

LOKASI DAN HARGA BIMBINGAN BELAJAR DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN SISWA/I SMA/SMK DI KECAMATAN BALEENDAH UNTUK MENGGUNAKAN JASA BIMBINGAN BELAJAR FAVORITE COURSE BALEENDAH

Riyan Hadithya

Program Studi Manajemen - Universitas Teknologi Digital
riyanhadithya@digitechuniversity.ac.id

Abstrak

Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan siswa/i SMA/K di Kecamatan Baleendah untuk menggunakan jasa bimbingan belajar Favorite Course Baleendah. Faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah lokasi dan harga sebagai variabel independent. Sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Desain/Metode Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (Path Analysis) dengan tingkat signifikansi 5%. Program ini digunakan dalam menganalisis data menggunakan SPSS versi 20.00 dan LISREL.

Temuan Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi memberikan pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian sebesar 58,8% dan dalam kategori kuat.

Implikasi Sedangkan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa harga memberikan pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian 57,9% dan dalam kategori kuat.

Tipe Penelitian Studi Empiris

Kata Kunci : Lokasi, Harga, dan Keputusan Pembelian

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era yang semakin berkembang saat ini, banyak hal yang mengalami perubahan yang mengharuskan kita untuk mengikuti perkembangan ini. Mulai dari pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, daya saing dan budaya kerja di masyarakat. Hal yang harus kita ubah adalah mulai memiliki pola pikir dan kemampuan yang lebih kritis yang terus tumbuh dan menjadi lebih baik. Salah satu cara yang dapat membuat kemajuan dan meningkatkan kualitas hidup adalah melalui pendidikan. Saat ini banyak orang menyatakan ketidakpuasannya terhadap sistem pendidikan di Indonesia. Berbagai macam kurikulum yang dirancang oleh pemerintah dianggap kurang mampu membawa perubahan pada kualitas pendidikan dan sumber daya manusia di Indonesia untuk bersaing dengan negara lain. Kondisi ini membuat masyarakat mencari berbagai alternatif yang dianggap mampu membawa perubahan kualitas pendidikan publik.

Kehadiran lembaga bimbingan belajar atau les, seringkali menjadi andalan dalam rangka memediasi apa yang diinginkan orang tua dan apa yang dibutuhkan anak. Terlebih lagi, semakin banyak orang tua yang sibuk dan tidak punya waktu untuk mengajar anak-anak, sehingga tutor dan lembaga les juga dianggap membantu menggantikan peran orang tua. Ini adalah jembatan antara kesenjangan pengetahuan yang dipahami oleh orang tua dan kurikulum yang semakin kompleks dari anak-anak saat ini. Di sisi lain, kurikulum yang terus berkembang dengan materi pelajaran yang semakin kompleks menjadi kerikil bagi beberapa

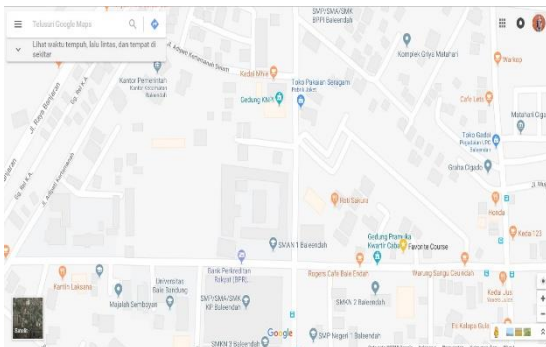
orang tua ketika mengajar anak-anak mereka. Seolah ada kesenjangan besar antara pengetahuan yang dimiliki orang tua dengan apa yang dipelajari anak-anak di sekolah saat ini. Mereka yang tidak dapat memahami pelajaran anak-anak mereka dengan cukup baik, kadang-kadang memutuskan untuk menyerah atau mengandalkan lembaga bimbingan belajar.

Jumlah tempat les di Kabupaten Bandung pada khususnya, karena jumlah sekolah di wilayah ini sangat banyak, terutama di tingkat SMA. Di Kabupaten Bandung sendiri, berdasarkan data dari situs web Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (<http://sekolah.data.kemdikbud.go.id/index.php/chome/pencarian>).

