

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dan Perilaku Siswa SMP/MTS untuk Melanjutkan Pendidikan di Madrasah Aliyah Kecamatan Bantan

Johari¹, Samsir², Gatot Wijayanto³

^{1,2,3} Program Pascasarjana Universitas Riau

Email: johari209@email.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dan Perilaku Siswa SMP/MTS untuk Melanjutkan Pendidikan di Madrasah Aliyah Kecamatan Bantan. Penelitian ini termasuk dalam jenis Penelitian Deskriptif dan Verifikatif. Penelitian ini dilaksanakan di Madrasah Aliyah kecamatan Bantan. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari April 2021 sampai dengan November 2021. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa SMP dan MTS kelas 9 di Kecamatan Bantar dengan jumlah sebanyak 759 orang. Prosedur penelitian terdiri dari. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik kuesioner, lembar observasi, wawancara dan study kepustakaan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Jenis variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel eksogen, endogen dan mediasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan structural equation model (SEM) dengan menggunakan alat berupa WarpPLS.

Kata Kunci : Pendidikan, Metode Deskriptif dan Verifikatif.

Abstract

This study aims to reveal the Factors Affecting the Intentions and Behavior of SMP/MTS Students to Continuing Education in Madrasah Aliyah, Bantan District. This research is included in the type of descriptive and verification research. This research was conducted in Madrasah Aliyah, Bantan sub-district. The time of conducting the research starts from April 2021 to November 2021. The subjects in this study were students of SMP and MTs grade 9 in Bantar District with a total of 759 people. The research procedure consists of. Data collection in this study was conducted using questionnaires, observation sheets, interviews and literature study. The measuring instrument used in this study is the Likert scale. The types of variables used in this study are exogenous, endogenous and mediating variables. This study uses descriptive analysis techniques and structural equation model (SEM) using a tool in the form of WarpPLS.

Keywords: Education, Descriptive and Verificative Methods.

PENDAHULUAN

Penerimaan Peserta Didik Baru bagi sebuah Madrasah merupakan kegiatan yang sangat penting untuk di lakukan pada setiap Tahun Ajaran baru. Karena kegiatan ini merupakan upaya untuk melanjutkan keberlangsungan proses kegiatan Belajar Mengajar di suatu Madrasah/Sekolah. Madrasah terus mengupayakan dengan segenap kemampuan unsur yang ada di Madrasah tersebut untuk mencapai sebuah tujuan yaitu terpenuhinya jumlah Kuota Siswa yang akan di dapatkan pada satu Tahun Ajaran baru.

Untuk mensukseskan kegiatan Penerimaan Siswa Baru pada setiap Tahun Ajaran baru, Madrasah berupaya dengan maksimal menggerakkan seluruh potensi yang dimiliki berupa perencanaan-perencanaan strategis guna menarik niat calon siswa Madrasah Aliyah yang berada pada jenjang SMP dan MTs di sekitar. Hal sederhana yang dilakukan umumnya oleh Madrasah Aliyah adalah, diantaranya: melakukan Promosi berupa mendatangi SMP dan MTs dengan cara mensosialisasikan Madrasah Aliyah dan segenap potensi kepada

Siswa/i kelas IX tingkat SMP dan MTs. Selanjutnya menawarkan berbagai macam fasilitas dan sarana yang ada pada Madrasah Aliyah tersebut.

Pada setiap akhir tahapan kegiatan Penerimaan Siswa Baru hasilnya berupa jumlah siswa/i SMP dan MTs yang berhasil mendaftar ke Madrasah dengan jumlah yang sangat rendah. Rata-rata calon siswa/i yang mendaftar pada Madrasah Aliyah yang ada di kecamatan Bantan berkisar antara 30 sampai 40 siswa per Madrasah, bahkan ada yang berada pada jumlah di bawah itu sehingga tidak dapat memenuhi jumlah rasio siswa yang sebenarnya.

Bila dibandingkan dengan sekolah-sekolah setingkat lainnya seperti SMA dan SMK yang ada di kecamatan Bantan, mereka jauh lebih banyak perolehan siswa barunya dengan jumlah siswa rata-rata diatas 100 siswa baru. Mereka memperoleh jumlah siswa yang sebanyak itu tanpa harus melakukan sosialisasi seperti yang di lakukan oleh Madrasah. Hal ini lah yang perlu dilakukan penelitian dan pengamatan yang lebih mendalam, dengan harapan antar sekolah bias memperoleh jumlah siswa baru yang seimbang.

Madrasah Aliyah perlu merancang strategi-strategi baru selain strategi yang selama ini dilakukan guna untuk mencapai efektifitas pencapaian target dan efisiensi biaya Penerimaan Siswa Baru. Banyak hal yang bisa di lakukan, seperti: memperbaiki konsep strategi pemasarannya, bauran pemasarannya, penerepan pemasaran dalam pendidikan, dan nilai jual madrasah.

Tabel 1. Daftar Sekolah Menengah Atas di Kecamatan Bantan

No	Jenjang	Jumlah	Ket
1	SMK	1	Dinas Pendidikan
2	SMA	3	Dinas Pendidikan
3	Madrasah Aliyah	7	Kementerian Agama

Sumber: Data Pendidikan Korwil Pendidikan Kecamatan Bantan

Letak kecamatan Bantan yang berada di pulau Bengkalis dengan luas wilayah kecamatan Bantan adalah 424 Km² memiliki 11 (sebelas) Sekolah dan Madrasah setingkat pendidikan menengah, dimana masing-masing di bawah kementerian yang berbeda yaitu; Kementerian Pendidikan dan Kementerian Agama. Keberadaan SMA dan SMK yang tersebar di 4 (empat) desa yang ada di kecamatan Bantan pada umumnya menerima peserta didik dari tamatan SMP dan MTs setempat.

Tabel 2. Data Siswa SMP di Kecamatan Bantan Tahun Pelajaran 2021/2022

No	Nama Madrasah Aliyah	Jumlah Siswa			Jumlah
		Kelas 7	Kelas 8	Kelas 9	
1	SMPN 1 Bantan Desa Selatbaru	62	65	49	176
2	SMPN 2 Bantan Desa Teluk Pambang	64	70	88	222
3	SMPN 3 Bantan Desa Bantan Tengah	77	79	55	211
4	SMPN 4 Bantan Desa Kembung Luar	44	44	50	138
5	SMPN 5 Bantan Desa Pasiran	40	50	37	127
6	SMPN 6 Bantan Desa Bantan Sari	43	30	33	106
7	SMPN 7 Bantan Desa Teluk Lancar	15	18	17	50

8	SMPN 8 Bantan Desa Muntai	36	33	29	98
	JUMLAH	381	389	358	1.128

Sumber: Korwil Pendidikan Kecamatan Bantan

Data di atas menggambarkan jumlah siswa/i SMP yang ada di kecamatan Bantan menggambarkan bahwa sebaran data siswa usia SMP/MTs yang ada di kecamatan Bantan yang sedang menempuh pendidikan pada jenjang tersebut pada 8 (delapan) sekolah setingkat SMP. Terdapat 222 (dua ratus dua puluh dua) siswa yang sekolah di SMP Negeri 2 di desa Teluk Pambang dengan jumlah siswa kelas 9 (sembilan) 88 (delapan puluh delapan) siswa. Sedangkan siswa SMP yang paling sedikit jumlahnya adalah siswa SMP Negeri 7 Bantan yang berada di desa paling ujung di kecamatan Bantan yaitu Desa Teluk Lancar dengan jumlah siswa secara keseluruhan berjumlah 50 (lima puluh) siswa sedangkan jumlah siswa kelas 9 (Sembilan) berjumlah 17 (tujuh belas) siswa.

