

KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH DITINJAU DARI ASPEK RELIGIUSITAS, PERSEPSI, DAN MOTIVASI DI SMK NU BAHRUL ULUM GRESIK

Ahmad Yusuf¹, Agus Purbo Widodo^{2,3}, Aloysius Jondar³

^{1,2,3}Universitas Teknologi Surabaya

Email: yusufahmadyusuf71@gmail.com¹, aguspurbo.w@gamil.com²

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the influence of religiosity, perception, and motivation on the decision to attend SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Respondents were parents or guardians of students attending SMKNU Bahrul Ulum Gresik. The study included three independent variables: religiosity, perception, and motivation, and one dependent variable: the decision to attend SMKNU Bahrul Ulum Gresik. The research methodology included instrument design, instrument testing, questionnaire distribution, questionnaire results quantification, descriptive analysis, multiple linear regression analysis, classical assumption testing, and hypothesis testing. Based on the analysis, it can be concluded that religiosity, perception, and motivation have a significant and simultaneous influence on the decision to attend SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Religiosity has a positive and significant influence on the decision to attend SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Perception has a positive and significant influence on the decision to attend SMKNU Bahrul Ulum Gresik. There is a positive and significant influence of the Motivation variable on the Decision to Choose SMKNU Bahrul Ulum Gresik. This study also yielded an R-square of 0.726, meaning 72.6% of the variation in parents' decisions to choose SMK NU Bahrul Ulum Gresik can be jointly explained by three variables: Religiosity, Perception, and Motivation. The remaining 27.4% is explained by other factors, such as reputation, school accreditation, cost, transportation distance, influence from parents or friends, facilities, job prospects, flagship programs, and others.

Keywords: Religiosity, Perception, Motivation, Decision to Choose

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh religiusitas, persepsi, dan motivasi terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Penelitian ini dilaksanakan dengan melibatkan responden yang merupakan orang tua atau wali murid SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Variabel dalam penelitian ini meliputi tiga variabel bebas yang terdiri dari religiusitas, persepsi, dan motivasi, Serta satu variabel terikat yaitu keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Metodologi penelitian yang dilakukan meliputi desain instrumen penelitian, pengujian instrumen penelitian, penyebaran kuesioner, kuantifikasi hasil kuesioner, analisis deskriptif hasil penelitian, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil analisis hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel-variabel religiusitas, persepsi, dan motivasi terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Religiusitas terhadap variabel Keputusan Memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Persepsi terhadap variabel Keputusan Memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Motivasi terhadap variabel Keputusan Memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik. Dalam penelitian ini juga menghasilkan R square sebesar 0,726 berarti 72,6% variasi Keputusan orang tua dalam Memilih SMK NU Bahrul Ulum Gresik dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh tiga variabel: Religiusitas, Persepsi, dan Motivasi. Sisanya 27,4% dijelaskan faktor lain, misalnya: reputasi, akreditasi sekolah, biaya, jarak transportasi, pengaruh orang tua atau teman, fasilitas, prospek kerja, program unggulan dan lain lain.

Kata Kunci: Religiusitas, Persepsi, Motivasi, Keputusan Memilih

PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga pendidikan saat ini menjadi salah satu fenomena yang menarik, terutama yang terjadi pada sekolah swasta jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Dalam tiga tahun terakhir, terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada jumlah siswa dan jumlah sekolah swasta yang berdiri di Indonesia. Kondisi tersebut dapat dilihat pada *database* dari Kementerian Kependidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) yang disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 1. Data Pertumbuhan SMK Negeri dan Swasta Skala Nasional

Tahun	SMK Negeri	SMK Swasta	Jumlah SMK Nasional
2022	3.692	10.573	14.265
2023	3.739	10.513	14.252
2024	3.775	10.550	14.325
Tahun	Siswa SMK Negeri	Siswa SMK Swasta	Jumlah siswa SMK Nasional
2022	2.381.888	2.672.426	5.054.314
2023	2.412.776	2.646.827	5.059.603
2024	2.433.182	2.633.242	5.066.424

Sumber: Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan (2024)

Dalam tiga tahun terakhir kondisi pada Sekolah Menengah Kejuruan baik negeri maupun swasta mengalami kenaikan baik jumlah sekolah maupun jumlah siswa. Namun demikian nampak bahwa pada kelompok swasta terjadi kenaikan jumlah SMK, namun di sisi lain terjadi penurunan jumlah siswa SMK. Dengan bertambahnya jumlah sekolah menengah kejuruan swasta dan berkurangnya jumlah siswa SMK swasta, membawa dampak pada persaingan yang semakin kompetitif. Begitu juga yang terjadi di Kabupaten Gresik. Banyaknya pendirian sekolah menengah kejuruan baik negeri maupun swasta membuat penyelenggara pendidikan sekolah menengah mulai merasakan iklim yang semakin kompetitif.