Ada 149 sekolah menengah atas / sekolah menengah yang bersifat umum atau swasta. Kemudian, di kecamatan Baleendah itu sendiri, ada 20 sekolah menengah atas / sekolah menengah kejuruan yang bersifat publik dan swasta, diantaranya:

No.	Sekolah	Jumlah Siswa
1	SMA AL - QONAAH BALEENDAH	646
2	SMA BINA NEGARA 1 BALEENDAH	360
3	SMA BPPI BALEENDAH	499
4	SMA KP BALEENDAH	439
5	SMA MUTIARA SANDI	183
6	SMA YPPI BALEENDAH	178
7	SMA HARAPAN BANGSA	82
8	SMAN 1 BALEENDAH	1.804
9	SMK BINA NEGARA BALEENDAH	194
10	SMK BPPI BALEENDAH	514
11	SMK STMC 4245 BALEENDAH	56
12	SMKN 3 BALEENDAH	1.193
13	SMK HARAPAN BANGSA	137
14	SMK KP BALEENDAH	680
15	SMK PUTRA BAHARI	204
16	SMKN 7 BALEENDAH	1.309
17	SMK AKAR ILMU	53
18	SMK MUTIARA SANDI	311
19	SMK WIDYA UTAMA	339
20	SMKN 2 BALEENDAH	1.671
TOTAL		10.852

Lokasi Favorit Course berada di Jl. RAA. Wiranata Kusumah No. 8 Baleendah, Kab. Bandung. Lokasi bimbingan belajar berada di pusat pendidikan Kabupaten Bandung dan juga di tengah pemukiman padat di Kecamatan Baleendah. Akses transportasi yang tersedia di lingkungan bimbingan belajar mudah diakses, tempat ini berada di tepi jalan raya tempat angkutan umum aktif hingga malam. Berikut ini adalah rencana lokasi Kursus Favorit.



Perusahaan harus dapat menetapkan harga dan dapat disesuaikan dengan situasi di sekitarnya dan perubahan harus disesuaikan, sehingga persaingan dengan bisnis lain dapat dipertahankan. Faktor harga dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk / layanan dan juga dapat mempengaruhi daya saing perusahaan dengan pesaing lain. Dengan demikian, perusahaan harus kompetitif di pasar dan harus dapat mempertimbangkan harga produk mereka dengan harga pesaing. Dengan kata lain, perusahaan dapat menggunakan harga pesaing sebagai panduan bagi perusahaan dalam menetapkan harga. Favorite Course sendiri, mengklaim bahwa harga yang ditawarkan bisa lebih rendah dari pesaingnya di daerah sekitarnya. Di mana harga pesaing bisa dua kali lipat dari harga yang ditetapkan oleh Favorite Course.

Berikut ini adalah data pesaing dan data Favorit Course Baleendah di tingkat SMA / K :

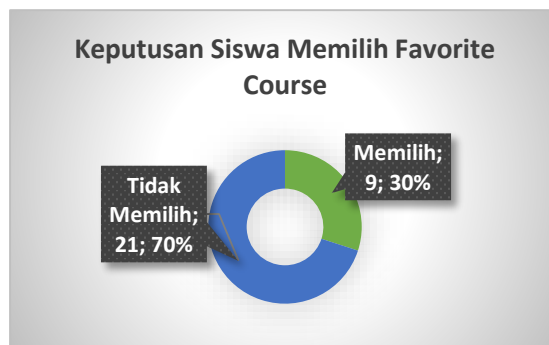
Kelas	Harga		
	Favorite Course	Primagama	Ganesha Operation
X	Rp 2.750.000	Rp 3.800.000	Rp 7.100.000
XI	Rp 2.900.000	Rp 4.000.000	Rp 7.650.000
XII (SBMPTN)	Rp 3.250.000	Rp 4.500.000	Rp 8.150.000

Source: Diolah dari berbagai sumber pada September 2018

Namun, yang terjadi di sini adalah penurunan jumlah siswa dalam Kursus Favorit dan tidak sebanding dengan kelebihan yang dimiliki oleh Favorite Course. Persentase peningkatan siswa terjadi tetapi tidak memiliki efek yang signifikan dan ada juga penurunan yang signifikan, dengan kata lain ada perubahan dalam jumlah siswa yang berfluktuasi ditunjukkan pada tabel berikut :