Tabel 3. Data Siswa MTs di Kecamatan Bantan Tahun Pelajaran 2021/2022

No	Nama Madrasah Aliyah	Jumlah Siswa			Jumlah
		Kelas 7	Kelas 8	Kelas 9	
1	MTs Negeri 2 Bengkalis Desa Selatbaru	62	99	100	261
2	MTs Al-Falah Desa Jangkang	31	17	33	81
3	MTs Al-Karimiyah Desa Bantan Tua	14	1	7	22
4	MTs Nurul Hidayah (Pondok Pesantren) Desa Pasiran	128	147	173	448
5	MTs Ar-Rasyidin Desa Ulu Pulau	17	14	20	51
6	MTs Miftahul UlumnDesa Bantan Air	24	30	27	81
7	MTs Al-Irsyadiyah Desa Muntai	7	14	13	34
8	MTs Darul Aiman Desa Muntai	1	9	9	19
9	MTs Al-Khairiyah Desa Teluk Pambang	13	10	19	42
	JUMLAH	297	341	401	1.039

Sumber: EMIS KEMENAG TP 2021/2022

Manajemen pemasaran bagi lembaga pendidikan (terutama madrasah) diperlukan seiring dengan adanya persaingan antar sekolah yang semakin atraktif. Pemasaran dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif. Apabila lembaga atau sekolah memiliki citra yang baik di mata masyarakat, maka besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Jadi, pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh madrasah untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, agar mampu bersaing. Pemasaran tersebut dapat dilihat dari adanya berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan dari sekolahnya agar semakin dibutuhkan dan diniati oleh para pengguna jasa pendidikan. Untuk menarik calon peserta didik diperlukan strategi pemasaran yang bukan saja menjual jasa pendidikan secara apa adanya melainkan bagaimana mendekati pendekatan sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen. Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan dalam menghadapi persaingan, harus mempraktekkan pemasaran secara terus menerus.

Tabel 1. Daftar Perolehan Siswa/i Baru Jenjang Madrasah Aliyah (MA) di Kecamatan Bantan Tahun Pelajaran 2021/2022

No	Nama Madrasah Aliyah	Jumlah Siswa yang di Terima Madrasah		Jumlah
		Lk	Pr	
1	MAS Miftahul Jannah	9	6	15
2	MAS Nurul Hidayah (Pondok Pesantren)	89	83	172
3	MAS Darul Ulum	16	6	22
4	MAS Al-'Ulum	9	3	12
5	MAS Miftahul Ulum	17	10	27
6	MAS Darul Aiman	0	3	3
7	MAS Al-Hidayah	7	15	22
JUMLAH		147	126	273

Sumber: Data kelas 10 se-Induk KKM MA Kecamatan Bantan

Dari tabel di atas dapat di gambarkan bahwa MAS Miftahul Jannah Desa Selatbaru yang berlokasi di ibu kota kecamatan Bantan pada Tahun Pelajaran 2021/2022 memperoleh siswa baru sebanyak 15 (lima belas) orang siswa. Selanjutnya MAS Nurul Hidayah Desa Pasiran adalah Madrasah Aliyah di bawah naungan Pondok Pesantren Nurul Hidayah Bantan yang berlokasi sejauh ±10KM dari ibu kota Kecamatan Bantan, memperoleh siswa sebanyak 172 Siswa/santri baru. MAS Darul Ulum Desa Bantan Tua memperoleh siswa baru sebanyak 22 siswa baru. Sedangkan MAS Al-'Ulum desa Ulu Pulau ada Tahun Pelajaran 2021/2022 ini memperoleh jumlah siswa baru, yaitu hanya 12 (dua belas) orang siswa/i saja. MAS Miftahul Ulum desa Bantan Air yang lokasinya jauh dari ibu kota kecamatan tahun ini memperoleh siswa baru sebanyak 27 (dua puluh tujuh) siswa. MAS Darul Aiman Desa Muntai yang terletak di sebelah wilayah timur kecamatan Bantan memperoleh jumlah siswa baru sebanyak 3 (tiga) siswa. Dan yang terakhir adalah MAS Al-Hidayah desa Pambang Baru juga yang berlokasi jauh dari ibu kota kecamatan memperoleh jumlah siswa baru sebanyak 22 (dua puluh dua) siswa baru pada Tahun Pelajaran 2021/2022.

Tabel 5. Daftar Perolehan Siswa/i Baru Jenjang SMA dan SMK di Kecamatan Bantan Tahun Pelajaran 2021/2022

No	Nama SMA / SMK	Kelas	Jumlah Siswa yang di Terima Sekolah		Jumlah
			Lk	Pr	
1	SMK Negeri 1 Bantan	10	24	8	32
2	SMA Negeri 1 Bantan	10	81	103	184
3	SMA Negeri 2 Bantan	10	51	61	112
4	SMA Negeri 3 Bantan	10	35	23	58
JUMLAH			191	195	386

Sumber: Dapodik SMA & SMK TP 2021/2022

Tabel di atas menggambarkan perolehan Siswa baru yang terdaftar pada Tahun Pelajaran 2021/2022. Jelas tergambar bahwa rata-rata perolehan siswa baru Madrasah sangat memperhatikan bila dibandingkan dengan sekolah umum lainnya yang jumlah siswa barunya mencapai ratusan siswa.

Theory of Reasoned Action (TRA) atau Teori Tindakan Beralasan menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*). Kehendak merupakan prediktor terbaik perilaku, artinya jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang, cara terbaik adalah mengetahui kehendak orang tersebut. Namun,

seseorang dapat membuat pertimbangan berdasarkan alasan-alasan yang sama sekali berbeda (tidak selalu berdasarkan kehendak). Konsep penting dalam teori ini adalah fokus perhatian (salience), yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting. Kehendak (intention) ditentukan oleh sikap dan norma subyektif. (Jogiyanto, 2007).

Theory of Reasoned Action (TRA) atau Teori Tindakan Beralasan atau Teori Aksi Beralasan mengatakan bahwa sikap mempengaruhi perilaku melalui suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan, dan dampaknya terbatas hanya pada tiga hal. Pertama, perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tetapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu. Kedua, perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh sikap tetapi juga oleh norma subyektif (*subjective norms*) yaitu keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita lakukan. Ketiga, sikap terhadap suatu perilaku bersama-sama norma subyektif membentuk suatu intensi atau niat untuk berperilaku tertentu.

Jogiyanto (2007) berpendapat bahwa intensi atau niat merupakan fungsi dari dua determinan dasar, yaitu sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau untuk tidak melakukan perilaku yang disebut dengan norma subyektif. Secara singkat, praktik atau perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA) dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Sikap sendiri dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati pendapat tersebut. Secara lebih sederhana, teori ini mengatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan apabila ia memandang perbuatan itu positif dan bila ia percaya orang lain ingin agar ia melakukannya. Lebih jelasnya, ada beberapa komponen dalam *Theory of Reasoned Action* :