Persaingan sekolah menengah kejuruan swasta di Gresik, Jawa Timur, cukup ketat karena adanya sekolah-sekolah unggul yang mampu bersaing dengan sekolah negeri. Beberapa faktor yang memengaruhi persaingan ini adalah prestasi akademik, fasilitas, dan reputasi sekolah. Karena banyaknya sekolah swasta yang berkualitas, persaingan untuk mendapatkan siswa di Gresik cukup ketat. Sekolah-sekolah swasta perlu terus meningkatkan kualitasnya dan menawarkan berbagai keunggulan untuk menarik minat calon siswa dan orang tua.

SMKNU Bahrul Ulum Gresik pada hakekatnya adalah sekolah yang mengimplementasikan konsep pendidikan Islam berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Dalam aplikasinya Sekolah Menengah Kejuruan Bahrul Ulum Gresik menerapkan pendekatan penyelenggaraan dengan memadukan pendidikan umum dan pendidikan agama menjadi suatu jalinan kurikulum. SMK Bahrul Ulum Gresik juga menekankan keterpaduan dalam metode pembelajaran sehingga dapat mengoptimalkan ranah kognitif, afektif dan konatif atau psikomotorik, SMK Bahrul Ulum Gresik dalam penyelenggaraannya, memadukan keterlibatan dan partisipasi aktif lingkungan belajar yaitu sekolah, rumah dan masyarakat.

SMK NU Bahrul Ulum Gresik merupakan sekolah Islam berbasis yang diselenggarakan dengan berintegrasi nilai dan ajaran Islam dalam bangunan kurikulum dengan pendekatan pembelajaran yang efektif dan pelibatan yang optimal dan koperatif antara guru dan orang tua, serta masyarakat untuk membina karakter dan kompetensi murid.

Saat ini banyak berdiri sekolah-sekolah baru yang mengusung metode partisipatif berdasarkan kompetensi. Fenomena hadirnya sekolah-sekolah dengan metode partisipatif tersebut merupakan jawaban dari munculnya kebutuhan atas pentingnya kualitas pendidikan guna membangun pendidikan yang berkarakter untuk memenuhi standar kurikulum yang berbasis kompetensi.

Munculnya fenomena sekolah dengan menggunakan metode khusus ini memberikan dampak lain bagi dunia pendidikan di Indonesia. Program yang ditawarkan oleh sekolah tidak lepas dari fasilitas pendidikan dan kompetensi guru yang dimiliki oleh masing-masing sekolah. Bagi sekolah yang belum dapat memenuhi tuntutan pasar dibidang pendidikan, hal tersebut menjadi fenomena yang berbentuk ancaman tersendiri bagi pihak sekolah. Hal ini menyebabkan banyak sekolah-sekolah yang harus tutup secara operasional karena berkurangnya siswa didik, dan hal itu banyak terjadi pada sekolah swasta.

Kondisi yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa daya tampung murid baru sangat terbatas. Oleh karena itu, SMK NU Bahrul Ulum Gresik memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai alternatif sekolah yang akan dijadikan sebagai tempat menuntut ilmu. Beberapa SMK swasta melakukan bauran pemasaran yang menarik untuk memperoleh siswa baru. Selain strategi pemasaran yang menarik, yang dapat mempengaruhi keputusan wali murid dalam memilih sekolah, terdapat beberapa faktor lainnya yang mempengaruhi. Salah satunya faktor motivasi dan religiusitas. Hal tersebut terdapat pada hasil penelitian Kartikawati (2016) yang menyebutkan bahwa orang tua/wali murid memilih sekolah Islam didasari adanya motivasi dan nilai-nilai religiusitas. Disisi lain pada penelitian Septhevian (2014) mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua memilih SMK Negeri atau swasta adalah kualitas guru, agama, fasilitas, biaya, lingkungan dan keamanan sekolah. Berdasarkan fenomena yang telah dideskripsikan tersebut, maka melakukan penelitian dengan topik tentang

bagaimana orang tua atau wali murid dalam memilih sekolah menengah kejuruan merupakan topik penelitian yang sangat menarik.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Kotler (2005) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah proses sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilain alternatif, yang membuat keputusan untuk membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui oleh konsumen. Keputusan untuk membeli timbul karena adanya penilaian yang objektif atau dorongan emosi. Menurut Kotler & Armstrong (2014) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Konsumen sebagai pelaku utama dalam proses pembelian selalu menjadi perhatian produsen.

