

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN MOTIVASI SISWA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PROGRAM KEAHLIAN :
PERAN DUKUNGAN KELUARGA SEBAGAI MODERASI**

TESIS



OKTA NOVIA
NPM. 1610018212029

**PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2019

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN MOTIVASI SISWA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PROGRAM KEAHLIAN :
PERAN DUKUNGAN KELUARGA SEBAGAI MODERASI**

TESIS



**OKTA NOVIA
NPM. 1610018212029**

**Tesis ini diajukan untuk memenuhi sebagian
persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Sains Manajemen**

**PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2019

KATA PENGANTAR

Dengan keagungan Allah SWT, serta salawat teriring salam untuk Junjungan Nabi besar Muhammad SAW, berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“Pengaruh Produk, Promosi dan Motivasi Siswa Terhadap Keputusan Pemilihan Program Keahlian : Peran Dukungan Keluarga Sebagai Moderasi”**. Tujuan penulisan tesis ini adalah memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Sains Manajemen Pascasarjana Universitas Bung Hatta.

Dalam penyusunan tesis ini penulis telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Zaitul, SE., MBA, Akt. CA selaku direktur pascasarjana Universitas Bung Hatta Padang dan sekaligus penguji, yang telah memberikan dukungan, masukan dan izin pada penulis untuk menyelesaikan pendidikan di Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta.
2. Bapak Dr. Akmal, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Pascasarjana Universitas Bung Hatta, yang telah memberikan dorongan, arahan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta.
3. Bapak Dr. Syafrizal Chan, SE., M.Si. selaku pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

4. Bapak Sefnedi, SE., M.M., Ph.D selaku pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan sepenuh hati serta tak henti-hentinya memotivasi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si. selaku penguji yang telah memberikan dorongan, arahan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan/ karyawan Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta yang telah membantu penulis demi kelancaran tesis ini.
7. Kepala Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Barat yang telah memberikan izin kuliah dan penelitian kepada penulis.
8. Kepala SMK N 1 Lubuk Sikaping, para guru & karyawan/ti serta siswa yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Orang Tua dan mertua penulis yang selalu memberikan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini.
10. Suami tercinta dan anak-anakku tersayang yang pengertian dan sabar dalam menghadapi proses pendidikan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini.
11. Teman-teman angkatan XXIV yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

Semoga Allah selalu memberikan rahmat dan karuniaNya atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Padang, Agustus 2019

Penulis

OKTA NOVIA

DAFTAR ISI

	Halaman
Pengesahan Ketua Program Studi	i
Pengesahan Direktur	ii
Pernyataan Keaslian Tesis	iii
Abstrak Bahasa Indonesia	v
Abstrak Bahasa Inggris	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Literatur	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.1.2 Proses Keputusan Pembelian	12
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Produk	16
2.1.2.1 Pengertian Produk	16
2.1.2.2 Klasifikasi Produk	17
2.1.2.3 Karakteristik Jasa	18
2.1.2.4 Kualitas Jasa	20
2.1.3 Promosi	23
2.1.3.1 Pengertian Promosi	23
2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat Promosi	24
2.1.3.3 Bauran Promosi	25
2.1.4 Motivasi Konsumen	29
2.1.4.1 Pengertian Motivasi Konsumen	29
2.1.4.2 Teori-Teori Motivasi	30
2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi	32
2.1.4.4 Motivasi Dalam Keputusan Pembelian	33
2.1.5 Keluarga	35
2.1.5.1 Pengertian Keluarga	35
2.1.5.2 Keluarga Sebagai Penentu Pembelian	36
2.2 Pengembangan Hipotesis	38
2.2.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pemilihan	38
2.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan	39