1. *Behavior Belief*. Mengacu pada keyakinan seseorang terhadap perilaku tertentu, disini seseorang akan mempertimbangkan untung atau rugi dari perilaku tersebut (*outcome of the behavior*), disamping itu juga dipertimbangkan pentingnya konsekuensi-konsekuensi yang akan terjadi bagi individu bila ia melakukan perilaku tersebut (*evaluation regarding of the outcome*)
2. *Normative Belief*. Mencerminkan dampak keyakinan normatif, disini mencerminkan dampak dari norma-norma subyektif dan norma sosial yang mengacu pada keyakinan seseorang terhadap bagaimana dan apa yang dipikirkan orang-orang yang dianggap penting oleh individu (*referent persons*) dan motivasi seseorang untuk mengikuti perilaku tersebut (seberapa penting kita menerima saran atau anjuran dari orang lain)
3. *Attitude towards the behavior*. Sikap adalah fungsi dari kepercayaan tentang konsekuensi perilaku atau keyakinan normatif, persepsi terhadap konsekuensi suatu perilaku dan penilaian terhadap perilaku tersebut. Sikap juga berarti perasaan umum yang menyatakan keberkenaan atau ketidakberkenaan seseorang terhadap suatu objek yang mendorong tanggapannya. Faktor sikap merupakan poin penentu perubahan perilaku yang ditunjukkan oleh perubahan sikap seseorang dalam menghadapi sesuatu.
4. *Importance Norms*. Norma-norma penting atau norma-norma yang berlaku di masyarakat, adalah pengaruh faktor sosial budaya yang berlaku di masyarakat dimana seseorang tinggal. Unsur-unsur sosial budaya yang dimaksud seperti "gengsi" yang juga dapat membawa seseorang untuk mengikuti atau meninggalkan sebuah perilaku.
5. *Subjective Norms*. Norma subjektif atau norma yang dianut seseorang atau keluarga. Dorongan anggota keluarga, termasuk kawan terdekat juga mempengaruhi agar seseorang dapat menerima perilaku tertentu, yang kemudian diikuti dengan saran, nasehat dan motivasi dari keluarga atau kerabat. Kemampuan anggota keluarga atau kerabat terdekat mempengaruhi seorang individu untuk berperilaku seperti yang mereka harapkan diperoleh dari pengalaman, pengetahuan dan penilaian individu tersebut terhadap perilaku tertentu dan keyakinannya melihat keberhasilan orang lain berperilaku seperti yang disarankan.
6. *Behavioral Intention*. Niat ditentukan oleh sikap, norma penting dalam masyarakat dan norma subjektif. Komponen pertama mengacu pada sikap terhadap perilaku. Sikap ini merupakan hasil pertimbangan untuk rugi dari perilaku tersebut (*outcome of behavior*). Disamping itu juga dipertimbangkan pentingnya konsekuensi-konsekuensi yang akan terjadi bagi individu (*evaluation regarding of the outcome*). Komponen kedua

mencerminkan dampak dari norma-norma subjektif dan norma sosial yang mengacu pada keyakinan seseorang terhadap bagaimana dan apa yang dipikirkan orang-orang yang dianggap penting dan motivasi seseorang untuk mengikuti pikiran tersebut.

7. *Behavior*. Perilaku adalah sebuah tindakan yang telah dipilih seseorang untuk ditampilkan berdasarkan atas niat yang sudah terbentuk. Perilaku merupakan transisi niat atau kehendak ke dalam *action* atau tindakan.

Theory of Reasoned Action ini juga memberikan beberapa keuntungan karena teori ini memberikan pegangan untuk menganalisis komponen perilaku dalam item yang operasional. Fokus sasaran adalah prediksi dan pengertian perilaku yang dapat diamati secara langsung dan berada dalam kendali seseorang, artinya perilaku sasaran harus diseleksi dan diidentifikasi secara jelas. Tuntutan ini memerlukan pertimbangan mengenai perbedaan tindakan (*action*), sasaran (*target*), konteks dan perbedaan waktu serta komponen model sendiri termasuk intensi, sikap, norma subjektif dan keyakinan. Konsep penting dalam TRA adalah fokus perhatian (*salience*). Hal ini berarti, sebelum mengembangkan intervensi yang efektif, pertama-tama harus menentukan hasil dan kelompok referensi yang penting bagi perilaku populasi. Dengan demikian, harus diketahui nilai dan norma kelompok sosial yang diselidiki (yang penting bukan budaya itu sendiri, tetapi cara budaya mempengaruhi sikap, kehendak dan perilaku).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2014:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2014:8) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa metode deskriptif verifikatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji sikap, norma subjektif, niat dan keputusan perilaku sehingga siswa/i SMP/Mts Sederajat melanjutkan pendidikannya di Madrasah Aliyah yang ada di Kecamatan Bantan. Sedangkan metode verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh antara variabel sikap dan norma subjektif terhadap niat serta dampaknya pada keputusan perilaku

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Variabel

Deskriptif Variabel dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui rata-rata persepsi responden terhadap setiap instrument penelitian dari setiap *construct* atau dimensi pada variabel eksogen (X) serta instrument penelitian dari variabel intervening (Y1) dan variabel endogen (Y2).

Variabel eksogen pada penelitian ini yaitu sikap dan norma subjektif. Sedangkan variabel interveningnya niat dan variabel endigennya yaitu keputusan perilaku.

Pengukuran persepsi responden terhadap setiap instrument penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala penelitian mulai dari angka satu (1) sampai lima (5), dimana angka satu (1) artinya Sangat Tidak Setuju dan lima (5) artinya Sangat Setuju (ST). Rata-rata skor total persepsi setiap variabel akan mewakili persepsi responden secara keseluruhan.

1. Sikap

Sikap adalah kondisi mental yang diperoleh dari pengalaman, yang mengarahkan dan secara dinamis mempengaruhi respon-respon individu terhadap semua objek dan situasi yang terkait. Pernyataan untuk mengukur variabel ini berjumlah 3 pernyataan

untuk mengukur 3 indikator sikap yaitu keyakinan, kebanggaan dan kesukaan. Tanggapan responden atas variabel sikap dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Tanggapan Seluruh Responden Atas Sikap X₁

No	Pernyataan	Jlh/Skor	Kategori Tanggapan					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
			STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)			
1	Saya mempunyai keyakinan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah karena merupakan hal yang positif	Jumlah	0	90	134	208	0	432	3.27	Ragu-ragu
		Skor	0	180	402	832	0	1414		
2	Menurut saya, masuk sekolah di Madrasah Aliyah merupakan sebuah kebanggaan dan tindakan yang beretika	Jumlah	0	109	143	180	0	432	3.16	Ragu-ragu
		Skor	0	218	429	720	0	1367		
3	Saya merasa sangat menyukai menjadi seorang siswa Madrasah Aliyah	Jumlah	0	70	101	261	0	432	3.44	Baik
		Skor	0	140	303	1044	0	1487		
							Jumlah Skor	1296 4268	3.29	Ragu-ragu

Berikut ini analisis proporsi untuk setiap tanggapan dari pernyataan kuesioner yang disebarkan:

- Saya mempunyai keyakinan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah karena merupakan hal yang positif diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 832 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 180 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar siswa mempunyai keyakinan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah masih kriteria ragu-ragu.
- Menurut saya, masuk sekolah di Madrasah Aliyah merupakan sebuah kebanggaan dan tindakan yang beretika diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 720

responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 218 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar siswa masuk sekolah di Madrasah Aliyah sebuah ragu-ragu.

- c. Saya merasa sangat menyukai menjadi seorang siswa Madrasah Aliyah diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 1044 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 140 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar siswa merasa sangat menyukai menjadi seorang siswa Madrasah Aliyah masih kriteria baik.

Untuk memenuhi atau meyakinkan siswa dalam melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Kecamatan Bantan diperlukan sikap memberikan keyakinan, kebanggaan dan kesukaan terhadap sekolah merupakan hal yang terpenting bagi Madrasah Aliyah di Kecamatan Bantan. Gerungan (2004) sikap dapat kita terjemahkan dengan sikap terhadap objek tertentu yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap tersebut disertai dengan kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan objek.

Secara keseluruhan nilai rata-rata sikap adalah 3,29 dengan kriteria baik. Pernyataan terkait jarang atau tidak pernah ada kesalahan tektis mendapat rata-rata tertinggi 3,44, sedangkan pernyataan terkait saya mempunyai keyakinan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah karena merupakan hal yang positif mendapatkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,16.

2. Norma Subjektif

Norma subjektif mengacu pada keyakinan normatif dari lingkungan sosial yang membuat individu melakukan perilaku tertentu. Aspek ini terutama berlaku untuk tekanan sosial yang dirasakan berasal dari orang-orang penting untuk seseorang.

