

The Influence Of Promotion, Prices And School Image On The Acceptance Of New Students At SDS Kristen Tabqha, Batam City

Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Sekolah Terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru Di SDS Kristen Tabqha Kota Batam

Anjes Mara Sinaga ¹⁾, Brigida Endah Nuraeni ²⁾, Agus Sekti Susila Atmojo ³⁾

^{1,2,3)} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bentara Persada Batam

Email: ¹⁾ anjesmarasinaga12@gmail.com , ²⁾ nuraeni.endah@yahoo.com , ³⁾ susilaat@gmail.com

How to Cite :

Sinaga, M, A., Nuraeni, E, B., Atmojo, S, S, A., (2024). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Sekolah Terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru Di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen, 7 (2). DOI: <https://doi.org/10.62820/trt.v7i2>

ARTICLE HISTORY

Received [11 September 2024]

Revised [27 Oktober 2024]

Accepted [30 Oktober 2024]

KEYWORDS

Promotion, Price, School Image, New Student Admission.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, dan citra sekolah baik secara parsial maupun simultan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah populasi sebanyak 369 orang tua murid menggunakan metode Slovin sehingga menghasilkan sampel sebanyak 100 orang tua murid dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel promosi memiliki $t_{hitung} 3,578 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ maka promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Variabel harga memiliki $t_{hitung} 2,340 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,021 < 0,05$ maka harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Variabel citra sekolah memiliki $t_{hitung} 8,308 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Dari uji F diketahui bahwa f_{hitung} untuk promosi, harga, dan citra sekolah adalah $91,196 > f_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi, harga, dan citra sekolah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of promotion, price and school image, both partially and simultaneously, on the acceptance of new students at SDS Kristen Tabqha, Batam City. This research used a quantitative method with a population of 369 parents using the Slovin method to produce a sample of 100 parents

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



and data collection using a questionnaire. The results of this research found that the promotion variable had a t_{count} of $3.578 > t_{table}$ 1.661 with a significance level of $0.001 < 0.05$, so promotion had a positive and significant effect on the acceptance of new students at SDS Kristen Tabqha, Batam City. The price variable has a t_{count} of $2.340 > t_{table}$ 1.661 with a significance level of $0.021 < 0.05$, so price has a positive and significant effect on the acceptance of new students at SDS Kristen Tabqha, Batam City. The school image variable has t_{count} 8.308 $> t_{table}$ 1.661 with a significance level of $0.000 < 0.05$, so school image has a positive and significant effect on the acceptance of new students at SDS Kristen Tabqha, Batam City. From the F test it is known that the f_{count} for promotion, price and school image is $91.196 > f_{table}$ 2.70 with a significance level of $0.000 < 0.05$. This shows that the promotion, price and school image variables simultaneously have a positive and significant effect on the acceptance of new students at SDS Kristen Tabqha, Batam City.

PENDAHULUAN

Pendidikan mempunyai peranan yang sangat penting sebagai pembentuk individu dan landasan pembangunan masyarakat. Indonesia merupakan negara berkembang dengan potensi besar dan sumber daya alam yang melimpah. Namun keberagaman ini tidak akan mencapai potensinya tanpa sumber daya manusia untuk mengoptimalkannya serta sistem manajemen yang efektif untuk memungkinkan pertumbuhan dan persaingan yang sehat (Afifah, 2022).

Berdasar pendapat Muhaimin pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh lembaga pendidikan atau organisasi untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, agar mampu bersaing (Arifudin, o, et al., 2020). Salah satu langkah yang dapat diambil untuk menghasilkan sumber daya manusia yang unggul adalah melalui sistem pendidikan (Afifah, 2022). Definisi pendidikan menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 adalah upaya yang disengaja dan terencana untuk menciptakan lingkungan belajar dan proses pembelajaran dimana peserta didik dapat aktif mengembangkan potensi diri mereka, termasuk kekuatan spiritual, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan untuk diri sendiri, masyarakat, bangsa, dan negara (Pristiwanti et al., 2022).