Enam dimensi yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Enam dimensi tersebut adalah: (1). Keputusan pemilihan produk. (2). Keputusan merek yang dipilih. (3). Keputusan toko yang dipilih. (4). Keputusan mengenai jumlah. (5).Keputusan mengenai waktu pembelian yang dipilih. (6). Keputusan mengenai cara pembayaran.

Religiusitas

Religiusitas pada dasarnya merupakan perbuatan seseorang yang berhubungan dengan masyarakat luas dalam rangka mengembangkan kreativitas pengabdian (ibadah) kepada Allah semata. Dari pengertian dan dimensi religiusitas diatas, maka sesungguhnya religiusitas bisa digambarkan adanya konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan agama sebagai unsur efektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur psikomotorik. (Rahmat, 1996). Jadi Religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang.

Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia (Schiffman, G. Leon, Lazar, Leslie, 2004). Sedangkan menurut Simamora dan Bilson (2002) persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dengan mana seorang menyeleksi, mengorganisasikan, menginterpretasikan stimuli dalam suatu gambaran dunia yang berarti menyeluruh. Beberapa jenis persepsi meliputi, persepsi fasilitas, persepsi harga, persepsi

kualitas, persepsi lokasi.

Motivasi

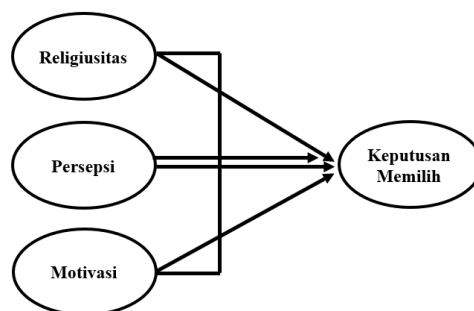
Motivasi diartikan sebagai kekuatan, dorongan, kebutuhan, semangat, tekanan, atau mekanisme psikologi yang mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai prestasi dan tujuan sesuai dengan apa yang dikehendakinya (Danim, 2004). Sedangkan Purwanto (2007) mengungkapkan motivasi ialah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu. Senada dengan Schunk et.al (2012) motivasi adalah suatu proses diinisiasikannya dan pertahanan aktivitas yang diarahkan pada pencapaian tujuan. Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah sebuah dorongan bagi seseorang yang timbul dari dalam maupun luar yang berfungsi untuk mengarahkan dalam sebuah tindakan. Pada hakikatnya motivasi sangat erat hubungannya dengan kemampuan, yang terkandung di dalam pribadi orang yang penuh motivasi.

Penelitian Terdahulu

Suharsono, J., *et al* (2023) dalam penelitiannya menyimpulkan religiusitas, citra sekolah, dan program unggulan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. Baharuddin, J. (2021) religiusitas, sikap dan kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan cashless. Norma subyektif berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan cashless. Suciptawati, NLP dan K. Jayanegara, (2022) menunjukkan bahwa kualitas guru, biaya, fasilitas sekolah, dan prestasi sekolah merupakan faktor yang paling dipertimbangkan orang tua dalam proses pengambilan keputusan. Zuhirsyan, M. dan N. Nurlinda, (2021) menemukan secara serempak bahwa religiusitas, persepsi dan motivasi mempengaruhi keputusan memilih perbankan syariah. Secara parsial motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih perbankan syariah, sedangkan religiusitas memiliki nilai negatif dan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah, begitu juga dengan persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syaria.

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Kerangka konseptual pada penelitian ini menggambarkan Pengaruh religiusitas, persepsi, dan motivasi secara parsial maupun simultan terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Beberapa hipotesis penelitian diformulasikan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat:

H1: Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik.

H2: Persepsi berpengaruh terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik.

H3: Motivasi berpengaruh terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik.

H4: Religiusitas, persepsi, dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian termasuk dalam jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yang didasarkan pada paradigma, kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode *survey*, yaitu metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua SMKNU Bahrul Ulum Gresik sebanyak 590 orang. Menurut Suharsimi Arikunto (2013:107) bahwa apabila subyeknya kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua. Selanjutnya jika jumlah subyek lebih dari 100 orang maka dapat diambil 10%, 15%, 25% atau lebih. Maka dalam penelitian ini menggunakan sampel sebesar 10% dari seluruh populasi diambil sampel sebesar 10% atau sebesar 59 orang.

