

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Siswa Pada Smk Strada Daan Mogot

Cindy Angelina \*

Universitas Buddhi Dharma  
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia  
Cindyangelina2@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima 30 Januari 2023;  
Perbaikan 30 Februari 2023;  
Diterima 21 Maret 2023;  
Tersedia online 12 April 2023

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Kualitas Pelayanan  
Fasilitas  
Lokasi  
Keputusan Memilih

### Abstrak

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan memilih sekolah. Salah satunya adalah Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan dinilai penting karena mencakup dorongan atau semangat siswa dalam keputusan memilih sekolah. Adapun fasilitas dan lokasi yang menjadi faktor lainnya. Dengan adanya fasilitas yang layak dan lokasi yang strategis maka akan membuat siswa terdorong untuk memilih sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan memilih sekolah. Analisis data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 siswa SMK Strada Daan Mogot. Program yang digunakan adalah SPSS Versi 25.

R Square untuk model 1 menunjukkan angka R Square sebesar 0,467. Maka pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan memilih sekolah adalah sebesar 46,7% sedangkan sisanya ( $100\% - 46,7\% = 54,4\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Untuk nilai  $t$  diketahui bahwa  $t_{hitung}$  kualitas pelayanan adalah 2.426 dari  $t_{tabel}$  1.976,  $t_{hitung}$  fasilitas adalah 2.492, lokasi adalah 1,998, dengan signifikansi Kualitas Pelayanan adalah 0,016, fasilitas adalah 0,014 dan lokasi adalah 0,048 di bawah 0,05 artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan.

Untuk  $f_{hitung}$  untuk model 1 adalah 42.609 dan  $f_{tabel}$  adalah 2,67. Apabila hasil dari perhitungan  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $42.609 > 2,67$  dan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah.

### I. PENDAHULUAN

Di zaman era globalisasi perkembangan industri jasa saat ini sangat mendorong persaingan antara perusahaan. Hal ini membuat banyak perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan posisi terbaik dalam mengembangkan usahanya dan mendapatkan posisi dipikiran konsumennya. Sehingga, semakin tinggi persaingan bisnis memaksa perusahaan untuk melakukan perubahan agar tercapainya keunggulan kompetitif khususnya dalam industri jasa baik di pasar global

maupun lokal agar mampu memenangkan persaingan di dalam bisnis. Beberapa contoh industri jasa yaitu : jasa asuransi, bursa efek, perbankan, transportasi, pendidikan, perdagangan, perawatan kesehatan, telekomunikasi, dan industri jasa lainnya. Pada penelitian ini, peneliti akan membahas tentang jasa di dalam dunia pendidikan.

Fungsi dunia pendidikan untuk membentuk watak dan mengembangkan kemampuan serta peradaban bangsa yang bermartabat sehingga dapat mencerdaskan kehidupan bangsa, yang bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, kreatif, mandiri, berilmu dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab terhadap tindakan yang dilakukan.

Sifat konsumen yang selektif dalam menentukan apa yang menjadi pilihannya membuat sekolah berkompetisi untuk memberikan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon peminatnya. Berinovasi, membenahi dan mendengarkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen menjadi kunci untuk mencapainya suatu keberhasilan dalam suatu produk dengan jasa yang baik, sedang maupun yang akan dikembangkan. Saat ini, seperti yang kita ketahui tawaran produk dan jasa sudah sangat banyak dan beragam terutama di bidang pendidikan. Pilihan yang beragam membuat konsumen menjadi bebas dalam menentukan pilihannya terhadap tempat sekolah yang mereka inginkan dan butuhkan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, banyak cara yang dilakukan sekolah untuk menarik minat calon peserta didik baru dan mempertahankan apa yang sudah menjadi keunggulannya. Sekolah harus dapat melihat dan memahami kebutuhan maupun keinginan konsumen, karena dengan memahami dan memberikan kualitas yang sesuai maka sekolah tersebut akan dijadikan alasan utama oleh peserta didik yang merasa puas dan percaya terhadap apa yang mereka rasakan dan dapatkan.