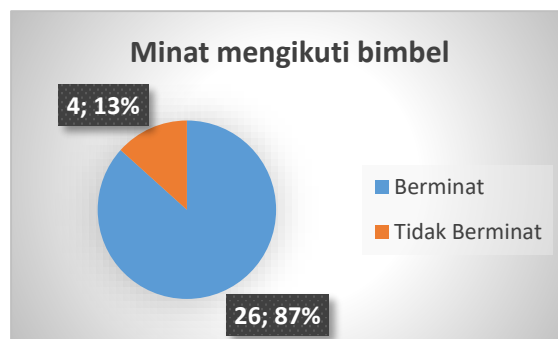
Tahun	Jumlah Siswa
2016 - 2017	38
2017 - 2018	41
2018 - 2019	32

Peneliti juga melakukan pra-survei dan wawancara terhadap 30 siswa SMA / K di Kecamatan Baleendah yang dilakukan pada bulan September 2018 dengan menanyakan keputusan mereka dalam memilih dan menggunakan layanan bimbingan Favorite Course. Pra survei menunjukkan hasil sebagai berikut :



Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar siswa SMA / K di Kecamatan Baleendah tidak memilih Favorite Course sebagai bimbingan belajar yang mereka pilih.

Pra-survei mengenai minat siswa dalam bimbingan belajar adalah sebagai berikut :



Berdasarkan hasil di atas, diketahui bahwa sebanyak 26 siswa atau 87% siswa tertarik untuk bimbingan belajar, sedangkan 4 siswa atau 13% siswa tidak tertarik untuk bimbingan belajar. Oleh karena itu, sebagian besar sampel memiliki minat dalam les.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Lokasi Dan Harga Bimbingan Belajar Dalam Menentukan Keputusan Siswa/I Sma/Smk Di Kecamatan Baleendah Untuk Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Favorite Course Baleendah".

Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah lokasi di bimbingan belajar Favorite Course Baleendah.
2. Bagaimanakah harga di bimbingan belajar Favorite Course Baleendah.
3. Bagaimanakah keputusan pembelian siswa/i di bimbingan belajar Favorite Course Baleendah.
4. Seberapa besar pengaruh lokasi bimbingan belajar dalam menentukan keputusan pembelian siswa/i di Favorite Course Baleendah.
5. Seberapa besar pengaruh harga bimbingan belajar dalam menentukan keputusan pembelian siswa/i di Favorite Course Baleendah.

Seberapa besar pengaruh lokasi dan harga bimbingan belajar dalam menentukan Keputusan pembelian siswa/I di Favorite Course.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai lokasi bimbingan belajar di Favorite Course Baleendah.
2. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai harga bimbingan belajar di Favorite Course Baleendah.
3. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai kualitas pembelian di Favorite Course Baleendah.
4. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai lokasi bimbingan belajar dalam menentukan keputusan pembelian siswa/i di Favorite Course Baleendah.
5. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai harga bimbingan belajar dalam menentukan keputusan pembelian siswa/i di Favorite Course Baleendah.
6. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai lokasi dan harga bimbingan belajar dalam menentukan keputusan pembelian siswa/I di Favorite Course Baleendah.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Lokasi

Berikut beberapa definisi ahli mengenai lokasi:

SUMBER	DEFINISI
Levy (2012)	Lokasi merupakan bagian dari perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk atau jasa melalui tempat atau lokasi yang tepat.
Happy dan Sugiyono (2014)	Lokasi adalah strategi dalam mengevaluasi dan memilih tempat lokasi (<i>location</i>) adalah strategi dalam mengevaluasi dan memilih tempat lokasi toko yang dibuka, termasuk didalamnya akses jalan raya (<i>traffic flow accesibility</i>), lahan parkir dan <i>visibility</i> (keterlihatan toko).
Heizer dan Render (2015)	Lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan.
Tjiptono (2014)	Lokasi berhubungan dengan tempat dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.
Ratih Hurriyati (2015)	Diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

