

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT SISWA BARU DI SMK NEGERI 1 PEMATANG SIANTAR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Seminar Proposal
Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA MAHASISWA	: Maysarah Siregar
NPM	: 71180312015
PROGRAM PENDIDIKAN	: STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI	: EKONOMI MANAJEMEN
KONSENTRASI	: PEMASARAN



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
MEDAN
2025**

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT SISWA BARU DI SMK NEGERI 1 PEMATANG SIANTAR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Seminar Proposal
Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA MAHASISWA	: Maysarah Siregar
NPM	: 71180312015
PROGRAM PENDIDIKAN	: STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI	: EKONOMI MANAJEMEN
KONSENTRASI	: PEMASARAN

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. T. Ahmad Helmi, S.E.,M.Si

Ismail Nst, S.E.,M.M

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
MEDAN
2025**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan lancar. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan sepanjang masa, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh cahaya ilmu dan iman.

Skripsi ini berjudul: *“Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Siswa Baru di SMK Negeri 1 Pematang Siantar.”* Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Sumatera Utara.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Safrida, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara.
2. Bapak Syafrizal, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dr. T. Ahmad Helmi, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dengan penuh kesabaran.

4. Bapak Ismail Nst, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah mendampingi dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Almarhum kedua orang tua tercinta, yang telah mendidik, membesarkan, dan mendoakan penulis dengan penuh cinta dan pengorbanan yang tak ternilai. Semoga Allah SWT menempatkan keduanya di tempat terbaik di sisi-Nya.
6. Seluruh keluarga besar, atas dukungan moral, semangat, dan kasih sayang yang senantiasa menguatkan penulis dalam menyelesaikan studi.
7. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, atas kebersamaan, bantuan, dan motivasi yang begitu berarti selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis, skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumbangsih positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi manajemen.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Medan, Juni 2025
Penulis

Maysarah Siregar
NPM: 71180312015

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Bauran Promosi.....	9
1. Tujuan Promosi	11
2. Alat dan Elemen Bauran Promosi	12
3. Menentukan Total Anggaran dan Bauran Promosi.....	16
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi	18
2.2 Minat Siswa	19
1. Ciri-ciri Minat	21
2. Jenis-Jenis Minat.....	22
3. Indikator Minat.....	24
2.3 Penelitian Relevan.....	25
2.4 Kerangka Berpikir.....	27
2.5 Hipotesis Penelitian.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
3.2 Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.4 Operasional Variabel	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Analisis Data	42

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Identitas Sekolah	49
4.2 Alamat SMK Negeri 1 Pematangsiantar	50
4.3 Visi Dan Misi Sekolah SMK Negeri 1 Pematangsiantar.....	50
4.4 Sejarah Singkat SMK Negeri 1 Pematangsiantar.....	52
4.5 Kurikulum dan Jurusan	53
4.6 Kegiatan Akademik dan Non-Akademik	53
4.7 Prestasi Sekolah	54
4.8 Kegiatan Pelepasan dan Upacara	54

BAB V ANALISI DAN EVALUASI

5.1 Hasil Penelitian	55
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian	75
5.3 Keterbatasan Peneliti.....	88

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Perincian Waktu.....	34
Tabel III.2 Interval Korelasi Product Moment.....	44
Tabel V. 1 Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel X.....	58
Tabel V. 2 Uji Reabilitas Bauran Promosi	59
Tabel V. 3 Statistik Deskriptif Bauran Promosi	60
Tabel V. 4 Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Y	62
Tabel V. 5 Uji Reabilitas Minat Siswa.....	63
Tabel V. 6 Statistik Deskriptif Minat Siswa	64
Tabel V. 7 Uji Normalitas.....	66
Tabel V. 8 Uji Linieritas	67
Tabel V. 9 Uji Korelasi Pearson Product Moment	69
Tabel V. 10 Uji Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel V. 11 Uji F Simultan	72
Tabel V. 12 Uji t Pengaruh Parsial	73