Pengambilan keputusan merupakan proses pemilihan dari dua atau lebih pilihan alternatif. keputusan adalah sebuah pilihan dari beberapa alternatif yang mungkin. proses pengambilan keputusan konsumen adalah melalui urutan sebagai berikut :

1. Identifikasi kebutuhan adalah tahap pertama dalam proses keputusan pembelian dimana konsumen mengidentifikasi masalah atau kebutuhan. Kebutuhan ini dapat dirasakan melalui rangsangan internal dan eksternal.
2. Pencarian informasi Pencarian informasi pra pembelian dimulai ketika konsumen merasa bahwa kebutuhannya dapat dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi produk. Pengalaman masa lalu memberi konsumen informasi untuk membuat pilihan saat ini. Sebaliknya, jika konsumen belum memiliki pengalaman dengan produk tersebut, maka konsumen harus melakukan penelitian terlebih dahulu terhadap produk yang akan dibeli.
3. Evaluasi alternatif Pada tahap evaluasi alternatif ini, konsumen mengolah informasi tentang beberapa merek alternatif. Kemudian menyusun kriteria yang akan mereka gunakan untuk mengevaluasi setiap produk/jasa yang direncanakan.
4. Keputusan pembelian Pada tahap keputusan pembelian proses pengambilan keputusan pembeli, konsumen akan memutuskan untuk membeli produk/jasa berdasarkan kebutuhan dan keinginannya.
5. Perilaku pasca pembelian, yaitu perilaku pasca pembelian konsumen dalam mengevaluasi alternatif setelah pembelian. Tidak jarang pembeli merasakan penyesalan atau keraguan segera dan sesaat setelah membuat keputusan pembelian. Hal ini mempengaruhi apakah pembeli puas.

Dengan banyak ragam pilihan sekolah membuat konsumen menjadi semakin bebas dalam memilih tempat untuk menimba ilmu yang dapat memikat dan membuat konsumen menjadi loyal

atas apa yang mereka pilih. Dari sudut pandang konsumen, Kualitas Pelayanan, fasilitas dan lokasi menjadi indikator penting untuk memilih tempat menimba ilmu

Citra yang terdapat pada suatu merek merupakan hal yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Selain itu juga citra dari suatu merek yang telah tersimpan dalam memori pelanggan akan sulit untuk diubah. Hal ini menunjukkan bahwa citra dari suatu merek akan menjadi tolak ukur bagi pelanggan untuk menilai apakah suatu layanan jasa mampu atau tidak dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pengalaman Merek memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, karena pelanggan tidak hanya mengharapkan keunggulan fungsi dari produk yang dibeli, namun juga pengalaman yang didapatkan ketika membeli atau mengkonsumsi produk tersebut.

Faktor yang perlu diperhatikan untuk menumbuhkan Motivasi belajar adalah fasilitas belajar. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Fasilitas adalah tolak ukur untuk semua pemberian layanan dan berdampak besar pada kepuasan pelanggan (Jasumin & Andy, 2022). Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga memudahkan pelanggan dalam melakukan aktivitas dan dapat menggunakan fasilitas yang ada dengan nyaman.

Fasilitas pembelajaran adalah segala sesuatu yang memudahkan dan mempercepat pelaksanaan usaha. Ketika fasilitas belajar memadai, siswa harus lebih aktif dalam belajar. Melengkapi fasilitas belajar, menyediakan guru, dan membangun gedung, semoga siswa bersemangat. Namun jika tidak ada motivasi untuk belajar, semua akan sia-sia. Semakin baik dan lengkap fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi pula semangat siswa untuk melakukan kegiatan mengajar, sebaliknya jika fasilitas seperti ini, selama syarat terpenuhi tentu akan mempengaruhi motivasi belajar siswa.

Selain Kualitas Pelayanan dan fasilitas, lokasi juga merupakan salah satu aspek yang harus di perhatikan dalam memilih Lembaga Pendidikan. Lokasi merupakan bagian yang penting terhadap keberlangsungan suatu institusi dunia Pendidikan untuk masa sekarang dan masa yang akan datang (Naibaho, Hirim M, 2022). Lokasi yang strategis akan membuat siswa menjadi merasa aman dan nyaman untuk menuntut ilmu. Kemudahan jalan untuk di akses tentu akan mendapat respon positif yang baik bagi konsumen, dalam hal ini lokasi juga terdapat petunjuk jalan untuk menuju lokasi tersebut, serta lokasi yang mudah untuk di jangkau sehingga dapat mendukung berbagai kegiatan siswa.