Pendidikan dasar memberikan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dasar yang penting dalam kehidupan masyarakat, serta mempersiapkan peserta didik untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan menengah. Pendidikan dasar diadakan untuk memberikan fondasi dasar yang diperlukan bagi kehidupan sosial, termasuk pengembangan sikap, pengetahuan, dan keterampilan esensial. Pada tahap ini, fondasi pengetahuan seperti membaca, menulis, berhitung, dan pembentukan karakter anak-anak dibangun. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika orang tua sangat berhati-hati dalam memilih sekolah untuk pendidikan dasar. Sebaliknya dengan orang tua di masa lampau yang lebih mudah dalam memilih sekolah, orang tua saat ini cenderung lebih berhati-hati dalam memilih sekolah dasar untuk anak-anak mereka, karena mereka memiliki pengetahuan yang lebih luas tentang pendidikan dan ada banyak pilihan sekolah yang tersedia (Afifah, 2022). Pemilihan sekolah oleh orang tua mirip dengan proses pembelian yang dilakukan konsumen (Suci et al., 2020). Dengan persaingan yang semakin ketat di antara lembaga-lembaga pendidikan saat ini, setiap sekolah harus memiliki strategi yang efektif untuk mempertahankan eksistensinya dan menarik jumlah peserta didik. Strategi yang digunakan oleh sebuah lembaga bisa berupa promosi, harga, dan citra sekolah. Dengan menerapkan ketiga aspek tersebut diharapkan bisa meningkatkan jumlah penerimaan peserta didik baru setiap tahunnya.

LANDASAN TEORI

Penerimaan peserta didik baru merupakan proses penerimaan peserta didik baru dengan penyambutan berdasarkan sistem zonasi sesuai ketentuan tertentu (Wulandari, 2019). Ada 4 indikator penerimaan peserta didik baru (PPDB) dalam sistem berdasarkan zonasi (Wulandari, 2019) meliputi: a) Akuntabel b) Objektif, c) Tanpa diskriminasi, d) Transparan. Promosi sekolah menurut Tjiptono dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekolah untuk meningkatkan visibilitas, citra, dan daya tariknya di mata calon siswa, orang tua, dan masyarakat luas (Lystia et al., 2022).

Menurut Tjiptono, terdapat empat indikator promosi (Lystia et al., 2022), sebagai berikut: a) Penjualan perseorangan (*Personal Selling*), b) Periklanan (*Advertising*), c) Promosi penjualan (*Sales promotion*), d) Hubungan dalam masyarakat (*Public relations*). Pengertian biaya sekolah menurut Lupiyoadi dan Hamdani merujuk pada semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh pihak sekolah untuk membiayai operasional dan kegiatan pendidikan. Biaya sekolah mencakup berbagai komponen seperti biaya administrasi, biaya pembelajaran, biaya fasilitas, biaya tenaga pendidik dan kependidikan, serta biaya operasional lainnya yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan pendidikan sehari-hari (Asmoro, 2020).

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, indikator harga terdapat menjadi empat bagian (Asmoro 2020), meliputi: a) Biaya sekolah, b) Biaya perlengkapan dan peralatan sekolah, c) Biaya perjalanan, d) Benefit. Menurut Shirley Harrison citra sekolah dapat diartikan sebagai persepsi atau gambaran yang dimiliki oleh berbagai pemangku kepentingan (seperti siswa, orang tua, guru, masyarakat, dan lain-lain) terhadap sekolah (Habiburrahman, 2023). Para ahli Shirley Harrison pada teorinya menyampaikan indikator citra sekolah (Habiburrahman, 2023), sebagai berikut: a) *Value* (Nilai), b) *Personality* (Karakteristik), c) *Reputation* (Reputasi), d) *Organisation Identity* (Identitas Organisasi).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi sebanyak 369 orang tua murid. Sampel diambil menggunakan metode Slovin, sehingga didapatkan 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur tiga variabel independen (promosi, harga, citra sekolah) dan satu variabel dependen (penerimaan peserta didik baru). Metode dalam penelitian ini menggunakan metode survey, metode survey ini menggunakan kuesioner sebagai salah satu alat penggalan data, pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner akan disebarakan melalui online menggunakan Google Forms.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bermaksud untuk memahami dampak atau pengaruh harga, promosi, dan citra sekolah terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Dari responden yang diteliti, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 89 responden (89.0%), berdasarkan umur mayoritas berusia 41 s/d 50 tahun berjumlah 55 responden (55.0%), dari jenis tingkat pendidikan mayoritas S1/S2/S3 berjumlah 50 responden (50.0%), dari jenis pekerjaan mayoritas ibu rumah tangga berjumlah 41 responden (41.0%), dan untuk pengambilan responden orang tua tiap kelas I, II, III, IV, dan V berjumlah sama sebanyak 17 responden dan untuk kelas VI berjumlah 15 responden. Penjelasan analisis yang dilakukan yaitu:

1. Pengaruh promosi terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam.

Promosi yaitu jenis komunikasi pemasaran yang digunakan untuk menyebarkan pengetahuan dan membujuk konsumen untuk membeli barang atau jasa. Temuan studi ini menunjukkan bahwa promosi secara signifikan dan positif mempengaruhi penerimaan peserta didik baru di

SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai $t_{hitung} 3,578 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil riset ini, secara parsial promosi berpengaruh dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru. Pernyataan ini dapat dilihat dari nilai konstanta 0,509 dan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,192. Maksudnya apabila variabel promosi meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam akan cenderung naik atau menurun dengan koefisien regresi sebesar 0,192. Sehingga dapat penulis simpulkan mengapa promosi berpengaruh terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam adalah karena dengan adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh SDS Kristen Tabqha Kota Batam sekolah akan semakin terkenal sehingga masyarakat akan lebih mengetahui tentang identitas sekolah, kualitas sekolah dengan promosi yang lengkap dan terstruktur sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan anaknya ke sekolah tersebut.

2. Pengaruh harga terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam.

Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Berdasarkan nilai $t_{hitung} 2,340 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,021 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga hasil penelitian ini, secara parsial harga berpengaruh dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru. Hal ini dapat dilihat dari hasil regresi linear berganda, didapat nilai variabel harga sebesar 0,160 dan nilainya positif. Maksudnyanya bila variabel harga meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam cenderung naik atau menurun dengan koefisien regresi sebesar 0,160.

Harga merupakan suatu nilai uang atau alat tukar yang diberikan pelanggan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Dengan demikian dapat peneliti kaji alasan harga berpengaruh dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam karena, harga sangat berperan dalam menentukan seberapa terjangkau suatu pendidikan bagi orang tua dan calon peserta didik baru. Semakin tinggi harga sekolah semakin sedikit orang yang mampu memperoleh akses ke pendidikan tersebut. Sebaliknya, harga yang lebih terjangkau dapat meningkatkan aksesibilitas pendidikan kepada kelompok yang lebih luas. Harga seringkali juga dikaitkan dengan kualitas. Sekolah dengan biaya yang lebih tinggi mungkin dianggap memiliki fasilitas, kurikulum, dan staf pengajar yang lebih baik. Oleh karena itu, orang tua mungkin lebih cenderung mendaftarkan anak mereka ke sekolah dengan harga yang lebih tinggi karena mereka percaya bahwa itu akan memberikan pendidikan yang lebih baik.

3. Pengaruh citra sekolah terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam.

Dari uji penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Nilai $t_{hitung} 8,308 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini, secara parsial citra sekolah berpengaruh dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru. Hal ini dapat dilihat dari hasil regresi linear berganda, didapat nilai variabel citra sekolah sebesar 0,632 dan nilainya positif. Artinya apabila variabel promosi meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam akan cenderung naik atau menurun dengan koefisien regresi sebesar 0,632. Akreditasi sekolah memiliki peran penting dalam membentuk citra sekolah yang baik, yang pada gilirannya dapat memengaruhi tingkat penerimaan peserta didik baru. Di SDS Kristen Tabqha Kota Batam, status akreditasi yang tinggi memberikan kepercayaan lebih kepada calon orang tua siswa mengenai kualitas pendidikan yang ditawarkan, sehingga meningkatkan daya tarik sekolah tersebut dalam proses penerimaan peserta didik baru. Citra sekolah merupakan gambaran yang memberikan kesan yang kuat pada seseorang atau orang tua murid tentang suatu sekolah. Peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai alasan mengapa citra sekolah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam karena, dengan citra sekolah yang baik menciptakan kepercayaan orang tua

terhadap kemampuan sekolah untuk memberikan pendidikan berkualitas. Orang tua cenderung mencari sekolah yang dianggap memiliki reputasi baik dan telah terbukti memberikan hasil pendidikan yang memuaskan.