Analisa data dalam penelitian ini meliputi instrumen penelitian, analisa deskriptif hasil penelitian, analisa regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis untuk menjawab rumusan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil Penelitian

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner yang menghasilkan data primer untuk diolah lebih lanjut. Distribusi jawaban responden terhadap kuesioner memberikan gambaran umum tentang kondisi responden yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Sebaran Data Responden

Informasi	Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
seks	Pria	49	60
	Wanita	31	40
pendidikan	SMA	9	11.3
	Diploma	15	18.7
	Sarjana	46	57.5
	Magister	10	12.5
Usia	35-45 tahun	29	36.3
	46-56 tahun	30	37.5
	>56 tahun	21	26.2
Pekerjaan	PNS	18	22.5
	TNI/POLRI	15	18.7
	Swasta	39	48.7
	Pengusaha	8	10

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Mayoritas responden adalah pria sebanyak 49 orang atau 60%, responden perempuan sebanyak 31 atau 40%. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan, sebagian besar responden dalam penelitian ini berpendidikan sarjana sebanyak 46 orang atau 57.5%, responden berpendidikan Diploma berjumlah 15 orang atau 18.7%. Responden dengan tingkat pendidikan magister berjumlah 10 orang 12,5%, dan responden dengan pendidikan SMA berjumlah 9 orang atau 11.3%. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan mayoritas responden berkerja di perusahaan swasta berjumlah 39 orang atau 36.3%, responden bekerja sebagai PNS berjumlah 18 orang atau 22.5%, responden dengan pekerjaan sebagai anggota TNI/POLRI berjumlah 15 orang atau 18.7%. Responden dengan latar belakang sebagai pengusaha berjumlah 8 orang atau 10%. Hasil tersebut memberikan kesimpulan bahwa tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan usia responden cukup untuk dapat mempertimbangkan secara cermat dan seksama dalam memberikan tanggapan secara obyektif pada kuesioner penelitian ini.

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian seperti pada tabel berikut

Tabel 2. Ringkasan Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item	Koefisien Validitas	Sig	Ket.	Variabel	Item	Koefisien Validitas	Sig	Ket.
Religiusitas (X1)	X1.1	0.751	0.000	Valid	Motivasi (X3)	X3.1	0.445	0.000	Valid
	X1.2	0.873	0.000	Valid		X3.2	0.610	0.000	Valid
	X1.3	0.823	0.000	Valid		X3.3	0.652	0.000	Valid
	X1.4	0.481	0.000	Valid		X3.4	0.633	0.000	Valid
	X1.5	0.599	0.000	Valid		X3.5	0.552	0.000	Valid
Persepsi (X2)	X2.1	0.628	0.000	Valid		X3.6	0.561	0.000	Valid
	X2.2	0.788	0.000	Valid	Keputusan Memilih (Y)	Y1	0.649	0.000	Valid
	X2.3	0.471	0.000	Valid		Y2	0.623	0.000	Valid
	X2.4	0.542	0.000	Valid		Y3	0.588	0.000	Valid
	X2.5	0.502	0.000	Valid		Y4	0.533	0.000	Valid
	X2.6	0.709	0.000	Valid					
	X2.7	0.362	0.001	Valid					
	X2.8	0.538	0.000	Valid					

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa setiap item pernyataan yang mengukur Religiusitas, Persepsi, motivasi, dan Keputusan Memilih, seluruhnya menghasilkan nilai signifikan di bawah 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa item-item pernyataan tersebut valid. atau tepat dapat mengukur Religiusitas, Persepsi, motivasi, dan Keputusan Memilih pada karyawan SMK NU Bahrul Ulum Gresik.

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Alpha Cronbach* (Gujarati, 2015). Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *Alpha Cronbach* yang dihasilkan lebih besar dari 0,6. Hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Religiusitas	0.842	Reliabel
Persepsi	0.793	Reliabel
Motivasi	0.821	Reliabel
Keputusan Memilih	0.721	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan SPSS

Analisa regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas Religiusitas, Persepsi dan Motivasi terhadap Keputusan Memilih. Ringkasan hasil analisa regresi linier berganda disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		R	R Square
	B	Std.Error		
Constant	0.032	0.264	0.852	0.726
Religiusitas	0.477	0.067		
Persepsi	0.382	0.076		
Motivasi	0.223	0.067		