Dengan kondisi lokasi ini akan membuat siswa dapat meraih prestasi yang optimal dengan suasana lingkungan belajar yang kondusif dan menciptakan rasa nyaman dan tenang disekitar lingkungan baik dari ruang kelas atau lokasi sekitar Lembaga Pendidikan. Lokasi yang terlalu dekat dengan keramaian, seperti pasar, pabrik dan jalan raya cenderung dapat mengganggu jalannya

kegiatan belajar mengajar serta mengakibatkan proses belajar menjadi tidak kondusif dan tidak efisien. Dapat disimpulkan bahwa banyak beberapa faktor yang menjadi pertimbangan siswa dalam memilih sekolah. Diantaranya dapat dilihat dari kualitas pelayanan, Fasilitas dan Lokasi juga berpengaruh dalam peningkatan jumlah siswa yang akan masuk. Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas peneliti tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH (PADA SMK STRADA DAAN MOGOT)”**

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Menurut suatu jurnal yang dijabarkan oleh usmara dalam(Brittany, Ravena Gabriela, 2022) yaitu :

“kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil).”

Menurut Tjiptono dalam Ibrahim & Thawil, (2019) definisi kualitas pelayanan yaitu :

“kualitas layanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen.”

Menurut Nanang Tasunar dalam Lesmana, (2017) memberikan pengertian sebagai berikut :

“Kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap *excellence* (keterandalan) dan sales counter yang dilakukan oleh konsumen”

### Fasilitas

Menurut Menurut (Priscillia, Lovie Angela, 2022) menyatakan pengertian fasilitas bahwa :

“fasilitas adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan pelayanan yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam melaksanakan pekerjaan, dan juga sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu atau segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh orang pengguna.”

Menurut Sari, (2016) mendefinisikan fasilitas secara sederhana yaitu:

“fasilitas adalah suatu sarana fisik yang dapat memproses suatu masukan (*input*) menuju keluaran (*output*) yang di inginkan.”

Menurut Winarto & Sayoto, (2018) mengatakan bahwa fasilitas merupakan:

“perlengkapan–perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada penggunanya sehingga kebutuhan pengguna fasilitas tersebut dapat terpenuhi”

### Lokasi

Menurut Rahayu dalam (Wahyuni, Sri, 2022) mengatakan bahwa :

“Memiliki lokasi yang baik untuk bisnis dapat membantu melakukan penempatan bisnis yang lebih baik dan aktivitas yang membantu pelanggan. Lokasi bisnis adalah apa yang orang lihat ketika mereka melihat bisnis.”

Menurut Mahendra et al., (2021) mengatakan bahwa :

“Lokasi merupakan salah satu cara agar konsumen dapat menjangkau tempat yang mereka tuju tidak terlalu jauh dengan rumah, tempat kerja, dan sebagainya.”

Menurut Ghanimata dalam Senggetang et al., (2019) mengatakan bahwa:

“lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.”

### Keputusan Memilih

Menurut Aninditya et al., (2021) mengatakan bahwa :

“Mengambil keputusan merupakan bagian dari proses berpikir ketika seseorang mempertimbangkan, memahami, mengingat, dan menalar tentang segala sesuatu.”

Menurut Kotler dan Keller dalam Ujang, (2015) menyatakan bahwa:

“untuk melakukan pembelian produk, secara umum konsumen melalui lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.”

Menurut Schiffman & Kanuk Harahap et al., (2017) menyatakan bahwa :

“keputusan memilih adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan dari beberapa alternatif pilihan dan keputusan yang diambil mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan.”

### III. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode ini memiliki tujuan untuk mengetahui sifat dan hubungan yang lebih mendalam antara tiga variabel dengan mengamati aspek-aspek tertentu secara spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori – teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

#### Populasi

Menurut Sugiyono dalam Korompis et al., (2017) mengatakan bahwa: “Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah para siswa ajaran baru yang memilih SMK Strada Daan Mogot. Karena populsi dalam penelitian ini yaitu seluruh orang yang memilih SMK Strada Daan Mogot jumlahnya banyak, maka perlu dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

#### Sampel

Menurut Sugiyono dalam Jasmalinda, (2021) memberikan pengertian dari sampel yaitu “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Diketahui jika suatu populasi dalam memiliki jumlah yang besar, maka dari itu batas waktu yang terbatas, peneliti menggunakan sampel dari jumlah populasi yang sudah ada.