Analisi Regresi Linear Berganda

Menemukan pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* merupakan tujuan analisis regresi linier berganda. Arah dan besarnya pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* juga dapat diketahui melalui analisis regresi linier berganda. Melalui uji regresi linear berganda dibantu *software* SPSS versi 26 diperoleh hasil persamaan berikut ini:

$$Y = 0,509 + 0,192X_1 + 0,160X_2 + 0,632X_3 + e$$

Fungsi regresi diatas dipaparkan sebagai:

1. Nilai dari konstanta sebesar 0,509 maksudnya adalah bahwa, jika variabel promosi, citra sekolah, dan kualitas pelayanan meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka penerimaan peserta didik baru akan cenderung meningkat atau menurun sebesar 0,509.
2. Berdasarkan hasil regresi linear berganda, didapat nilai variabel promosi sebesar 0,192 dan nilainya positif. Artinya apabila variabel promosi meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam akan cenderung meningkat atau menurun dengan koefisien regresi sebesar 0,192.
3. Berdasarkan hasil regresi linear berganda, didapat nilai variabel harga sebesar 0,160 dan nilainya positif. Artinya apabila variabel harga meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam akan cenderung meningkat atau menurun dengan koefisien regresi sebesar 0,160.
4. Berdasarkan hasil regresi linear berganda, didapat nilai variabel citra sekolah sebesar 0,632 dan nilainya positif. Artinya apabila variabel promosi meningkat atau menurun sebesar satu-satuan maka penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam akan cenderung naik atau menurun dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,632.

Uji t (Parsial)

Digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel *independen* mempunyai pengaruh secara parsial, signifikan, dan positif terhadap variabel *dependen* digunakan uji t parsial. Memanfaatkan SPSS versi 26 dan ambang signifikansi 5%, keputusan dalam uji t diambil. Dalam menentukan t_{tabel} , dengan df (*degree of freedom*) = $n - k$ dimana jumlah sample (n) = 100 serta jumlah variabel penelitian (k) = 4. Jadi $df = 100 - 4 = 96$ dan tingkat signifikan untuk uji dua arah 0,05. Dapat dilihat perhitungan tersebut, didapatkan t_{tabel} penelitian ini sebesar 1,661.

Tabel 1 Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.509	1.667			.305	.761
	Promosi	.192	.054	.210		3.578	.001
	Harga	.160	.068	.168		2.340	.021
	Citra Sekolah	.632	.076	.617		8.308	.000

a. Dependent Variable: Penerimaan Peserta Didik Baru

Hasil uji t dalam tabel dapat dipaparkan sebagai:

1. Pada variabel promosi nilai t_{hitung} adalah $3,578 > t_{tabel}$ 1,661 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru SDS Kristen Tabqha Kota Batam.

2. Pada variabel harga nilai t_{hitung} adalah $2,340 > t_{tabel}$ 1,661 dengan tingkat signifikansi $0,021 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru SDS Kristen Tabqha Kota Batam.
3. Pada variabel citra sekolah nilai t_{hitung} adalah $8,308 > t_{tabel}$ 1,661 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya dapat disimpulkan bahwa citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru SDS Kristen Tabqha Kota Batam.

Uji F (Simultan)

Digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel *independen* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependen* digunakan uji F. Pengambilan keputusan pada uji F dengan taraf signifikansi 5% menggunakan SPSS versi 26. Di dalam menentukan f_{tabel} , harus terlebih dahulu menentukan df_1 (*degree of freedom*) = $k - 1$ dan df_2 (*degree of freedom*) = $n - k$. Sesuai jumlah sampel (n) = 100 serta jumlah variabel penelitian (k) = 4 maka $df_1 = 4 - 1 = 3$ dan $df_2 = 100 - 4 = 96$ dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil *output* Uji F (Simultan) diperoleh pada tabel ANOVA. Berdasarkan perhitungan tersebut maka f_{tabel} penelitian ini adalah 2,70.