Sumber: Hasil pengolahan SPSS

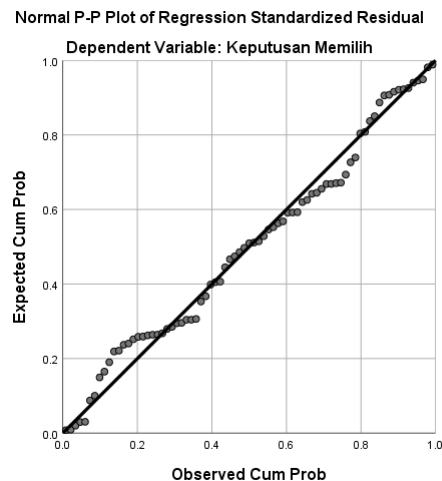
Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linier berganda, persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y=0,032+0,477X_1+0,382X_2+0,223X_3$$

Persamaan regresi menghasilkan nilai Konstanta (0,032), artinya, jika variabel religiusitas, persepsi, dan motivasi dianggap konstan (nol), maka keputusan memilih masih memiliki nilai sebesar 0,032. Nilai ini relatif kecil, yang menunjukkan bahwa variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) adalah faktor utama penentu keputusan memilih. Religiusitas (0,477) Koefisien positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel religiusitas akan meningkatkan keputusan memilih sebesar 0,477 (dengan asumsi variabel lain konstan). Ini menandakan religiusitas merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi keputusan wali murid. Persepsi (0,382) Artinya, setiap kenaikan 1 satuan dalam variabel persepsi akan meningkatkan keputusan memilih sebesar 0,382. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi wali murid terhadap SMK NU Bahrul Ulum, semakin tinggi pula keputusan mereka untuk memilih sekolah tersebut. Motivasi (0,223) Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada motivasi akan meningkatkan keputusan memilih sebesar 0,223. Walaupun berpengaruh positif, pengaruh motivasi relatif lebih kecil dibanding religiusitas dan persepsi. Nilai Koefisien Korelasi $R = 0,852$ Menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel religiusitas, persepsi, dan motivasi secara simultan terhadap keputusan memilih. Nilai R mendekati 1 mengindikasikan kekuatan hubungan yang tinggi. Nilai Koefisien Determinasi (R^2) $R^2 = 0,726$ Hal ini berarti 72,6% variasi dalam keputusan memilih dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas, persepsi, dan motivasi, sedangkan sisanya 27,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian misalnya faktor ekonomi, lokasi, kualitas lulusan, atau promosi sekolah.

Untuk menilai independensi setiap variabel bebas maka perlu memenuhi asumsi-asumsi klasik agar diperoleh hasil yang tidak bias dan efisien dari model analisis Regresi Linier Berganda dengan metode kuadrat terkecil atau OLS (*Ordinary Least Square*) terhadap variabel yang diamati. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji Normalitas, Multikolinieritas, heterokedastisitas, dan linieritas.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Normalitas residual merupakan salah satu asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda.



Gambar 2 Hasil Normal P-P Plot

Berdasarkan P-P Plot tersebut dapat disimpulkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi **normal**. Dengan demikian, **asumsi normalitas terpenuhi**, sehingga model regresi linier berganda layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Untuk mendeteksi gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai VIF jika lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya (Gujarati, 2011:166).

Tabel 6. Nilai Tolerance dan VIF

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Religiusitas	0.324	2.082	Non Multikolinieritas
Persepsi	0.373	2.679	Non Multikolinieritas
Motivasi	0.674	1.485	Non Multikolinieritas

Sumber: Hasil pengolahan SPSS

Dapat diketahui, dari ketiga variabel tersebut di atas \ tidak terdapat multikolinieritas.

Heteroskedastisitas berarti variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Cara untuk mengetahui gejala heteroskedastisitas yaitu dengan melakukan uji *Spearman Rank Correlation*.

Tabel 7. Pengujian Heteroskedastisitas

Variabel	Koefisien Rank Spearman	Sig.	Keterangan
Religiusitas	0.007	0.952	Non heteroskedastisitas
Persepsi	0.023	0.838	Non heteroskedastisitas
Motivasi	0.041	0.717	Nonheteroskedastisitas

Sumber: Hasil pengolahan SPSS

Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa dalam model di atas tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pertama dengan pernyataan hipotesis terdapat pengaruh signifikan antara variabel Religiusitas, Persepsi, dan Motivasi secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Keputusan Memilih, menggunakan pendekatan uji F.

Tabel 8. Hasil Anova (Uji F)

Model	Change Statistics			
	df	Mean square	F	Sign.
Regression	3	1.414	64.334	0.000
Residual	73	0.022		
Total	76			
F tabel : 2,730				

Sumber: Hasil pengolahan SPSS

Nilai F_{hitung} sebesar 64.334 F_{tabel} sebesar 2.730 dengan signifikansi sebesar 0.000. sehingga H_0 ditolak dan menerima H_a . Dapat disimpulkan bahwa Religiusitas, Persepsi, dan Motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih.