Pernyataan untuk mengukur variabel ini berjumlah 4 pernyataan untuk mengukur 3 indikator norma subjektif yaitu saran rekan sejawat, saran atasan dan saran teman dekat. Tanggapan responden atas variabel norma subjektif dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7. Tanggapan Seluruh Responden Atas Norma Subjektif X₂

No	Pernyataan	Jlh/Skor	Kategori Tanggapan					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
			STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)			
1	Keluarga menganjurkan saya untuk sekolah di Madrasah Aliyah.	Jumlah	0	90	134	208	0	432	3.27	Ragu-ragu
		Skor	0	180	402	832	0	1414		
2	Teman menganjurkan saya untuk masuk ke sekolah Madrasah Aliyah.	Jumlah	0	85	120	227	0	432	3.33	Ragu-ragu
		Skor	0	170	360	908	0	1438		
3	Lingkungan menganjurkan saya untuk masuk ke Madrasah Aliyah.	Jumlah	0	59	116	257	0	432	3.46	Baik
		Skor	0	118	348	1028	0	1494		
4	Guru SMP/MTs menganjurkan saya untuk	Jumlah	0	120	145	167	0	432	3.11	Ragu-ragu
		Skor	0	240	435	668	0	1343		

masuk ke Madrasah Aliyah.										
							Jumlah Skor	1728 5689	3.29	Ragu-ragu

Berikut ini analisis proporsi untuk setiap tanggapan dari pernyataan kuesioner yang disebarkan:

- Keluarga menganjurkan untuk sekolah di Madrasah Aliyah. diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 842 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 180 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar keluarga menganjurkan untuk sekolah di Madrasah Aliyah masih kriteria ragu-ragu.
- Teman menganjurkan untuk masuk ke sekolah Madrasah Aliyah diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 908 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 170 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar teman menganjurkan untuk masuk ke sekolah Madrasah Aliyah masih kriteria ragu-ragu.
- Lingkungan menganjurkan saya untuk masuk ke Madrasah Aliyah diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 1028 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 118 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar lingkungan menganjurkan untuk masuk ke Madrasah Aliyah masih kriteria baik.
- Guru SMP/MTs menganjurkan untuk masuk ke Madrasah Aliyah diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 668 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 240 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar guru SMP/MTs menganjurkan untuk masuk ke Madrasah Aliyah masih kriteria ragu-ragu.

Untuk memenuhi atau meyakinkan siswa dalam melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Kecamatan Bantan diperlukan norma subjektif saran rekan sejawat, saran atasan dan saran teman dekat merupakan hal yang terpenting bagi Madrasah Aliyah di Kecamatan Bantan. Munandar (2014) norma subjektif adalah perasaan atau pendugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukan perilaku tertentu.

Secara keseluruhan nilai rata-rata norma subjektif adalah 3,29 dengan kriteria ragu-ragu. Pernyataan terkait jarang atau tidak pernah ada kesalahan tektis mendapat rata-rata tertinggi 3,46, sedangkan pernyataan terkait keluarga menganjurkan saya untuk sekolah di Madrasah Aliyah mendapatkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,11.

3. Niat

Niat seringkali digunakan untuk menganalisa perilaku konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya akan mengumpulkan informasi tentang produk yang didasarkan pada pengalaman pribadi maupun informasi yang berasal dari lingkungannya.

Pernyataan untuk mengukur variabel ini berjumlah 3 pernyataan untuk mengukur 3 indikator niat yaitu keinginan, kebutuhan dan rencana. Tanggapan responden atas variabel niat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8. Tanggapan Seluruh Responden Atas Niat Y

No	Pernyataan	Jlh/Skor	Kategori Tanggapan					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
			STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)			
1	Saya berniat untuk masuk ke Madrasah Aliyah	Jumlah	0	96	120	216	0	432	3.28	Ragu-ragu
		Skor	0	192	360	864	0	1416		
2	Saya berencana masuk ke Madrasah Aliyah di Kecamatan Bantan	Jumlah	0	109	143	180	0	432	3.16	Ragu-ragu
		Skor	0	218	429	720	0	1367		
3	Saya akan berusaha untuk tetap masuk ke Madrasah Aliyah	Jumlah	0	82	89	261	0	432	3.41	Baik
		Skor	0	164	267	1044	0	1475		
							Jumlah	1296	3.29	Ragu-ragu
							Skor	4258		

Berikut ini analisis proporsi untuk setiap tanggapan dari pernyataan kuesioner yang disebarkan:

- Niat untuk masuk ke Madrasah Aliyah diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 864 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 192 orang, hal ini menjelaskan bahwa jika dilihat dari rata-rata siswa mempunyai niat untuk masuk ke Madrasah Aliyah kriteria ragu-ragu.
- Berencana masuk ke Madrasah Aliyah di Kecamatan Bantan diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 720 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 218 orang, hal ini menjelaskan bahwa jika dilihat dari rata-rata masih terdapat keraguan siswa untuk masuk ke Madrasah Aliyah Kecamatan Bantan kriteria ragu-ragu.
- Saya akan berusaha untuk tetap masuk ke Madrasah Aliyah diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 1044 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 168 orang, hal ini menjelaskan bahwa jika dilihat dari rata-rata berusaha untuk tetap masuk ke Madrasah Aliyah kriteria baik.

Untuk memenuhi atau meyakinkan siswa dalam melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Kecamatan Bantan diperlukan niat keinginan, kebutuhan dan rencana merupakan hal yang terpenting bagi Madrasah Aliyah di Kecamatan Bantan. Sumarwan (2011:195), niat merupakan kecenderungan atau keinginan yang kuat pada individu untuk melakukan perilaku tertentu.

Secara keseluruhan nilai rata-rata niat adalah 3,29 dengan kriteria ragu-ragu. Pernyataan terkait jarang atau tidak pernah ada kesalahan tektis mendapat rata-rata tertinggi 3,41, sedangkan pernyataan terkait Saya berniat untuk masuk ke Madrasah Aliyah mendapatkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,16.

4. Keputusan Perilaku

Pemahaman seseorang dalam menentukan sesuatu pilihan tertentu dari berbagai pilihan yang ada.

Pernyataan untuk mengukur variabel ini berjumlah 5 pernyataan untuk mengukur 5 indikator keputusan perilaku yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Tanggapan responden atas variabel niat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Tanggapan Seluruah Responden Atas Keputusan Perilaku Z

No	Pernyataan	Jlh/Skor	Kategori Tanggapan					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
			STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)			
1	Saya merasa sangat membutuhkan pelajaran agama dan umum di Madrasah Aliyah	Jumlah	0	59	69	304	0	432	3.57	Baik
		Skor	0	118	207	1216	0	1541		
2	Saya merasa informasi yang di sampaikan tentang Madrasah Aliyah sangat menarik perhatian saya	Jumlah	0	90	103	239	0	432	3.34	Ragu-ragu
		Skor	0	180	309	956	0	1445		
3	Dengan adanya informasi tentang Madrasah Aliyah yang saya terima, maka saya memutuskan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah	Jumlah	0	115	114	203	0	432	3.20	Ragu-ragu
		Skor	0	230	342	812	0	1384		
4	Saya ingin menjadi siswa Madrasah Aliyah karena sekolah ini mempunyai kompatibilitas yang memadai	Jumlah	0	77	98	257	0	432	3.42	Baik
		Skor	0	154	294	1028	0	1476		
5	Saya merasa puas dengan adanya informasi	Jumlah	0	56	83	293	0	432	3.55	Baik
		Skor	0	112	249	1172	0	1533		

yang saya ketahui tentang Madrasah Aliyah										
							Jumlah Skor	2160	3.42	Baik
								7379		

Berikut ini analisis proporsi untuk setiap tanggapan dari pernyataan kuesioner yang disebarkan:

- a. Merasa sangat membutuhkan pelajaran agama dan umum di Madrasah Aliyah diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 1216 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 118 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar merasa sangat membutuhkan pelajaran agama dan umum di Madrasah Aliyah kriteria baik.
- b. Merasa informasi yang di sampaikan tentang Madrasah Aliyah sangat menarik perhatian diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 956 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 180 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar merasa informasi yang di sampaikan tentang Madrasah Aliyah sangat menarik perhatian kriteria ragu-ragu.
- c. Adanya informasi tentang Madrasah Aliyah yang di terima, maka memutuskan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 812 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 230 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar Dengan adanya informasi tentang Madrasah Aliyah yang diterima, maka memutuskan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah kriteria ragu-ragu.
- d. Ingin menjadi siswa Madrasah Aliyah karena sekolah ini mempunyai kompatibilitas yang memadai diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 1028 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 154 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar ingin menjadi siswa Madrasah Aliyah karena sekolah ini mempunyai kompatibilitas yang memadai kriteria baik.
- e. Merasa puas dengan adanya informasi yang ketahui tentang Madrasah Aliyah diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju sebanyak 1172 responden, sedangkan tidak setuju sebanyak 112 orang, hal ini menjelaskan bahwa sebahagian besar merasa puas dengan adanya informasi yang ketahui tentang Madrasah Aliyah kriteria baik.

Untuk memenuhi atau meyakinkan siswa dalam melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Kecamatan Bantan diperlukan keputusan perilaku yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian merupakan hal yang terpenting bagi Madrasah Aliyah di Kecamatan Bantan. Menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa, keputusan pembelian dalam hal ini keputusan perilaku siswa adalah konsumen membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.

Secara keseluruhan nilai rata-rata keputusan perilaku adalah 3,42 dengan kriteria baik. Pernyataan terkait jarang atau tidak pernah ada kesalahan tektis mendapat rata-rata tertinggi 3,57, sedangkan pernyataan terkait Saya merasa sangat membutuhkan pelajaran agama dan umum di Madrasah Aliyah dan Dengan adanya informasi tentang Madrasah Aliyah yang saya terima, maka saya memutuskan untuk masuk sekolah di Madrasah mendapatkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,20.

Model Fit dan Indeks Kualitas

Metode analisis dan pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural equation modelling* (SEM) dengan alat bantu analisis yang digunakan adalah program WarpPLS versi 7.0, 2020. Menurut Kock (2020) untuk mengolah data

menggunakan WarpPLS 7.0 dibutuhkan 3 (tiga) tahapan yaitu pengujian model secara umum, pengujian *outer model*, dan pengujian *inner model*.

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh parameter yang diukur memenuhi persyaratan secara umum. Jadi, model yang dibangun untuk penelitian ini sudah didukung dengan jumlah data dan jawaban responden yang memadai. Pengujian selanjutnya dapat dilihat dan interpretasikan sesuai dengan kriteria pengujian.

1. Pengujian Outer Model

Pengujian *Outer Model* dilakukan untuk menguji reliabilitas dan validitas hubungan indikator dengan variabel laten. Evaluasi terhadap model pengukuran direkomendasikan menjadikan evaluasi terhadap model reflektif dan formatif.

Variabel sikap, norma subjektif, niat dan keputusan perilaku diukur dengan indikator-indikator yang bersifat reflektif. Model reflektif mengansumsikan bahwa variabel laten mempengaruhi indikator (arah hubungan kausalitas dari variabel laten ke indikator) atau indikator yang dipandang merefleksifkan, merepresentasikan serta mengamati akibat yang ditimbulkan oleh variabel laten.

Ada beberapa pengujian untuk model ini yaitu: *indicator reliability*, *internal consistency*, *convergen validity* dan *discriminant validity*, (Rasoolimanesh dkk, 2019).

a. Indikator Reability

Untuk mengukur reabilitas, berikut ini disajikan hasil loading masing-masing variabel laten:

Tabel 10. Combined Loading dan Cross-loading

	X1	X2	Y	Z	Type	SE	P value
X1.1	(0,751)	-0.167	0.032	0,38472222	Reflective	0.044	<0.001
X1.2	(0,684)	0,16944444	0.035	-0.491	Reflective	0.044	<0.001
X1.3	(0,672)	0,10625	0,12361111	0,20486111	Reflective	0.046	<0.001
X2.1	0.025	(0,794)	-0.193	0.007	Reflective	0.043	<0.001
X2.2	0.058	(0,801)	-0.338	0.055	Reflective	0.043	<0.001
X2.3	0.003	(0,708)	0,625	-0.377	Reflective	0.046	<0.001
X2.4	-0.117	(0,572)	0,17916667	0,08055556	Reflective	0.045	<0.001
Y1	-0.145	0,12361111	(0,660)	-0.007	Reflective	0.044	<0.001
Y2	0.033	-0.287	(0,740)	0,27569444	Reflective	0.044	<0.001
Y3	0,07569444	0,10069444	(0,654)	-0.442	Reflective	0.044	<0.001
Z1	-0.196	-0.102	0.020	(0,766)	Reflective	0.044	<0.001
Z2	-0.038	0,35902778	0,42152778	(0,647)	Reflective	0.047	<0.001
Z3	-0.072	-0.002	-0.054	(0,765)	Reflective	0.044	<0.001
Z4	0,26041667	-0.152	0.076	(0,788)	Reflective	0.043	<0.001
Z5	-0.147	0,09097222	-0.336	(0,547)	Reflective	0.045	<0.001

Variabel yang menggunakan indikator model reflektif menunjukkan nilai-nilai loading lebih besar dari 0,05 ($X \geq 0,05$) dan nilai $p_{value} \leq 0,05$ yang mana merupakan persyaratan yang harus dipenuhi untuk setiap variabel laten.

Jika persyaratan tersebut tidak terpenuhi pada masing-masing indikator tersebut harus dihilangkan karena dianggap tidak mampu menggambarkan variabel laten karena hubungan indikator dengan variabel bersifat reflektif sehingga pengukuran variabel laten dimanifestasikan dalam indikator tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian seperti yang tertera pada tabel di atas, terlihat nilai *loading* masing-masing variabel pada indikatornya. Nilai *loading* variabel X₁ (0,751), (0,684) dan (0,672), sehingga seluruh indikator telah mampu menjelaskan variabel sikap dan telah memenuhi persyaratan pengujian *loading factor*.

Begitu juga dengan nilai *loading* indikator norma subjektif, niat dan keputusan perilaku pada tabel lebih besar dari 0,05 dengan $p_{value} < 0,001$. jadi, seluruh indikator telah memenuhi persyaratan *loading* dan tidak ada indikator yang dihilangkan.

b. *Internal Consistency*

Pengujian *internal consistency* dapat dilihat *Composite Reliability* dan *Alpha*. Berikut ini disajikan tabel hasil pengujian parameter *internal consistency* instrumen:

Tabel 11. Parameter Internal Consistency Instrumen

No	Parameter	Hasil				Rule of Thumbs	Keterangan
		X1	X2	Y	Z		
1	R-Squared			0,301	0,373	Skor > 0,02 untuk tiap variabel. Jika dibawah 0,02 model harus direvisi	Diterima
2	Adj R-Squared			0,296	0,370	Skor > 0,02 untuk tiap variabel. Jika dibawah 0,02 model harus direvisi	Diterima
3	Composite Reliability	0,716	0,726	0,727	0,773	Skor \geq 0,7	Diterima
4	Cronbach Alpha	0,757	0,715	0,736	0,734	Skor \geq 0,7	Diterima

Skor *Composite reliability* adalah 0,716 untuk sikap: 0,726 untuk norma subjektif: 0,727 untuk niat: 0,773 untuk keputusan perilaku. Skor untuk semua variabel laten telah memenuhi persyaratan minimal 0,7. Skor *Alpha Cronbacha* adalah 0,757 untuk sikap, 0,715 untuk norma subjektif, 0,736 untuk niat, 0,734 untuk keputusan perilaku.