2.2.3	Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pemilihan	40
2.2.4	Pengaruh Dukungan Keluarga Terhadap Keputusan Pemilihan	41
2.2.5	Peran Dukungan Keluarga Sebagai Variabel Pemoderasi Antara Produk dengan Keputusan Pemilihan	42
2.2.6	Peran Dukungan Keluarga Sebagai Variabel Pemoderasi Antara Promosi dengan Keputusan Pemilihan	43
2.2.7	Peran Dukungan Keluarga Sebagai Variabel Pemoderasi Antara Motivasi dengan Keputusan Pemilihan	44
2.3	Kerangka Konseptual	46
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	47
3.2	Sumber dan Jenis Data	47
3.3	Populasi dan Sampel	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data	48
3.5	Definisi Operasional Variabel	48
3.6	Skala Pengukuran Instrumen	51
3.7	Uji Instrumen Penelitian	52
3.7.1	Uji Validitas	52
3.7.2	Uji Reliabilitas	53
3.8	Teknik Analisis Data	53
3.8.1	Analisa Deskriptif	54
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	55
3.8.2.1	Uji Normalitas	55
3.8.2.2	Uji Linearitas	56
3.8.2.3	Uji Multikolonieritas	56
3.8.2.4	Uji Heteroskedastisitas	57
3.8.3	Analisa Regresi Bertingkat	57
3.8.4	Uji Kelayakan Model	58
3.8.5	Uji Hipotesis	59
3.8.6	Koefisien Determinan	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	61
4.1.1	<i>Response Rate</i>	61
4.1.2	Karakteristik Responden	62
4.1.3	Uji Instrumen	64
4.1.3.1	Uji Validitas	64
4.1.3.1.1	Produk	65
4.1.3.1.2	Promosi	66
4.1.3.1.3	Motivasi Siswa	68
4.1.3.1.4	Dukungan Keluarga	70
4.1.3.1.5	Keputusan Pemilihan	71
4.1.3.2	Uji Reliabilitas	72
4.1.4	Teknik Analisis Data	73
4.1.4.1	Analisis Deskriptif	73
4.1.4.1.1	Produk	73
4.1.4.1.1	Promosi	75

4.1.4.1.1	Motivasi Siswa	76
4.1.4.1.1	Dukungan Keluarga	78
4.1.4.1.1	Keputusan Pemilihan	79
4.1.4.2	Uji Asumsi Klasik	81
4.1.3.2.1	Uji Normalitas	81
4.1.3.2.2	Uji Linearitas	82
4.1.3.2.2	Uji Multikolonieritas	83
4.1.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas	84
4.1.5	Analisis Regresi Moderasi	85
4.1.6	Uji Kelayakan Model	86
4.1.7	Pengujian Hipotesis	87
4.1.8	Uji Koefisien Determinan (R^2).....	91
4.2	Pembahasan	93
4.2.1	Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pemilihan	93
4.2.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pemilihan	95
4.2.3	Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pemilihan	97
4.2.4	Pengaruh Dukungan Keluarga terhadap Keputusan Pemilihan	98
4.2.5	Peran Keluarga sebagai <i>moderasi</i> pada pengaruh Produk terhadap Keputusan Pemilihan	101
4.2.6	Peran Keluarga sebagai <i>moderasi</i> pada Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pemilihan	104
4.2.7	Peran Keluarga sebagai <i>moderasi</i> pada Pengaruh Motivasi Siswa terhadap Keputusan Pemilihan	106
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	110
5.2	Implikasi Penelitian	111
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian	115
5.3.1	Keterbatasan Penelitian	115
5.3.2	Saran Penelitian.....	116
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data penerimaan siswa pada Progli Akuntansi, Manajemen Perkantoran dan Bisnis dan Pemasaran SMK Negeri 1 Lubuksikaping Selama 5 tahun	2
Tabel 1.2 Survey Awal Keputusan Pemilihan Program Keahlian Bisnis dan Pemasaran	4
Tabel 3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	47
Tabel 3.2 Skala Likert's Pengukuran Variabel Peneltian	52
Tabel 3.3 Criteria Tingkat Capaian Responden.....	55
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	62
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Tahap 1	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Tahap 2	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Siswa Tahap 1	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Siswa Tahap 2	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Siswa Tahap 3	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Dukungan Keluarga	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pemilihan	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	73
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Produk	74
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Promosi	75
Tabel 4.14 Deskripsi Variabel Motivasi Siswa	77
Tabel 4.15 Deskripsi Variabel Dukungan Keluarga	78
Tabel 4.16 Deskripsi Variabel Keputusan Pemilihan	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Tahap 1	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas Tahap 2	82
Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas	83
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolonieritas	84
Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Moderasi	86
Tabel 4.23 Hasil Uji Kelayakan Model	86
Tabel 4.24 Rekapitulasi Hasil Hipotesis Penelitian	90
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinan	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen	12
Gambar 2.2 Hierarki Kabutuhan Maslow	31
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian 125
Lampiran 2	Tabulasi Data Penelitian 132
Lampiran 3	Karakteristik Responden 174
Lampiran 4	Uji Validitas 177
Lampiran 5	Uji Reliabilitas 182
Lampiran 6	Total Capaian Responden (TCR) 183
Lampiran 7	Uji Asumsi Klasik 186
Lampiran 8	Uji Hipotesis..... 191