2. Harga

Berikut beberapa definisi ahli mengenai harga :

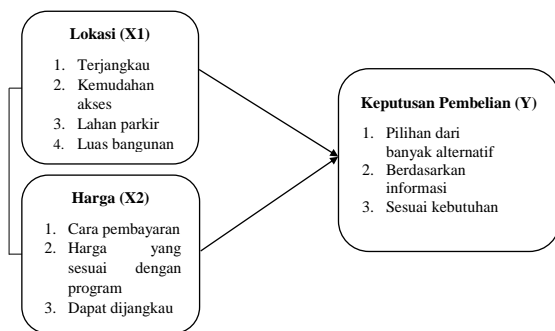
SUMBER	DEFINISI
Kotler dan Keller (2012)	<i>Price is the one element of the marketing mix that produces revenue; the other elements produce costs. Price are perhaps the easiest element of the marketing program to adjust; product features, channels, and even communication take more time</i>
Kotler dan Armstrong (2013)	Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.
Alma (2015)	Harga adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan prodduk lain.. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang deengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga
Kurniawan (2014)	Harga adalah suatu nilai tukar untuk mendapatkan barang ataupun jasa yang dikeluarkan oleh seorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu yang dinyatakan dalam satuan moneter.
Gitosudarmo dalam Sunyoto (2014)	Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa.

3. Keputusan Pembelian

Berikut definisi dari beberapa ahli mengenai keputusan pembelian :

SUMBER	DEFINISI
Kotler dan Keller (2016)	Dalam tahap evaluasi para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.
Schiffman dan Kanuk dalam Sangadji (2013)	Pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif.
Sutisna dalam Fiani dan Japarianto (2012)	Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Setelah konsumen menyadari kebutuhan dan keinginan tersebut maka konsumen akan melakukan tindak lanjut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.
Chapman dan Wahlers dalam Fiani dan Japarianto (2012)	Sebagai keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Konsumen akan memutuskan produk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya
Drumond dalam Gautama (2012)	Keputusan pembelian sebagai identifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

Paradigma Pemikiran



Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Lokasi bimbingan belajar berpengaruh terhadap keputusan siswa/i pada Favorite Course Baleendah.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan siswa/i pada Favorite Course Baleendah.
3. Lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan siswa pada Favorite Course Baleendah.

III. METODE PENELITIAN

Metode yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif karena dalam implementasinya meliputi data, analisis, interpretasi makna dan data yang diperoleh, serta mengungkap hubungan antar variabel dan diekspresikan dalam angka dan menjelaskannya dengan membandingkan dengan teori yang ada dan menggunakan data teknik analisis yang sesuai dengan variabel dalam penelitian ini. Variabel yang diteliti adalah Lokasi dan Harga sebagai variabel independent dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen.

Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA / SMK di Kecamatan Baleendah, yang berjumlah 10.852 orang. Karena total populasi dalam penelitian ini diketahui, penentuan ukuran sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini dihitung menggunakan metode Slovin. Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2011) adalah sebagai berikut:

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

Maka:

$$n = \frac{10.852}{1 + (10.852(0,05)^2)}$$

$$n = \frac{10.852}{28,13}$$

$$n = 385,78 \approx 386$$

Berdasarkan perhitungan di atas, penulis menentukan anggota sampel yang digunakan dalam metode penelitian ini sebanyak 400 sampel untuk mengantisipasi terjadinya bias terhadap beberapa jawaban.

Uji Validitas

Validitas instrument penelitian berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sementara validitas hasil penelitian merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang “tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2015).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian keperilakukaan mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur

melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah (Sugiyono ; 2015 : 215).

Suatu instrumen penelitian mengindikasikan memiliki reliabilitas yang memadai jika koefisien Cronbach Alpha lebih besar atau sama dengan 0,70 (Sugiyono ; 2015 : 219). Kriteria uji reliabilitas adalah, jika α (alpha) > 0,70 (artinya variabel dinyatakan reliabel).