Skor untuk semua variabel laten telah memenuhi persyaratan minimal 0,7. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan dalam kuesioner penelitian dapat di andalkan.

1) *Convergent validity*

Skor *Average Variances Extracted (AVE)* 0,568 untuk sikap, 0,523 untuk norma subjektif, 0,531 untuk niat dan 0,570 untuk keputusan perilaku. Skor untuk semua variabel laten telah memenuhi persyaratan minimal 0,05 nilai AVE digunakan untuk mengukur seberapa banyak varians yang dapat ditangkap oleh konstruksya dibandingkan dengan varians yang ditimbulkan oleh kesalahan pengukuran.

Tabel 12. Convergent Validity

No	Parameter	Hasil				Rule of Thumbs	Keterangan
		X1	X2	Y	Z		
1	Avg. Var. Extrac.	0,568	0,523	0,570	0,531	Skor \geq 0,5	Diterima
2	Full Collin VIF	1,561	1,101	1,380	1,791	Skor < 5; Skor <10 tetap diterima	Diterima
3	Q-Squared			0,310	0,366	Skor > 0, untuk variabel	Diterima

						endogenous saja	
--	--	--	--	--	--	-----------------	--

Skor *Full collinearity VIF* sebesar 1,561 untuk sikap, 1,101 untuk norma subjektif, 1,380 untuk niat dan 1,791 untuk keputusan perilaku. artinya, hubungan kuat antara sesama variabel eksogen masih dibawah standard $X < 5$ sehingga bebas dari multikolinietitas, Skor *R-squared coefficients*, *adjusted R- R-squared coefficients* dan *Q-squared coefficients* yang bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap endogen juga memenuhi syarat.

2) *Discriminant Validity*

Untuk pengujian *discriminant validity*, pengujian dapat dilakukan dengan melihat data nilai akar kuadrat AVE hasil olahan aplikasi dan nilai *loading* masing-masing variabel laten. Berikut ini hasil olahan masing-masing variabel yang ditampilkan pada tabel berikut ini.

Tabel 13. Discriminant Validity

	S	NS	N	KP
S	(0,607)	0,089583	0,234722	0,413889
NS	0,089583	(0,651)	0,20625	0,13125
N	0,234722	0,20625	(0,686)	0,330556
KP	0,413889	0,13125	0,330556	(0,656)

Skor untuk N/N yang dapat dihitung dari nilai akar kuadrat ($\sqrt{\text{AVE}}$) nilai AVE nya adalah 0,607, NS/NS adalah 0,651, N/N adalah 0,686 dan KP/KP adalah 0,656. Skor untuk S/S (0,607) harus lebih besar dibandingkan dengan S/NS (0,089583), S/N (0,234722) dan S/KP (0,413889). Begitu juga dengan skor NS/NS adalah (0,651) harus lebih besar dibandingkan NS/S (0,089583), NS/N dan NS/KP (0,13125). Begitu juga untuk skor AVE pada saat niat dan keputusan perilaku (KP) harus lebih tinggi terhadap variabel itu sendiri dibandingkan dengan variabel lainnya.

2. Pengujian Inner Model (*Structural Model*)

Setelah pengujian *outer model* yang bertujuan untuk melihat seberapa kuat hubungan antara indikator dengan variabel laten, pengujian selanjutnya adalah pengujian *inner model* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan signifikansi pengaruh antara variabel laten eksogen dengan endogen. Aplikasi WarpPLS mempunyai output pengukuran berupa seberapa besar efek (*effects size*) signifikansi pengaruh dari sudut pandang praktis.

Evaluasi *structural model* dilakukan dengan melihat koefisien determinasi (R^2) nilai koefisien jalur dan ukuran *effects size* (f^2).

a. Koefisien Determinasi

R^2 atau koefisien determinansi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sumbangan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai koefisien determinasi yaitu 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang mendekati no (0) berarti kemampuan semua variabel eksogen dalam menjelaskan variabel edogen sangat terbatas. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang mendekati satu (1), berarti variabel eksogennya hampir memberikan informasi yang dijelaskan untuk memprediksi variasi variabel endogen (Ghozali, 2014).

Nilai R^2 Sikap dan Norma Subjektif terhadap Niat adalah 0,37 yang artinya adalah sikap dan norma subjektif mempengaruhi niat 37% sedangkan sisanya 63% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini. Dan nilai R^2 Sikap dan Norma Subjektif terhadap keputusan perilaku adalah 0,30 yang artinya adalah Sikap dan Norma Subjektif terhadap mempengaruhi keputusan perilaku sebesar 30% sedangkan sisanya 70% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

b. Koefisien

Hasil uji Nilai β menggambarkan seberapa kuat pengaruh salah satu variabel terhadap variabel lain. Semakin besar nilai β semakin kuat pengaruh antara variabel eksogen dengan yang variabel endogen secara statistic. Setelah dilakukan proses pengujian secara aplikasi WarpPLS dengan *setting regression non linier*, diperoleh nilai koefisien jalur (β) masing-masing variabel eksogen pada variabel intervening dan variabel endogen yang dirangkum dalam tabel dibawah ini:

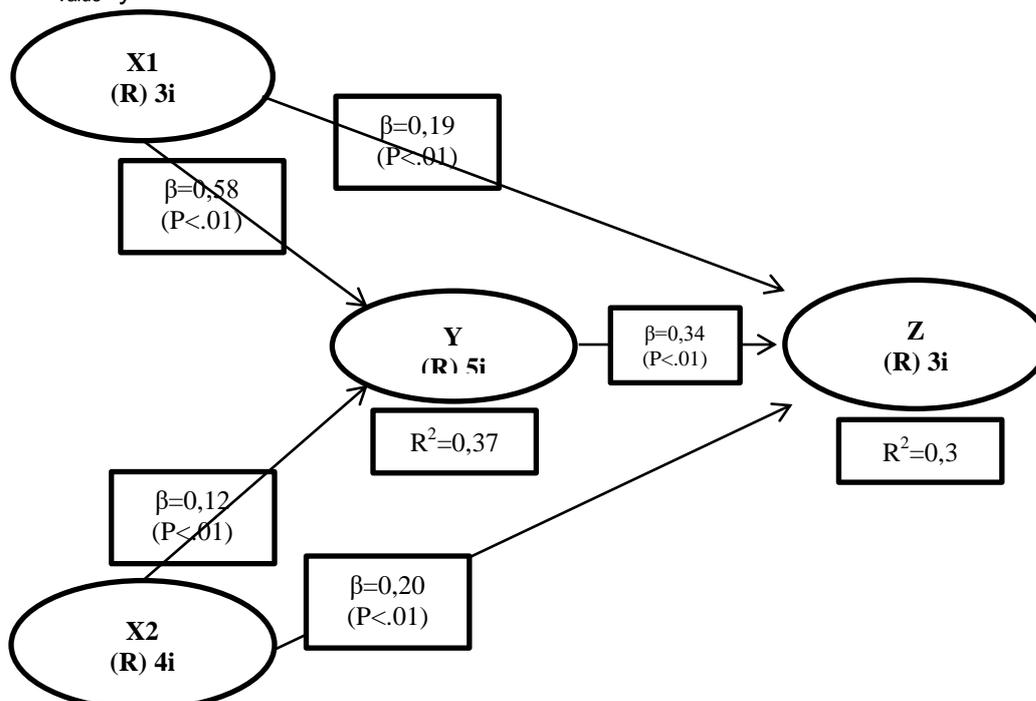
Tabel 14. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

No	Hubungan Pengaruh	Koefisien	P value	Effect Size
1	Sikap terhadap Niat	0,191	<0.001	0,077
2	Norma Subjektif terhadap Niat	0,201	<0.001	0,062
3	Sikap terhadap Keputusan Perilaku	0,582	<0.001	0,349
4	Norma Subjektif terhadap Keputusan Perilaku	0,121	<0.001	0,025
5	Sikap, Norma Subjektif terhadap Keputusan Perilaku melalui Niat	0,339	<0.001	0,162

c. Effect Size

Ketika nilai $P \leq 0,05$, maka ada pengaruh signifikansi secara statistic antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Dengan pengukuran besaran efek, pembaca dapat memahami seberapa besar pengaruh secara praktis. Jika *effect sizes* sebesar 0,2 atau lebih, maka signifikansi pengaruh secara praktis termasuk “kecil”. Dengan nilai *effect sizes* sebesar 0,15 atau lebih, signifikansi pengaruh termasuk “sedang”. Jika nilai *effect sizes* sebesar 0,35 atau lebih, maka signifikansi termasuk “besar” dari sudut pandang praktis.

