hubungan antar variabel selengkapnya adalah sebagai berikut:

#### 1. Hubungan langsung antara lokasi dengan keputusan pemilihan sekolah

Dalam penelitian (Angelina, 2023) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam Keputusan peserta didik memilih sekolah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan (Simamora et al., 2023b) , (Fonna & konadi, 2023), dan (Zulandrasari, 2023) juga menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan dalam Keputusan pemilihan sekolah.

H1: Diduga ada pengaruh langsung antara lokasi dengan keputusan pemilihan sekolah

#### 2. Hubungan langsung antara fasilitas sekolah dengan keputusan pemilihan sekolah

Dalam penelitian (Nugroho, 2023) menyatakan bahwa fasilitas sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan (Fadli, 2020), (Nurhakim & Tafsiruddin, 2024), dan (Andrew Lubis, 2020) menyatakan bahwa fasilitas sekolah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan sekolah.

H2: Diduga ada pengaruh langsung antara fasilitas dengan keputusan pemilihan sekolah

### 3. Hubungan langsung antara lokasi dengan promosi

Dalam penelitian (Fanani & Syafrudin, 2024) menyatakan bahwa kedekatan lokasi dapat berpengaruh pada strategi promosi yang lebih efektif.

Penelitian lain yang dilakukan (Johnny & Sattayawaksakul, 2023) dan (Nareswari, 2023) menyatakan bahwa lokasi sekolah berpengaruh terhadap promosi yang dilakukan oleh sekolah

H3: Diduga ada pengaruh langsung antara lokasi dengan promosi

### 4. Hubungan antara fasilitas sekolah dengan promosi

Dalam penelitian (Septiani, 2020) menjelaskan bahwa peningkatan fasilitas sekolah dapat berpengaruh pada promosi yang semakin menarik.

Dalam penelitian yang lain yang dilakukan oleh (Cynthia et al., 2020) menjelaskan bahwa fasilitas sekolah yang memadai dapat mendukung promosi sekolah, karena fasilitas yang lengkap dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan kenyamanan belajar peserta didik

H4: Diduga ada pengaruh langsung antara fasilitas sekolah dengan promosi

5. Hubungan antara promosi dengan keputusan pemilihan sekolah

Dalam penelitian (Ningsih et al., 2022) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan sekolah.

Dalam penelitian lain yang dilakukan (Fauzi & Kartiko, 2023),(Mamlukhah & Setiawan, 2022), dan (Yamin & Zulkarnain, 2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh promosi yang positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan sekolah.

H5: Diduga ada pengaruh langsung antara promosi dengan keputusan pemilihan sekolah

6. Hubungan tidak langsung antara lokasi dengan keputusan pemilihan sekolah yang dimediasi oleh promosi

Dalam penelitian (Hayyuningtyas, 2021) dijelaskan bahwa promosi dapat memediasi hubungan antara lokasi dan keputusan pemilihan sekolah, dimana meskipun pengaruh lokasi tidak signifikan namun dengan melakukan promosi maka juga akan berdampak terhadap naiknya keputusan peserta didik memilih.

Dalam penelitian yang lain (Nareswari, 2023) menyatakan bahwa promosi sekolah dapat menjadi solusi terkait hubungan antara lokasi dan keputusan memilih sekolah

H6: Diduga ada pengaruh tidak langsung antara lokasi dengan keputusan pemilihan sekolah yang dimediasi oleh promosi

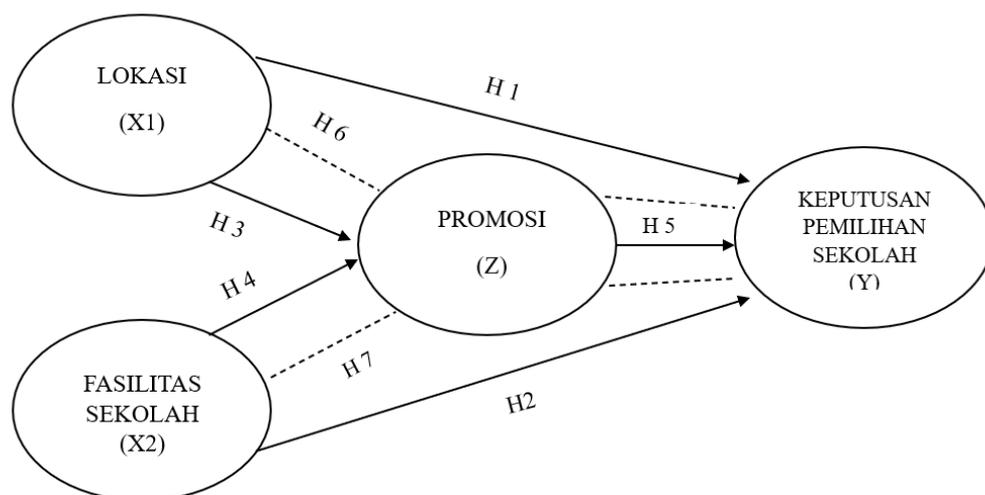
7. Hubungan tidak langsung antara fasilitas sekolah dengan keputusan pemilihan sekolah yang dimediasi oleh promosi

Dalam penelitian (Hidayat, 2023) menerangkan bahwa salah satu strategi promosi yaitu brand activation merupakan variabel yang mampu meningkatkan Fasilitas terhadap keputusan pemilihan sekolah formal.

Dalam penelitian lain (Mkwama, 2023) menyatakan bahwa sekolah yang aktif mempromosikan fasilitas ini melalui media sosial atau acara publik lebih cenderung dipilih.

H7: Diduga ada pengaruh tidak langsung antara fasilitas sekolah dengan keputusan pemilihan sekolah yang dimediasi oleh promosi

#### 2.4 Kerangka Konseptual



**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

Keterangan gambar :

X = Variabel eksogen (variabel independen atau variabel bebas)

Y = Variabel endogen (variabel dependen atau variabel terikat)

Z = Variabel mediasi

————> = Pengaruh langsung antar variabel

- - - -> = Pengaruh tidak langsung antar variabel

No	Item Pernyataan	Jawaban Responden					Total	Mean	Kriteria
		1	2	3	4	5			
	Pendidikan					41	733	4,07	Setuju
	Penilaian	0	0	96	432	205			
Y.12	Saya mendaftar setelah mempertimbangkan fasilitas	0	0	29	108	43	734	4,07	Setuju
	Penilaian	0	0	87	432	215			
Y.13	sekolah ini memiliki prestasi	0	3	35	108	39	738	4,1	Setuju
	Penilaian	0	6	105	432	195			
Total Mean Indikator Keputusan Pemilihan						735	4,08	Setuju	
Evaluasi Pasca Pemilihan									
Y.14	Saya puas dengan fasilitas yang disediakan	1	4	35	106	34	708	3,93	Setuju
	Penilaian	1	8	105	424	170			
Y.15	Saya puas dengan pengajaran yang diterapkan	1	3	42	106	28	697	3,87	Setuju
	Penilaian	1	6	126	424	140			
Y.16	Saya senang dengan kegiatan ekstrakurikuler	0	2	28	99	51	739	4,10	Setuju
	Penilaian	0	4	84	396	255			