Uji Pengaruh

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis jalur. Alasan untuk menggunakan analisis jalur adalah untuk mengetahui ukuran variabel Lokasi dan Harga untuk Keputusan Pembelian Siswa. Analisis jalur dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program LISREL dengan bantuan program komputer lainnya seperti program Excel dan SPSS.

Uji T

Uji T (uji signifikansi parameter individu) digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan.

IV. HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil Uji Validitas instrumen penelitian ditemukan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner memiliki koefisien korelasi lebih besar dari r-tabel (nilai r-tabel untuk N = 400 dengan tingkat signifikansi uji dua arah 5% yaitu 0,098). Karena itu semua pernyataan yang terkandung dalam kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Kemudian dari hasil Uji Reliabilitas diketahui dari ketiga variabel penelitian ini diketahui bahwa semua variabel memiliki Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,700 sehingga semua variabel dan dimensi penelitian dinyatakan reliabel. Dengan hasil Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,700, variabel penelitian keseluruhan dinyatakan dapat diandalkan, dan dasar dari indikator ini akan digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Pengujian Hipotesis

Menurut Santoso (2014: 29) angka korelasi 0,5 menunjukkan korelasi yang cukup kuat, sebaliknya jika di bawah 0,5 korelasinya lemah. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut :

Variabel	Lokasi	Harga	Keputusan Pembelian
Lokasi	1,000		
Harga	0,805	1,000	
Keputusan Pembelian	0,461	0,502	1,000

Tabel di atas menunjukkan bahwa:

1. Hubungan yang kuat antara Harga dan Lokasi adalah 0,805. Ini menunjukkan bahwa hubungan timbal balik antara kedua variabel mencapai tingkat 80,5 persen atau dengan kata lain tingkat hubungan antara kedua variabel tersebut kuat.
2. Hubungan yang kuat antara Keputusan Pembelian dan Lokasi adalah 0,461. Ini menunjukkan bahwa hubungan timbal balik antara kedua variabel mencapai tingkat 46,1 persen atau dengan kata lain tingkat hubungan antara kedua variabel tersebut kuat.
3. Hubungan yang kuat antara Harga dan Keputusan Pembelian adalah 0,502. Ini menunjukkan bahwa hubungan timbal balik antara kedua variabel mencapai tingkat 50,2 persen atau dengan kata lain tingkat hubungan antara kedua variabel tersebut kuat.

Dengan menggunakan program LISREL untuk menghitung analisis jalur, persamaan struktural diperoleh seperti hasil dari rumus berikut :

$$\text{keputusan} = 0.767 \cdot \text{lokasi} + 0.0761 \cdot \text{harga}, \text{ Errorvar.} = 0.348, R^2 = 0.652$$

Standerr	(0.0342)	(0.0342)	(0.0246)
Z-values	22.440	2.226	14.107
P-values	0.000	0.026	
	0.000		

Dari persamaan struktural di atas, uji hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut :

a. Uji Simultan				
Hipotesis	F hitung	F tabel	Hasil	Kesimpulan
Lokasi dan harga mempengaruhi keputusan	371,90	0,0513	Signifikan	Ho ditolak. Lokasi dan harga mempengaruhi keputusan pembelian siswa

b. Uji Parsial				
Hipotesis	t hitung	t table	Hasil	Kesimpulan
Lokasi mempengaruhi keputusan	22,440	1,6487	Signifikan	Ho ditolak. Lokasi memengaruhi keputusan
Harga mempengaruhi keputusan	2,226	1,6487	Signifikan	Ho ditolak. Harga mempengaruhi

keputusan

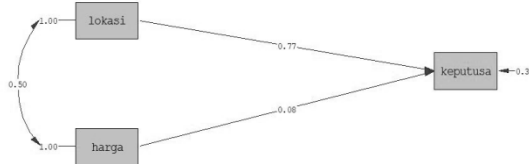
Tabel di atas menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan, kedua variabel mempengaruhi keputusan siswa untuk memilih Favorite Course sebagai pilihan bimbingan belajar mereka.