Untuk meringkas analisis, gambar dibawah ini menggambarkan model estimasi PLS dari model penelitian yang di usulkan. Gambar 4.1 menunjukkan besar besaran pengaruh variabel eksogen dengan endogen (β) dan (R^2) serta nilai P-value nya.



Gambar 1. Model Penelitian dan Hasil Penelitian

PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pengujian statistik, maka pembahasan dan analisis lebih lanjut dari hasil penelitian adalah sebagai berikut.

Pengaruh Sikap terhadap Niat

Sebelumnya telah disebutkan bahwa nilai p value adalah 0,001 berada dibawah 0,05 artinya sikap berpengaruh terhadap niat.

Dalam hal ini, sikap perlu ditingkatkan, seperti mempunyai keyakinan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah karena merupakan hal yang positif yang sekarang masih ada keraguan siswa menurut responden, namun perlu ditingkatkan dalam hal meyakinkan calon peserta didik. Menurut Azwar (2002) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap seorang yaitu pengalaman pribadi, kebudayaan, orang lain yang dianggap penting, media massa, instalasi atau lembaga pendidikan dan lembaga Agama serta emisi dalam diri indenpenden. Selain itu, masuk sekolah di Madrasah Aliyah merupakan sebuah kebanggaan dan tindakan yang beretika dikarenakan kemanapun kita ingin masuk sekolah hal itu harus menjadi suatu kebanggaan dalam diri kita sendiri. Kemudian faktor yang harus dipertahankan adalah merasa sangat menyukai menjadi seorang siswa Madrasah Aliyah. Engel, dkk (1995) mengemukakan bahwa sikap menunjukkan apa yang konsumen sukai dan yang tidak disukai. Defenisi tersebut menggambarkan pandangan kognitif dari psikolog sosial, di mana sikap dianggap memiliki 3 unsur: (1) kognitif (pengetahuan), (2) afektif (perasaan), (3) konatif (tindakan). Disimpulkan bahwa sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Roni Andespa (2016) dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi niat nasabah dalam menabung di bank syariah. Diperoleh hasil bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah Faktor marketing mix, Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi, dan Faktor psikologi dengan varian persentase 74,462% yang artinya responden masih mempertimbangkan variable yang diteliti, sedangkan sisanya 25,538% memperlihatkan variable lain yang tidak tercakup dalam variable penelitian ini. Sikap dapat terbentuk karena faktor subyektif seseorang namun juga karena adanya interaksi sosial yang dilakukan oleh indpenden. Melalui interaksi sosial akan terjadi hubungan antar independen sebagai anggota kelompok sosial. Menurut Azwar (2002) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap seorang yaitu pengalaman pribadi, kebudayaan, orang lain yang dianggap penting, media massa, instalasi atau lembaga pendidikan dan lembaga Agama serta emisi dalam diri indenpenden. Unsur ini memudahkan seseorang dalam melakukan pemahaman ataupun pengukuran terhadap sikap.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat

Dilihat dari hasil uji hipotesis pada tabel 4.10 dengan nilai p value sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai beta sebesar 0,201 yang berarti norma subjektif berpengaruh terhadap niat.

Namun demikina perlu ditingkat, karena jika dilihat dari rata-rata pernyataan konsumen masih ada keraguan bahwa keluarga menganjurkan untuk sekolah di Madrasah Aliyah sudah baik. lingkungan sekolah membuat nyaman dan aman dalam arti cocok untuk melanjutkan pendidikan sekolah di Madraha tersebut, sehingga mampu memberikan rasa aman terhadap orang tua. Kemudian teman menganjurkan untuk masuk ke sekolah Madrasah Aliyah dibandingkan ke sekolah lainnya, hal ini dapat diartikan nya bahwa teman tersebut mendapat kan hal yang dimana sekolah telah memberikan yang terbaik. Menurut London dan Della Bitta dalam Albari dan Liriswati (2004), dalam model ini minat konsumen tidak hanya dilihat dari sikap konsumen terhadap objek, melainkan juga melihat pada norma subjektif yang mempertimbangkan persepsi seseorang terhadap tanggapan orang yang dekat dengannya apabila ia berperilaku tertentu. Menurut Pride dan Ferrel dalam Albari dan Liriswati (2004), kedua faktor tersebut dianggap penting, disebabkan karena sikap seorang individu relatif stabil dan tidak berubah dari waktu ke waktu, sedangkan orang lain secara

tidak langsung berkaitan dengan keputusan-keputusan pembelian dan menjadikan seseorang dapat mengidentifikasi dirinya dengan kelompok tertentu. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Hidayat (2015) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan status ekonomi, program studi, situasional, keadaan psikis terhadap keputusan siswa melalui niat siswa SMA sederajat di Kabupaten Rokan Hilir dalam memilih program studi di Perguruan Tinggi.

Montano dan Kasprzyk dalam Wolf et. all, 2015) norma subjektif mengacu pada keyakinan normatif dari lingkungan sosial yang membuat individu melakukan perilaku tertentu. Aspek ini terutama berlaku untuk tekanan sosial yang dirasakan berasal dari orang-orang tersebut. Seseorang akan memiliki keinginan terhadap suatu obyek atau perilaku seandainya ia terpengaruh oleh orang-orang di sekitarnya untuk melakukannya atau ia meyakini bahwa lingkungan atau orang-orang disekitarnya mendukung terhadap apa yang ia lakukan. Dalam penelitian Trisdayana Aryadhe, Alit Suryani, Ida Bagus Sudiksa (2018) dengan judul Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat beli dan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, norma subjektif juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, begitupun hubungan antara niat beli terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan hasil yang sama yaitu positif dan signifikan. Norma subjektif (*subjective norm*) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Jogiyanto, 2007). Norma-norma subjektif (*subjective norms*) adalah pengaruh sosial yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku.

Pengaruh sikap terhadap keputusan perilaku

Berdasarkan hasil uji hipotesis bahwa nilai p value sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai beta 0,581, artinya sikap berpengaruh terhadap keputusan perilaku.