Tabel 2 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1245.183	3	415.061	91.196	.000 ^b
	Residual	436.927	96	4.551		
	Total	1682.110	99			
a. Dependent Variable: Penerimaan Peserta Didik Baru						
b. Predictors: (Constant), Citra Sekolah, Promosi, Harga						

Berdasarkan olah data program SPSS versi 26 diperoleh data menjelaskan bahwa nilai f_{hitung} untuk promosi, harga, dan citra sekolah adalah $91,196 > f_{tabel}$ 2,70 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi, harga, dan citra sekolah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam.

Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

R Square (R^2), nama lain dari koefisien determinasi berganda, adalah metrik yang menunjukkan seberapa baik model memperhitungkan kondisi sebenarnya. Angka ini menunjukkan seberapa cocok dan konsisten garis regresi tersebut, berdasarkan perkiraan yang diamati atau diselidiki.

Tabel 5 Determinasi Berganda (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.732	2.133
a. Predictors: (Constant), Citra Sekolah, Promosi, Harga				

Nilai R^2 yaitu sebesar 0,740 dapat dipahami sebagai prosentase nilai yang menjelaskan keragaman nilai Y. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama 74,0% variabel promosi, harga, dan citra sekolah berpengaruh terhadap penerimaan peserta didik baru. Namun variabel lain atau faktor *independen* yang tidak tercakup dalam penelitian memberikan pengaruh terhadap sisa variabel penerimaan peserta didik baru sebesar 26,0%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari temuan peneliti yang berjudul Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Sekolah Terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam yang melibatkan 100 responden. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan analisis data, model regresi linier berganda yang ditemukan adalah: $Y = 0,509 + 0,192X_1 + 0,160X_2 + 0,632X_3 + e$.
2. Data yang dihasilkan secara sebagian, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $t_{hitung} 3,578 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan dari hasil yang telah didapat peneliti dan dianalisis menggunakan SPSS versi 26 terlihat dari jawaban responden bahwa variabel promosi yang paling banyak mendapatkan jawaban setuju sebanyak 53 responden dan sangat setuju sebanyak 33 responden terdapat pada pernyataan kuesioner nomor 3 dengan isi pernyataan "SDS Kristen Tabqha Kota Batam melakukan promosi dengan memberikan potongan harga/diskon uang sekolah untuk siswa/i" yang artinya promosi jenis ini sangat diminati oleh para orang tua siswa/i, karena dengan memberikan diskon atau potongan harga dapat menarik minat orang tua siswa/i.
3. Hal dalam parsial harga mempengaruhi penerimaan peserta didik baru secara positif dan signifikan di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $t_{hitung} 2,340 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,021 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan dari hasil yang telah didapat peneliti dan dianalisis menggunakan SPSS versi 26 terlihat dari jawaban responden bahwa variabel harga yang paling banyak mendapatkan Jawaban setuju diberikan oleh 60 responden, sementara sangat setuju diberikan 18 responden terdapat pada pernyataan kuesioner nomor 7 dengan isi pernyataan "Biaya sekolah di SDS Kristen Tabqha Kota Batam sebanding dengan manfaat pendidikan yang diterima oleh siswa/i" yang artinya orang tua siswa/i tidak terlalu mempermasalahkan harga yang dikeluarkan asalkan sebanding dengan hasil yang diperoleh atau didapatkan.
4. Secara parsial citra sekolah memiliki dampak positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $t_{hitung} 8,308 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan dari hasil yang telah didapat peneliti dan dianalisis menggunakan SPSS versi 26 terlihat dari jawaban responden bahwa variabel citra sekolah yang paling banyak mendapatkan Ada 68 responden yang menjawab setuju dan 22 responden yang menjawab sangat setuju terdapat pada pernyataan kuesioner nomor 1 dengan isi pernyataan "SDS Kristen Tabqha Kota Batam mencerminkan standar pendidikan yang berkualitas" yang artinya orang tua siswa/i lebih mengutamakan pendidikan yang berkualitas yang diberikan kepada anaknya yang diharapkan anaknya dapat lebih unggul.
5. Secara simultan promosi, harga, dan citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam. Dari hasil Uji F (simultan) dihasilkan nilai f_{hitung} untuk promosi, harga, dan citra sekolah adalah $91,196 > f_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
6. Koefisiensi determinasi (R^2) dapat direpresentasikan sebagai prosentase nilai yang menjelaskan keragaman nilai Y yaitu 0,740. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama 74,0% variabel promosi, harga, dan citra sekolah berpengaruh terhadap penerimaan peserta didik baru. Sedangkan sisanya 26,0% variabel penerimaan peserta didik baru terpengaruh oleh faktor-faktor atau variabel bebas lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian. Oleh karena itu hal lain yang belum diketahui dalam riset ini dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