Dari persamaan struktural yang dihasilkan, kita bisa mengetahui besarnya koefisien jalur untuk setiap variabel. Koefisien jalur untuk setiap variabel ditunjukkan pada tabel di bawah ini :

Pengaruh Individual	PYX1 = 0,767
	PYX2 = 0,761
Pengaruh Bersamaan	R ² Y (X1X2) = 0,652
Pengaruh Koefisien Residu	PY e = 0,348

Dengan menggunakan persamaan dan tabel koefisien jalur di atas dapat dijelaskan struktur hubungan antara ketiga variabel. Gambar di bawah ini menggambarkan struktur hubungan dan koefisien jalur masing-masing variabel:

Tabel dan diagram pada jalur di atas menunjukkan bahwa:



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

1. Pengaruh langsung variabel lokasi terhadap keputusan pembelian adalah 0,767 atau 0,588 (kuadrat) atau 58,8 persen. Ini bisa diartikan bahwa pengaruh lokasi terhadap harga masuk dalam kategori kuat.
2. Pengaruh langsung variabel lokasi terhadap keputusan pembelian adalah 0,761 atau 0,579 (kuadrat) atau 57,9 persen. Ini dapat diartikan bahwa pengaruh lokasi pada keputusan siswa untuk menggunakan layanan bimbingan Kursus Favorit ke dalam kategori kuat.
3. Efek langsung dari dua variabel secara bersamaan pada Y adalah 0,652 atau 0,425 (kuadrat) atau 42,5 persen. Ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh yang kurang kuat pada keputusan siswa untuk menggunakan layanan bimbingan Kursus Favorit.
4. Pengaruh variabel residual (e) terhadap variabel Y adalah 0,348 atau 12,1 persen. Ini menunjukkan bahwa keputusan siswa untuk menggunakan layanan bimbingan Kursus Favorit dipengaruhi oleh faktor-faktor lain dengan rendah tetapi kepastian.

Penjelasan di atas jika diilustrasikan oleh tabel, maka seperti berikut ini.

Korelasi	Path koefisien	Pengaruh		Hasil
		Langsung	Tidak Langsung	
Lokasi mempengaruhi keputusan pembelian	0,767	58,8%	-25,75%	33,05%
Harga mempengaruhi keputusan pembelian	0,761	57,9%	-25,75%	32,15%
TOTAL				65,2%
Residue				34,8%

Tabel di atas dapat menjelaskan bahwa variabel lokasi mempengaruhi secara langsung sebesar 58,8 persen dan secara tidak langsung sebesar -25,75 persen, di mana dapat dijelaskan dengan total 33,05 persen. Faktor harga juga memiliki pengaruh 57,9 persen.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Lokasi Bimbel Favorite Course mudah dijangkau. Lokasi Favorite Course yang terjangkau oleh berbagai jenis kendaraan, lokasi bimbingan belajar yang mudah untuk di akses, mudahnya siswa dalam mendapatkan transportasi umum di Favorite Course, mudahnya mendapatkan tempat parkir di Favorite Course, adanya kenyamanan dalam memarkirkan kendaraan, kapasitas tempat parkir yang luas, bangunan bimbingan belajar Favorite Course yang luas, kenyamanan bangunan bimbingan belajar dan adanya kemungkinan untuk Favorite Course untuk menambah luas bangunannya.
2. Harga Bimbel Favorite Course terjangkau. Cara pembayaran bimbingan belajar yang mudah, mudahnya mendapatkan informasi mengenai bimbel Favorite Course, sesuai harga yang ditawarkan dengan produk bimbingan yang ditawarkan, sesuai harga yang ditawarkan dengan apa yang bisa didapatkan oleh siswa, sesuai harga dengan pelayanan yang diberikan bimbel Favorite Course, harga yang ditawarkan terjangkau sesuai dengan tingkat kebutuhan siswa/i, harga yang ditawarkan terjangkau sesuai dengan kondisi masyarakat sekitar, harga bimbel Favorite Course terjangkau dibandingkan bimbel pesaing di Baleendah dan tersedianya harga khusus pada saat hari – hari besar atau peringatan hari tertentu
3. Siswa kurang berkeinginan untuk mengikuti bimbingan di Favorite Course. Produk yang ditawarkan kurang menarik siswa/i, siswa/i tidak yakin bahwa Favorite Course sebagai pilihan terbaiknya, kurang adanya perbedaan pada fasilitas dan produk yang ditawarkan dibandingkan pesaing, kurang percayanya informasi yang didapatkan mengenai Favorite Course, kurang banyaknya sumber informasi yang tersedia mengenai bimbel Favorite Course, kurangnya kebutuhan siswa akan bantuan bimbel dalam proses belajarnya di sekolah, kurangnya keinginan siswa meraih prestasi terbaik lewat bantuan Favorite Course dan kurangnya kebutuhan siswa/i dalam menggunakan jasa bimbel untuk membantu siswa/i agar bisa masuk PTN atau sekolah favorit.