Pengujian hipotesis yang kedua dengan menggunakan uji t.

Tabel 9. Hasil Perhitungan Uji-t

Model	t	Sign
1 Constant	0,990	0,341
Religiusitas	7.145	0,000
Persepsi	5.070	0,000
Motivasi	3.313	0,001

Sumber: Hasil pengolahan SPSS

Nilai t_{hitung} variabel Religiusitas dalam penelitian ini adalah sebesar 7.145 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.666 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_a yang berarti Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Memilih.

Hipotesis ketiga Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Memilih, menghasilkan Nilai t_{hitung} variabel Persepsi dalam penelitian ini adalah sebesar 5.070 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,666 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_a yang berarti Persepsi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih.

Hipotesis keempat Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Memilih, menghasilkan Nilai t_{hitung} untuk variabel motivasi dalam penelitian ini adalah sebesar 3.313 besar dari t_{tabel} sebesar 1,666 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi

penolakan H_0 dan penerimaan H_a yang berarti motivasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih.

Pembahasan

Pengaruh simultan Religiusitas, Persepsi dan motivasi Terhadap Keputusan Memilih

Dalam penelitian ini juga menghasilkan R square sebesar 0,726 berarti 72,6% variasi Keputusan orang tua dalam Memilih SMK NU Bahrul Ulum Gresik dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh tiga variabel: Religiusitas, Persepsi, dan Motivasi. Sisanya 27,4% dijelaskan faktor lain, misalnya: reputasi, akreditasi sekolah, biaya, jarak transportasi, pengaruh orang tua atau teman, fasilitas, prospek kerja, program unggulan dan lain lain. Di sekolah berbasis nilai ke-NU-an, religiusitas menjadi “*value congruence*”: semakin nilai keagamaan calon siswa atau keluarga selaras dengan identitas sekolah (akhlak, tradisi amaliyah, lingkungan religius), semakin tinggi keputusan memilih. Program tahfidz, karakter aswaja, pembinaan rohani, dan kultur pesantren/ma’had memperkuat *fit* ini. Persepsi positif tentang kualitas pengajaran, kedisiplinan, fasilitas, keamanan, kultur belajar, dan citra NU akan menumbuhkan keyakinan bahwa sekolah mampu memenuhi harapan akademik dan moral. Persepsi dibangun lewat pengalaman langsung (*open house*), *word of mouth*, dan eksposur digital. Motivasi intrinsik yang meliputi minat vokasi, panggilan nilai serta motivasi ekstrinsik meliputi beasiswa, peluang kerja, jalur kuliah mengaktifkan proses memilih. Efek Simultan Religiusitas, Persepsi dan motivasi, saling menguatkan., Religiusitas menyiapkan *baseline* kecocokan nilai, Persepsi positif memberi keyakinan kualitas; Motivasi menjadi pemicu tindakan. Dengan demikian, keputusan memilih muncul dari adanya keselarasan nilai yang menyebabkan adanya keyakinan mutu yang pada akhirnya akan mendorong para orang tua untuk memutuskan memilih sekolah.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Memilih

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih SMK NU Bahrul Ulum Gresik yang artinya jika Religiusitas baik maka Keputusan Memilih akan meningkat. Berdasarkan hasil analisis secara parsial diketahui bahwa Religiusitas mempunyai nilai t_{hitung} paling tinggi, hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas memberikan kontribusi tertinggi (dominan) terhadap Keputusan Memilih pada SMK NU Bahrul Ulum Gresik. Temuan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas responden atau orang tua wali murid, semakin besar kemungkinan mereka memilih SMK NU Bahrul Ulum Gresik; hubungan ini positif dan mencapai signifikansi statistik setelah

dikontrol variabel lain dalam model. Ini menunjukkan religiusitas memberi kontribusi unik (independen) pada keputusan memilih sekolah.

Hasil ini sejalan dengan teori *Value congruence theory* (kecocokan nilai): individu cenderung memilih organisasi/lembaga yang nilainya selaras dengan nilai pribadi mereka. Dalam konteks pendidikan, keluarga religius mencari sekolah yang menegaskan nilai agama. *Theory of Planned Behavior (TPB)*: religiusitas dapat mempengaruhi sikap dan norma subjektif yang membentuk niat dan akhirnya perilaku memilih sekolah. *Social Identity Theory*: identitas keagamaan atau komunitas (misal afiliasi NU) mempengaruhi preferensi institusional melalui kebutuhan identitas kelompok.