7. Kesimpulan yang telah dijelaskan menegaskan bahwa variabel promosi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan peserta didik baru di SDS Kristen Tabqha Kota Batam baik secara parsial maupun secara simultan.

Saran

1. Bagi SDS Kristen Tabqha Kota Batam

Bagi SDS Kristen Tabqha Kota Batam di harapkan selalu konsisten dalam melakukan promosi baik secara *online* maupun *offline* dan mengembangkan tim promosi yang lebih berkualitas dan kreatif supaya dapat menarik orang tua siswa/i agar mendaftarkan anaknya bersekolah di SDS Kristen Tabqha Kota Batam juga diharapkan untuk tetap memberikan kebijakan bantuan keuangan dapat berupa diskon atau potongan harga dan mungkin dapat mempertimbangkan program beasiswa bagi yang berprestasi juga diharapkan untuk menjaga dan mempertahankan citra sekolah yang sudah dikenal oleh masyarakat luas. Dan diharapkan bisa memperhatikan jawaban-jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner yang disebar oleh peneliti sebagai acuan untuk mengambil tindakan dalam PPDB.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan berbagai riset dengan variabel dan indikator berbeda dengan tujuan memperluas hasil analisis mengenai penerimaan peserta didik.

3. Bagi STIE Bentara Persada

Harapan penulis semoga penelitian ini berguna dan menjadi sumbangan yang positif bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian ilmiah, dan sebagai bahan referensi dan pembelajaran yang berhubungan dengan pemasaran sehingga STIE Bentara bisa bersaing lebih unggul. Untuk para dosen disarankan untuk meningkatkan keterampilan dengan melakukan pelatihan-pelatihan yang dapat mendukung Tri Dharma.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. A. (2022). Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupaten Gowa.
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, P. N., Octavia, F. Y., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yulianah, S., Yusuf, M., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni Clara, A. A., Endrawati Fitria, B., Suhadarliyah, Armiani, Andayani Umiatun, S., & Tabun Albin, M. (2022). Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern) ((A. Bairizky (ed.), Ed.). Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL).
- Asmoro, S. R. (2020). Pengaruh Fasilitas Pelayanan, Biaya Sekolah dan Citra Sekolah terhadap Kepuasan Siswa Sekolah Bodhi Dharma . Doctoral dissertation, Prodi Manajemen.
- Habiburrahman, H. (2023). Pengaruh citra sekolah terhadap minat siswa dalam memilih sekolah lanjutan tingkat atas berbasis islami dengan lingkungan sosial sebagai variabel moderasi di Kecamatan Sumbermanjing Wetan Malang (Doctoral dissertation. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (literature review manajemen pemasaran). 3(4).
- Suci, I. G. S., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). Pengantar Sosiologi Pendidikan. Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar, 6(August).
- Pristiwanti, D., Badariah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). Pengertian Pendidikan. Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK) (4)(6), 7911–7915.
- Wulandari. (2019). Pengaruh Penerimaan Peserta Didik Baru Melalui Sistem Zonasi Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas X Di SMA Negeri 1 Mengwi Tahun. Universitas Jambi.