Dalam hal ini hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap saja mampu mempengaruhi keputusan perilaku secara langsung untuk masuk ke sekolah Madrasah Aliyah, namun pengaruhnya tidak terlalu besar, hal ini sesuai dengan pernyataan responden bahwa rata-rata masih tergolong baik menyukai menjadi seorang siswa Madrasah Aliyah masih tergolong baik, perlu di lakukan perbaikan agar siswa bisa langsung membuat keputusan perilaku. Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap objek yang dinilai. Menurut Robbins (2006:169) sikap adalah pernyataan-pernyataan evaluative berkaitan dengan objek orang atau peristiwa. Sedangkan menurut Simamura (2002:14) bahwa didalam sikap terdapat tiga komponen yaitu: a. *Cognitive Component*: kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek. Yang dimaksud objek adalah atribut produk, semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek produk maka keseluruhan komponen kognitif akan mendukung sikap secara keseluruhan. b. *Affective Component*: emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek tersebut diinginkan atau disukai. c. *Behavior Component*: merefleksikan kecenderungan dan perilaku actual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan suatu tindakan

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Trisdayana Aryadhe, Alit Suryani, Ida Bagus Sudiksa (2018) dengan judul pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian dengan hasil melalui hasil pengujian menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sekolah ini mempunyai kompatibilitas yang memadai dengan informasi yang di sampaikan tentang Madrasah Aliyah sangat menarik perhatian, menambah kenyamanan ketika berkunjung. keputusan perilaku memilih sekolah yang disukai. Selanjutnya pasti bertujuan untuk mendorong hasrat ingin memilih sekolah tersebut.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Keputusan Perilaku

Berdasarkan hasil uji hipotesis bahwa nilai p value sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai beta 0,212, artinya norma subjektif berpengaruh terhadap keputusan perilaku.

Dalam hal ini norma subjektif memiliki pengaruh yang cukup kecil terhadap keputusan perilaku, hal ini disebabkan sesuai dengan pernyataan responden bahwa guru SMP/MTs menganjurkan untuk masuk ke Madrasah Aliyah dengan nilai rata-rata paling rendah, tentunya hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan perilaku masih kurangnya guru memberikan atau memotivasi siswa. Seseorang akan memiliki keinginan terhadap suatu obyek atau perilaku seandainya ia terpengaruh oleh orang-orang di sekitarnya untuk melakukannya atau ia meyakini bahwa lingkungan atau orang-orang disekitarnya mendukung terhadap apa yang ia lakukan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) berkaitan dengan sumberdaya-sumberdaya yang dimiliki dan kesempatan yang ada untuk melakukan sesuatu (Tan and Thomson, 2000).

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap minat dan keputusan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) dengan hasil Hasil analisis menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan. Dalam melakukan pembelian seseorang tidak hanya di pengaruhi oleh faktor yang ada di dalam diri mereka, tetapi juga di pengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari luar (norma subjektif, faktor dari luar bisa berupa orang yang di kenal berupa keluarga, teman atau orang yang tidak di kenal oleh konsumen berupa orang lain atau tenaga penjual. Penelitian yang dilakukan oleh Fadhli (2009) menunjukkan secara umum norma subjektif konsumen mempunyai peranan dalam mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

Pengaruh Sikap, Norma Subjektif terhadap Keputusan Perilaku melalui Niat

Berdasarkan hasil uji hipotesis bahwa nilai p value sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai beta 0,339, artinya sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap keputusan perilaku yang dimediasi oleh niat.

Hal tersebut wajar terjadi, ketika sikap dan norma subjektif sudah memiliki niat, dalam hal ini sikap dan norma subjektif sudah baik, dapat dilihat dari mempunyai keyakinan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah karena merupakan hal yang positif, masuk sekolah di Madrasah Aliyah merupakan sebuah kebanggaan dan tindakan yang beretika, merasa sangat menyukai menjadi seorang siswa Madrasah Aliyah, keluarga menganjurkan untuk sekolah di Madrasah Aliyah, teman menganjurkan untuk masuk ke sekolah Madrasah Aliyah, lingkungan menganjurkan untuk masuk ke Madrasah Aliyah dan guru SMP/MTs menganjurkan untuk masuk ke Madrasah Aliyah sehingga hal tersebut menyebabkan keputusan perilaku semakin tinggi. Hal ini harus lebih ditingkatkan, karena untuk meningkatkan keputusan perilaku siswa harus memiliki niat yang tulus. Salah satu model untuk memahami minat konsumen untuk membeli produk adalah model minat perilaku (behavior intention model) atau Reasoned action model. Minat berperilaku adalah suatu proporsi yang menghubungkan diri dengan tindakan yang dilakukan diwaktu yang akan datang. Dalam model ini bisa dilihat bahwa minat konsumen dipengaruhi salah satunya dengan sikap. Penelitian yang dilakukan oleh Fadhli (2009) menunjukkan secara umum norma subjektif konsumen mempunyai peranan dalam mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bagian ini dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Terdapat pengaruh sikap terhadap niat dalam kelompok “kecil” secara praktis.
2. Terdapat pengaruh norma subjektif terhadap niat dalam kelompok “kecil” secara praktis.
3. Terdapat pengaruh sikap terhadap keputusan perilaku dalam kelompok “besar” secara praktis.
4. Terdapat pengaruh norma subjektif terhadap keputusan perilaku dalam kelompok “kecil” secara praktis.
5. Terdapat pengaruh sikap dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap keputusan perilaku melalui niat termasuk dalam kelompok “besar” secara praktis.

Sejalan dengan kesimpulan dan temuan hasil penelitian maka dapat diajukan sejumlah saran sebagai berikut:

1. Madrasah Aliyah agar lebih bisa meyakinkan siswa bahwa masuk di Madrasah Aliyah merupakan sebuah kebanggaan dan tindakan yang beretika.
2. Guru SMP/MTs bisa menjelaskan potensi yang dimiliki Madrasah Aliyah
3. Guru SMP/MTs segera merekap nama siswa yang berencana masuk ke Madrasah Aliyah di Kecamatan Bantan
4. Media informasi tentang Madrasah Aliyah, agar lebih di sosialisasikan, sehingga siswa lebih cepat memutuskan untuk masuk sekolah di Madrasah Aliyah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Ujianto. 2004. *Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Niat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur)*. Jurnal manajemen & kewirausahaan Vol. 6, No.1, Maret 2004.
- Abdurachman, Ujianto. 2004. *Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Niat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur)*. Jurnal manajemen & kewirausahaan Vol. 6, No.1, Maret 2004.
- Assael, H. 2004. *Consumer Behaviour: A Strategic Approach*. New York: Houghton Mifflin.
- Abdullah, Thamrin. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ciptono, Fandi dan Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.
- Durianto, Darmadi. 2011. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Daryanto, 2013. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya
- E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 3, 2018: 1452-1480 ISSN : 2302-8912 DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p012>
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Niat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
<https://jurnal.uqm.ac.id/kawistara/index>
- Jarot Tri Bowo Santoso, 2014. *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Siswa SMPN di Kota Semarang Memilih Smk*, Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan, Vol. IX, No. 1, Juni 2014
- Kotler Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1. Terjemahan Alexander Sindoro*. Jakarta: PT.Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nur Munira, 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Siswa Madrasah Aliyah Negeri (Man) 2 Jembrana Kelas XII Untuk Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Pada Tahun Ajaran 2017/2018*, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Volume 9 No.2 Tahun: 2017, p-ISSN : 2599-1418
- Riani, B. K. (2003). *Analisis Kualitas Pelayanan*. *Jurnal: Fokus Manajerial*, Vol. 1 (2), 123-136.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Tciptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- Tjiptono Fandi, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Trisdayana Aryadhe, 2018, *Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Dan Keputusan Pembelian*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 3, 2018:14521480 ISSN:2302-8912

DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p012>,

- Yazid, Z. d. (2005). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekosiana.
- Zhoriva Eva dan Lesley, 2007. *Manajemen Pemasaran Studi Kasus Indonesia*, Jakarta: Penerbit PPM
- Tjiptono Fandy, 2000. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Daryanto, 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Satu Nusa: Bandung
- Rangkuti Freddy, 2014. *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Peter Paul. J & Olson. C Jerry, 2016. *Prilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat
- Peter Paul. J & Olson. C Jerry, 2016. *Prilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat
- Wijaya David, 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara
- Sigid Suhardi, 2003. *Perilaku Organisasional*, Yogyakarta: BPFE UST
- Robins. P Stephen, 2001. *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Prenhallindo
- Hasan Ali, 2008. *Marketing*, Yogyakarta: Media Pressindo
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Supranto,J. 1999. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT Rineka Cipta.