4. Lokasi Bimbel berkaitan erat dengan keputusan pembelian siswa/i SMA/K di Kecamatan Baleendah. Hal ini dapat dikarenakan Favorite Course mempunyai lokasi yang berada di pusat pendidikan yang berada di Kecamatan Baleendah, sehingga para siswa/i mengetahui dimana letak atau lokasi dari tempat bimbingan belajar tersebut.
5. Harga berkaitan erat dengan keputusan pembelian siswa/i SMA/K di Kecamatan Baleendah. Hal ini dikarenakan Favorite Course selalu melakukan promosi harga program bimbel terbarunya secara berkala pada saat tahun ajaran baru, pembagian rapot UTS, pembagian rapot UAS dan pada saat memperingati hari-hari besar tertentu sebagai upaya mempromosikan dan menginformasikan program apa saja yang ditawarkan dan berapa harga yang ditawarkan.
6. Lokasi dan Harga berkaitan erat dengan keputusan pembelian siswa SMA/K di Kecamatan Baleendah. Hal ini dikarenakan Favorite Course mengutamakan factor lokasi dan harganya dalam menjangkau dan mendapatkan konsumennya yang ada pada segmentasi menengah kebawah.

Saran

1. Lokasi yang ditempati oleh bimbingan belajar Favorite Course kurang terlihat dan adanya gangguan pada saat akan memasuki lokasi yang di alami oleh siswa maupun orang tua siswa. Hal tersebut dikarenakan lokasi atau tempat dari Favorite Course seringkali di gunakan sebagai tempat parkir kendaraan siswa SMA/SMK sekitar oleh pemiliki gedung sehingga membuat calon siswa ragu dan belum dibuatnya jalan yang baik untuk memasuki gedung bagi kendaraan dari jalan yang di tingkatkan serta adanya angkutan umum yang parkir saat jam pulang sekolah. Yang bisa dilakukan adalah Melakukan koordinasi dengan pemilik gedung agar adanya pembatasan jumlah parkir kendaraan atau pengaturan parkir dan pembuatan jalan masuk yang layak agar lokasi lebih mudah terjangkau dan terlihat. Lalu berkoordinasi dengan keamanan setempat untuk mengatur tempat berhenti angkutan umum.
2. Kurangnya harga bagi calon siswa mengenai harga promosi dan harga khusus bagi siswa yang ingin melanjutkan bimbingan di Favorite Course. Hal itu dikarenakan belum adanya koordinasi yang baik antara bagian Akademik, Keuangan dan Owner Favorite Course mengenai harga promosi tersebut dan tidak dijalankannya proses eksekusi harga bimbingan yang telah di buat pada rencana awal. Hal yang bisa dilakukan oleh Favorite Course adalah menetapkan harga Prosus 3 Semester, lalu memberi potongan harga bagi yang melanjutkan atau bagi alumni yang pernah mengikuti bimbingan di Favorite Course.
3. Kurangnya kebutuhan dan keinginan siswa/i SMA/K di Kecamatan Baleendah untuk mencapai prestasi terbaiknya melalui bantuan Favorite Course. Hal itu disebabkan karena belum banyaknya siswa hasil bimbingan dari Favorite Course yang bisa diterima di PTN terbaik dan sekolah favorit sesuai tujuan dari para siswa. Lalu belum adanya program yang berbeda yang menjamin siswa mendapatkan hasil terbaik dan kurang mampunya SDM dalam meyakinkan dan membimbing siswa. Hal yang bisa dilakukan adalah dibuatnya Prosus Fokus UN bagi siswa kelas 6 SD dan 9 SMP, lalu Prosus UN/SBMPTN bagi siswa kelas 12 SMA agar bisa lebih focus dalam pembahasan materi dan soal – soal yang biasanya dihadapi pada saat UN dan SBMPTN. Dalam pengembangan SDM, tentor akan dilatih oleh pakar yang berpengalaman di bimbingan belajar di bidang ilmu terutama Matematika, Biologi, Fisika, Kimia, Ekonomi, Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Lalu melakukan pelatihan untuk bagian Front Office dalam penyampaian informasi dan menghadapi konsumen.