Temuan ini menunjukkan religiusitas sebagai prediktor utama pemilihan sekolah berlabel agama. Sejumlah studi melaporkan bahwa preferensi keluarga religius erat kaitannya dengan pencarian lingkungan pendidikan yang menekankan pembinaan moral dan praktik keagamaan. Perbedaannya terletak pada pengukuran religiusitas dan variabel kontrol yang digunakan: studi yang mengukur religiusitas secara multidimensional cenderung menemukan pola pengaruh yang lebih kompleks, sementara studi yang hanya menggunakan frekuensi ibadah menemukan efek yang lebih sederhana. Oleh karena itu, hasil studi ini memperkuat bukti empiris bahwa identitas religius tetap menjadi faktor penting dalam keputusan pendidikan pada konteks lokal yang kuat identitasnya seperti SMK NU.

Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Memilih.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih SMK NU Bahrul Ulum Gresik. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat Persepsi orang tua terhadap sekolah maka akan berdampak pada meningkatnya Keputusan orang tua untuk Memilih SMK NU Bahrul Ulum Gresik. Persepsi yang berpengaruh positif dan signifikan secara parsial mengindikasikan bahwa setelah menahan variabel lain dalam model persepsi calon siswa/orang tua tentang sekolah (mis. kualitas layanan, fasilitas, reputasi, keamanan, dan relevansi program) memberi kontribusi unik terhadap keputusan memilih SMK NU. Artinya, ketika persepsi meningkat, probabilitas/tingkat kecenderungan memilih sekolah juga meningkat secara bermakna secara statistik. Hasil ini konsisten dengan banyak studi yang menemukan bahwa opini/persepsi tentang mutu sekolah sering menjelaskan proporsi signifikan dari variasi pilihan sekolah. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi calon orang tua terhadap SMK NU Bahrul Ulum Gresik secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih sekolah. Temuan ini konsisten dengan landasan teori informasi dan sinyal (*signaling theory*) serta teori

pengambilan keputusan pendidikan, yang menegaskan bahwa persepsi publik tentang kualitas institusi menjadi penentu penting ketika informasi objektif sulit diakses penuh oleh semua pemangku kepentingan. Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa opini/persepsi seringkali berperan setara atau bahkan melebihi ukuran objektif dalam memengaruhi pilihan sekolah.

Temuan ini sejalan dengan berbagai studi internasional dan lokal yang menunjuk faktor-faktor persepsi, seperti fasilitas, kualitas pengajaran, keselamatan, dan peluang kerja lulusan, sebagai determinan utama dalam pemilihan sekolah oleh orang tua. Penelitian-penelitian di konteks Indonesia menunjukkan pola serupa; persepsi yang positif terhadap kualitas dan relevansi program pendidikan meningkatkan kecenderungan memilih lembaga tertentu. Dalam konteks SMK NU, persepsi bahwa institusi mampu menggabungkan pembinaan religius dengan mutu vokasi tampak menjadi nilai jual penting.

Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih SMK NU Bahrul Ulum Gresik. Hasil ini menunjukkan bahwa motivasi memberikan kontribusi unik terhadap keputusan memilih, meskipun ada variabel lain yang juga berpengaruh. Artinya, semakin tinggi dorongan motivasional (baik intrinsik maupun ekstrinsik) dari calon siswa atau orang tua, semakin besar kemungkinan mereka memutuskan memilih SMK NU Bahrul Ulum. Hubungan ini positif (arah sejalan) dan signifikan (teruji secara statistik, $p < 0,05$). Dengan demikian, motivasi menjadi salah satu determinan independen yang menjelaskan perilaku memilih sekolah kejuruan berbasis keagamaan ini.

Hasil ini sejalan dengan teori motivasi dan perilaku konsumen dalam pendidikan yang menyatakan bahwa motivasi merupakan penggerak utama dalam proses pengambilan keputusan (Maslow, 1970; Eccles & Wigfield, 2002). Penelitian-penelitian terdahulu juga mendukung temuan ini. Schneider & Buckley (2002) menemukan bahwa keluarga dengan motivasi tinggi untuk mobilitas sosial lebih cenderung memilih sekolah yang menawarkan prospek akademik dan vokasional yang menjanjikan. Penelitian lokal oleh Hidayati (2021) pada sekolah menengah kejuruan di Jawa Timur juga menunjukkan bahwa motivasi siswa dan orang tua, baik yang bersifat religius maupun karier, berpengaruh signifikan terhadap pilihan sekolah.