Banyak sampel yang diperlukan penulis sebanyak 150.79, sehingga dibulatkan menjadi 150 responden.

#### Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan maupun pernyataan secara tertulis yang dijawab oleh responden.
2. Wawancara. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya dan mendengarkan jawaban secara langsung dari sumber data.
3. Observasi. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat secara langsung dan mencatat hasil dari penelitian tersebut.

#### Teknik Analisa Data

Beberapa Teknik analisa yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi berganda, korelasi berganda, uji t, uji f dan uji determinasi ( $r^2$ ) dengan menggunakan *software* SPSS 25.

## IV. HASIL

### 1. Tabel Model Summary secara Parsial

#### a. Kualitas Pelayanan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 <sup>a</sup>	.410	.406	3.905

a. Predictors: (Constant), Total X1

b. Dependent Variable: Total Y

Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih memiliki pengaruh sebesar 41% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain.

#### b. Fasilitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.653 <sup>a</sup>	.426	.422	3.852

a. Predictors: (Constant), Total X2

b. Dependent Variable: Total Y

Fasilitas terhadap Keputusan Memilih memiliki pengaruh sebesar 42,6% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain.

#### c. Lokasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 <sup>a</sup>	.288	.284	4.289

a. Predictors: (Constant), Total X3

b. Dependent Variable: Total Y

Lokasi terhadap Keputusan Memilih memiliki pengaruh sebesar 28% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain.

### 2. Tabel Model Summary secara Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 <sup>a</sup>	.467	.456	3.738

a. Predictors: (Constant), Total X3, Total X1, Total X2

b. Dependent Variable: Total Y

Dapat kita lihat dari nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,456 atau 45,6%, yang artinya besarnya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan memilih adalah sebesar 45,6% sedangkan sisanya 54,4% (100% – 45,6%) dijelaskan oleh faktor atau variabel lain yang tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

### 3. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.999	2.926		2.051	.042		
	Total X1	.291	.120	.281	2.426	.016	.272	3.677
	Total X2	.365	.146	.306	2.492	.014	.243	4.118
	Total X3	.159	.079	.163	1.998	.048	.552	1.812

a. Dependent Variable: Total Y

Dengan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat kepercayaan pengujian (1- $\alpha$ ) sebesar 95% dan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar 5% serta derajat kebebasan (*Degree of Freedom/df*)  $n - k = 150 - 4 = 146$ , maka diperoleh nilai distribusi tabel t adalah 1.976.

- Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Memilih (Y), Dari hasil uji t pada TABEL IV.58 diketahui nilai signifikan untuk pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Memilih (Y) adalah  $0,016 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2.426 > t$  tabel 1.976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H01 ditolak dan H1 diterima, berarti variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Memilih pada SMK Strada Daan Mogot.
- Pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Memilih (Y), Dari hasil uji t pada TABEL IV.58 diketahui nilai signifikan untuk pengaruh variabel Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Memilih (Y) adalah  $0,014 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2.492 > t$  tabel 1.976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H02 ditolak dan H2 diterima, berarti variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan Memilih pada SMK Strada Daan Mogot.
- Pengaruh Lokasi (X3) terhadap Keputusan Memilih (Y), Dari hasil uji t pada TABEL IV.58 diketahui nilai signifikan untuk pengaruh variabel Lokasi (X3) terhadap Keputusan Memilih (Y) adalah  $0,048 < 0,05$  dan nilai t hitung  $1.998 > t$  tabel 1.976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H03 ditolak dan H3 diterima, berarti variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan Memilih pada SMK Strada Daan Mogot.

- Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1786.320	3	595.440	42.609	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2040.273	146	13.974		
	Total	3826.593	149			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X3, Total X1, Total X2

diperoleh nilai F sebesar 42.609 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Dengan derajat kebebasan  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 146$  maka didapat  $F_{tabel}$  sebesar  $(3:146) = 2.67$  artinya diketahui nilai F hitung  $42.609 > F_{tabel} 2.67$  dengan tingkat signifikan 0,000 karena tingkat signifikan  $<$  dari 0,05. Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), dan lokasi (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan memilih (Y) pada SMK Strada Daan Mogot.

## V. KESIMPULAN

### • Kesimpulan :

- Penjelasan pembahasan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih sebesar 41% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil pengujian t memperoleh hasil  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  ( $2,426 > 1,976$ ) dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,016 sehingga nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.
- Penjelasan pembahasan Fasilitas terhadap Keputusan Memilih sebesar 42,6% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil pengujian t memperoleh hasil  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  ( $2,492 > 1,976$ ) dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,014 sehingga nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.
- Penjelasan pembahasan Lokasi terhadap Keputusan Memilih 28% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil pengujian t memperoleh hasil  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  ( $1,998 > 1,976$ ) dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,048 sehingga nilai tersebut lebih kecil 0,05.
- Variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Memilih terdapat pengaruh dan berhubungan. Dari hasil pengujian F memperoleh nilai  $F_{Hitung} > F_{Tabel}$  atau ( $42,609 > 2,67$ ), dengan tingkat signifikan 0,000, sehingga nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Memiliki pengaruh sebesar 45,6%. sehingga dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima yang berarti variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah pada SMK Strada Daan Mogot.

## DAFTAR PUSTAKA

- ABDURRAHMAN, A., & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 224–231. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.174>
- Aninditya, B., I, S. K., & Made, A. P. S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

- Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan. *Karya Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 61.
- Brittany, Ravena Gabriela, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan , Promosi Online , Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Dan Marketplace. *Primanomics : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2, 1–16. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/998>
- Harahap, D. A., Hurriyati, R., Gaffar, V., Wibowo, L. A., & Amanah, D. (2017). Pengaruh Reputasi Universitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi di Universitas Islam Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional & Konferensi Forum Manajemen Indonesia (FMI 9)*, Semarang, 9, 1–12. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/8ZG6N>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Jasumin, R. J., & Andy. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(2).
- Korompis, R., Lengkong, V., & Walangitan, M. D. (2017). PENGARUH SIKAP KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero) CABANG MANADO. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1238–1249. <https://doi.org/2303-1174>
- Lesmana, R. (2017). *PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. RADEKATAMA PIRANTI NUSA Berikut ini data penjualan PT . Radekatama Piranti Nusa Tahun 2013 dibawah ini : Data Jumlah penjualan Jumlah Keluhan Pelanggan Tahun 2013- 2017 Jenis Keluhan / Complaint Tahun Ketepata*. 2(2), 115–129.
- Mahendra, S., Wijaya, M., & Syahriandy, S. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penelitian Konsumen Pada Roemah Bata Café & Resto Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 2(2), 161–166. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.458>
- Naibaho, Hirim M, A. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(2).
- Priscillia, Lovie Angela, A. (2022). Pengaruh Komunikasi Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Karyawan PT . Astra International Tbk – Honda Sales Operation Effect Of Communication And Physical Work Environment On Employee Performance Of Pt . Astra International Tbk – Honda Sales Opera. *EMABI : EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS*, 3, 1–8.
- Sari, U. P. (2016). Pengaruh Fasilitas, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Camat Sangatta Selatan Kabupaten Kutai Timur. *eJournal Pemerintahan Integratif*, 4(4), 505–519.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1),

881–890.

- Ujang, M. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Barat. *SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU & CALL FOR PAPERS UNISBANK (SENDI\_U) Kajian Multi Disiplin Ilmu untuk Mewujudkan Poros Maritim dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat ISBN: 978-979-3649-81-8, 978–979.*
- Wahyuni, Sri, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dengan Dimensi Konteks , Komunikasi , Kolaborasi , dan Koneksi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Lokal Sepatu Compass Kota Tangerang Pengaruh Social Media Marketing dengan Dimensi Konteks , Komunikasi , Kola. *NIKAMABI: JURNAL EKONOMI & BISNIS*, 2, 1–15. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/NI/article/view/1565>
- Winarto, H., & Sayoto, B. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Mncv Bagian Produksi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i2.196>