Referensi

Publikasi Buku

- Gima Sugiama. (2013). *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Edisi Pertama, Bandung: Guardaya Intimarta.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2015. *Operations Management (Manajemen Operasi)*, ed.11, Penerjemah: Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy. Jakarta: Salemba empat.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kurniawan, Albert. 2014. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Levy, Michael dan Weitz, Barton A. 2012. *Retailing Management*. New York, Amerika: McGraw Hill/Irwin.
- Mursid, M, Drs. 2014. *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sekaran, Uma. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business)*. Buku 1 Edisi 4. Jakrta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal

- Desi Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata, 2013, Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopitiam Oey Surabaya.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1179>
- Wilson Setiawan, 2014, Pengaruh Marketing mix terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza tipe G di Surabaya.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1799>
- Kensei, Z dan Todd, S, 2003, The Use of Price in the Purchase Decision.

<https://www.empgens.com/article/the-use-of-price-in-the-purchase-decision/>

Fachrul Rizal, Muhammad Adam, Mahdani Ibrahim, 2017, Pengaruh Harga, Desain Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Pasca Pembelian Perumahan Di Kota Banda Aceh.

<http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JInoMan/article/view/9340>

Agnes Ligia Pratisitia Walukow, Lisbeth Mananeke, 2014, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5969>

Nandiroh, Yolamalinda, 2013, Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya.

<http://ejournal.stkip-pgri-sumbar.ac.id/index.php/economica/article/viewFile/214/675>

Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani, Hapzi Ali, 2017, The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta.

<http://scholarsmepub.com/wp-content/uploads/2017/05/SJBMS-24B433-445.pdf>

CM. Firdausy, R. Idawati, 2017, Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia.

<https://researchleap.com/effects-service-quality-price-promotion-customers-purchase-decision-traveloka-online-airline-tickets-jakarta-indonesia/>

Hendri Sukotjo, Sumanto Radix A., 2010, Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya.

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33251600/2010_oktober_Hendri_Sukotjo_dan_Sumanto_Radix_A.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DProcess_and_Physical_Evidence_The_Beauty.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190719%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190719T015822Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=bef209b9eb293f1c3476941fba3fe6460d766b8579c9699ef4fb07a7489c075d

Afra Wibawa Makna Hayat, 2012, Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Ouval Research Di Buahbatu Bandung.

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/56723754/jbptunikompp-gdl-afrawibawa-32513-11-unikom_a-i.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPENGARUH_LOKASI_DAN_CITRA_MERЕК_TERHADAP.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190719%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190719T020322Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=a5181a3f2be0c38dacd911a400c0e7afc534db9f2f17ce0a688f1c32c74ab3e8

Kanisius Waro Wanda, 2015, Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Lulu Mart Samarinda.

[http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/10/Jurnal%20kanis%20\(10-20-15-05-30-52\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/10/Jurnal%20kanis%20(10-20-15-05-30-52).pdf)

Sumber Website

(<http://www.femina.co.id/family/perlukah-anak-ikut-bimbingan-belajar->)

(<http://www.infokursus.net/sie/rekap-kursus.php>)

(<http://sekolah.data.kemdikbud.go.id/index.php/chome/pencarian/>)

(<https://www.google.com/maps/place/Favorite+Course/@7.001446,107.6236377,18z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x2e68e9831a39157d:0xd3c974c86278ac32!8m2!3d-7.001446!4d107.624732>)