Studi tentang *school choice* menunjukkan bahwa motivasi keluarga sering berkaitan dengan **harapan peningkatan status sosial-ekonomi** melalui pendidikan. Orang tua yang memiliki motivasi kuat untuk mobilitas sosial cenderung memilih sekolah yang menawarkan

prospek akademik maupun vokasional terbaik (Schneider & Buckley, 2002). Penelitian Eccles & Wigfield (2002) juga menegaskan bahwa *task value* (nilai yang dilekatkan pada suatu pilihan) adalah pendorong utama dalam keputusan pendidikan. Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa motivasi merupakan faktor determinan dalam keputusan pendidikan, terutama dalam konteks sekolah berbasis NU yang menawarkan keseimbangan antara pendidikan keagamaan dan keterampilan vokasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan berikut.

1. Religiusitas, persepsi, dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik.
2. Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik
3. Persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik.
4. Motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih SMKNU Bahrul Ulum Gresik.

Implikasi

Implikasi Praktis untuk SMK NU Bahrul Ulum Gresik adalah 1) Strategi berbasis Religiusitas yaitu dengan menegaskan identitas ke-NU-an dalam kurikulum karakter, program rutin keagamaan, dan *role model* guru/ustadz. Melakukan Publikasikan storytelling dampak program religius pada karakter siswa (testimoni orang tua/alumni). 2) Penguatan Persepsi (Brand dan Experience) dengan membuktikan mutu: memamerkan capaian akreditasi, lomba, sertifikasi, kerjasama industri, tracer study. Pengalaman langsung: *school tour*, kelas coba (*trial class*), *student ambassador*, dan kunjungan ke SMP/MTs. Kehadiran digital: website informatif, konten media sosial yang konsisten (karya siswa, fasilitas, prestasi, kultur). 3) penguat Motivasi melalui Jalur karier yang jelas dengan peta kompetensi tiap jurusan, PKL berkualitas, MoU industri, *career day*, mentoring alumni. Insentif: beasiswa prestasi/duafa, skema cicilan, hadiah alat praktik, lomba minat bakat terarah ke jurusan. Layanan bimbingan: *counseling* pemilihan jurusan berbasis bakat/minat (tes sederhana dan konsultasi).

DAFTAR PUSTAKA

Assael, H. (1995), *Consumer Behavior and Marketing Action*, 5th Ed, Cincinnati, OH: South Western College Publishing

- Basu Swastha. 1995. *Azas-azas Marketing*. Jakarta: Liberty
- Basu Swastha dan Irawan. (2003). “*Manajemen Pemasaran Modern*”. (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D. & Miniard, Paul W. (1995). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: F. X. Budiayanto, Jilid I, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Hamzah B. Uno. 2014. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara Hawkins, Motherbaugh, (2013): *Customer Behavior Building Marketing Strategy*
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Mowen. H. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Penerbit. Andi. Yogyakarta. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2000). *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga
- Purwanto. (2007). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Robbinss Stephen P., (2001). *Organizational Behavior (Terjemahan)* Jilid 1, Edisi Kedelapan, PT. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Schiffirman. G. Leon, dan Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Penerbit PT Indeks Gramedia. Jakarta.
- Setiadi, N J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media, Jakarta.
- Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasional*. Penerbit C.V Andi Offset, Yogyakarta Stanton, William J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Schunk, D.H. (2012). *Learning theories: an educational perspective* (terjemahan Eva Hamdiah & Rahmat Fajar). Bosen: Pearson Education Inc. (Buku asli diterbitkan tahun 2012).
- Sardiman, (2012). *Intraksi dan Motifasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Walgito, Bimo. 1992. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta: Gramedia, Pustaka Utama
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP-Universitas Diponegoro.
- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: cv ALVABETA.
- Suharsono, J., M. T. Widayanto, M. Andrianata, M. N. Fithrianto, N. A. Luthfi (2023) Pengaruh Religiusitas, Citra Sekolah, Dan Program Unggulan Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Madrasah Ibtidaiyah (MI) untuk Anaknya. *CEBONG Journal*, 2(3): 126-131
- Baharuddin, J. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Menggunakan Cashless Pada Masyarakat Kota Jayapura Dimasa Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7, 1306–1312. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.335>
- Fauzi, A. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Sekolah Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Anaknya Di SMPIT Al-Mumtaz Pontianak. *Jurnal Manajemen Update*, 7. Retrieved from <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/ejmfe/article/view/28465/0>
- Suciptawati, NLP dan K. Jayanegara, (2022) Identification Of Factors In Selecting High Schoolusing Factor Analysis”, *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*. 16(1): 083-090

Zuhirsyan, M. dan N. Nurlinda, (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2): 114-13