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Nurlina, Masruro, Zulaini, Saragih, Siti Zahara, Hasibuan, Rosmidah, Simamora, Siti Suharni, & Toni. (2022). *Buku Ajar Belajar dan Pembelajaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azkiyah, Z., Kartiko, A., & Mitra Zuana, M. M. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru di madrasah*. Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 5(2), 290–303.
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Djaali. (2013). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Feky Reken, Erdawati, Sri Rahayu, Roky Apriansyah, Hendri Herman, Virna Sulfitri, Hermanto, Fatmawati, Lia Suprihartini, Adi Masliardi, Ni Kadek Dessy Hariyanti, & Muh. Risal Tawil. (2023). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang: Gita Lentera.
- Fernanda, V. (2020). *Pengaruh Strategi Promosi terhadap Minat Siswa Bersekolah di SMAS Maitreyawira Tanjungpinang* (Skripsi Sarjana, STIE Pembangunan Tanjungpinang).
- Iba, Zainuddin, & Wardhana, Aditya. (2023). *Metode Penelitian*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Kasiram, Moh. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, & Opresnik, Marc Oliver. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed., Global Edition). Harlow: Pearson Education Limited.
- Layoo, N., Zainita, A., & Rahman, W. (2021). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR, 6(1), 9–18.
- Machali, Imam. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (cet. 3). Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Mahbub, & Zen, E. H. (2020). *Pengaruh Promosi Pendidikan terhadap Minat Peserta Didik Baru MAN 3 Banyuwangi*. Manajemen Pendidikan Islam.
- Mayasari, Novi, & Alimuddin, Johar. (2023). *Strategi Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa*. Banyumas, Jawa Tengah: Rizquna.

- Moeloeng, Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muin, Abdul. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Neliwati. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Kajian Teori dan Praktek*. Medan: FITK UIN Sumatera Utara.
- Purwanza, Sena Wahyu, Wardhana, Aditya, Mufidah, Ainul, Renggo, Yuniarti Reny, Hudang, Adrianus Kabubu, Setiawan, Jan, Darwin, Badi'ah, Atik, Sayekti, Siskha Putri, Fadlilah, Maya, Respati Nugrohowardhani, Rambu Luba Kata, Amruddin, Saloom, Gazi, Hardiyani, Tati, Tondok, Santalia Banne, Priskusanti, Retno Dewi, & Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Raihan. (2017). *Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Islam Jakarta.
- Razak, Ismail, Wibowo, Imam, & Reztrianti, Diajeng. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bisnis*. Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Rita, Lusi Maretti, & Sutrisna, Endang. (2016). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Beli Konsumen*. JOM FISIP, 3(2).
- Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Saladin, Djaslim. (2006). *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian)*. Bandung: Linda Karya.
- Sama', S., Wahyuni, A., Anggraeni, A. D., Tonasih, T., Yoniantini, D. M., Amni, S. S., Ismarianti, I., Pentury, H. J., Pelangi, I., & Widiastuti, R. (2021). *Psikologi Pendidikan*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudjana, Nan. (2005). *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundari, Eva, & Hanafi, Imam. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: UIR Press.

- Syahputra, E. (2020). *Snowball Throwing Tingkatan Minat Dan Hasil Belajar*. Jakarta: Haura Publishing.
- Syahrum, & Salim. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Taufik, E. R. (2023). *Konsep Inti Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Media Edukasi Indonesia.
- Trianto. (2011). *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi Pendidikan dan Tenaga Kependidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Uluwiyah, Anisatun Nurul. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Multi Pustaka Utama.
- Yulianti, Riska, Fadillah, Rina, Maulana, R., & Setiawan, Rudi. (2024). *Metode Penelitian Eksperimen: Konsep, Implementasi, dan Studi Kasus*. Deli Serdang: Mifandi Mandiri Digital.
- Yusuf, A. Muri. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, Prenadamedia Group.
- Zulfikar, Rizka, Harahap, Saidin, Mawaddah, Siti, Aisah, Siti, Harahap, Ulfah, & Muluk, Samsul. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori, Metode dan Praktik*. Bandung: Widina Media Utama.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama : Maysarah Siregar
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 01 Juli 2000
Alamat : Jln. Sidorukun No. 79, Medan Timur, Sumatera
Utara
Nomor HP / WA : 0878-5944-2167
Email : maysarahsiregar335@gmail.com
Status : Mahasiswi
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Universitas : Universitas Islam Sumatera Utara

Pendidikan Formal

- TK Nurul Arafah (2005 – 2006)
- SD Negeri 060873 (2006 – 2012)
- SMP Negeri 24 Medan (2012 – 2015)
- SMA Negeri 3 Medan (2015 – 2018)

Pengalaman Organisasi

- HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) Jabatan: Wakil Kohati (2021 – 2022)

LAMPIRAN

ANGKET PENELITIAN

Judul: Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Siswa Baru di SMK Negeri 1 Pematangsiantar

Angket Bauran Promosi

Petunjuk:

Berilah tanda (✓) pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda terhadap setiap pernyataan berikut ini. Pilihan jawaban menggunakan skala:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui informasi tentang SMK N 1 Pematangsiantar ini dari media sosial.					
2	Iklan sekolah ini kurang menarik perhatian saya.					
3	Informasi dalam iklan sekolah ini sangat mudah dipahami.					
4	Saya tidak pernah melihat iklan SMK N 1 Pematangsiantar ini di media manapun.					
5	Saya tertarik dengan program beasiswa yang ditawarkan sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
6	Promo biaya masuk yang ditawarkan tidak membuat saya tertarik.					
7	Saya merasa promosi yang diberikan sangat membantu keputusan saya.					
8	Saya tidak melihat adanya promosi khusus saat pendaftaran.					
9	Saya mendapatkan informasi dari guru/staf sekolah secara langsung.					
10	Saya tidak pernah diajak bicara langsung oleh pihak sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
11	Penjelasan dari pihak sekolah sangat meyakinkan saya.					
12	Saya merasa komunikasi personal dari sekolah kurang meyakinkan.					
13	Sekolah ini dikenal masyarakat sebagai sekolah yang baik.					
14	Saya jarang mendengar SMK N 1 Pematangsiantar ini aktif di masyarakat.					
15	Reputasi sekolah ini membuat saya yakin untuk mendaftar.					

16	Sekolah ini tidak banyak tampil di kegiatan publik.					
17	Saya menerima brosur atau pesan WhatsApp dari sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
18	Saya tidak pernah menerima informasi dari sekolah secara langsung.					
19	Informasi langsung dari sekolah mempengaruhi keputusan saya.					
20	Informasi yang diberikan langsung tidak terlalu membantu saya.					

Angket Minat Siswa Baru

Petunjuk:

Bacalah setiap pernyataan dengan cermat, kemudian beri tanda (✓) pada kolom jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda. Pilihan jawaban menggunakan skala:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa senang ketika mengikuti informasi dari sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
2	Saya tidak tertarik sama sekali dengan segala hal yang berkaitan dengan sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
3	Saya merasa bahagia jika bisa menjadi bagian dari sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
4	Saya tidak pernah merasa antusias saat membayangkan bersekolah di SMK N 1 Pematangsiantar					
5	Saya merasa nyaman membaca atau mendengar tentang sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
6	Saya merasa tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
7	Saya tidak memiliki dorongan untuk mengetahui sekolah SMK N 1 Pematangsiantar lebih jauh.					
8	Ketertarikan saya meningkat setelah mengenal program sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
9	Saya merasa sekolah ini tidak menarik perhatian saya sama sekali.					
10	Saya ingin terus mencari tahu kegiatan-kegiatan sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
11	Saya memperhatikan setiap informasi promosi dari sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
12	Saya tidak peduli dengan brosur atau informasi sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
13	Saya mudah terdistraksi saat membahas sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
14	Sekolah SMK N 1 Pematangsiantar membuat saya fokus mendengarkan penjelasannya.					

15	Saya memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keunggulan sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
16	Saya merasa terlibat saat ikut kegiatan promosi sekolah. SMK N 1 Pematangsiantar					
17	Saya tidak pernah tertarik untuk ikut acara sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
18	Saya senang jika diajak berdiskusi tentang sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
19	Saya menghindari jika ada undangan dari sekolah SMK N 1 Pematangsiantar					
20	Saya ingin aktif dalam kegiatan sekolah SMK N 1 Pematangsiantar sejak awal.					

LEMBAR OBSERVASI

Judul Penelitian: Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Siswa Baru di SMK Negeri 1 Pematangsiantar

Observer:

Tanggal Observasi:

Tempat Observasi:

A. Aspek yang Diamati (Bauran Promosi)

No	Indikator Bauran Promosi	Deskripsi Aktivitas yang Diamati	Skor (1-5)	Catatan
1	Iklan (Media Sosial, Brosur, Spanduk)	Apakah sekolah aktif menyebarkan informasi melalui iklan yang menarik?		
2	Promosi Penjualan (diskon/merchandise)	Apakah ada pemberian insentif khusus saat PPDB?		
3	Penjualan Personal (pendekatan langsung)	Apakah guru/staf memberikan informasi langsung kepada calon siswa?		
4	Hubungan Masyarakat (event, kerja sama)	Apakah sekolah menjalin hubungan baik dengan masyarakat?		
5	Pemasaran Langsung (chat, email, WA)	Apakah sekolah aktif menindaklanjuti calon siswa secara langsung?		

B. Aspek yang Diamati (Minat Siswa Baru)

No	Indikator Minat Siswa Baru	Deskripsi Perilaku/Respons Siswa	Skor (1-5)	Catatan
1	Perasaan Senang	Apakah siswa terlihat senang saat berkunjung ke sekolah?		
2	Ketertarikan	Apakah siswa tertarik dengan fasilitas dan program sekolah?		

3	Perhatian	Apakah siswa memperhatikan informasi promosi yang diberikan?		
4	Keterlibatan	Apakah siswa aktif bertanya atau mengikuti kegiatan promosi?		

C. Skala Penilaian

- 1 = Sangat Kurang
- 2 = Kurang
- 3 = Cukup
- 4 = Baik
- 5 = Sangat Baik

D. Catatan Umum Observasi:

.....

DOKUMENTASI



