

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar (Survei pada Siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar)

Irine Mawar Rima Anggraeni^{1*}, Retno Susanti²
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta^{1,2}

*Email Korespondensi: irinemwr@gmail.com

Diterima: 09-09-2025 | Disetujui: 19-09-2025 | Diterbitkan: 21-09-2025

ABSTRACT

LPK Hinode Mandiri Karanganyar is an educational and skills institution that focuses on Japanese language training to prepare students who want to study and work in Japan. The research question in this study is whether there is a significant influence of service quality, price, and promotion on students' decisions to choose training at LPK Hinode Mandiri Karanganyar. This study aims to analyze the significance of the influence of service quality, price, and promotion on students' decisions to choose training at LPK Hinode Mandiri Karanganyar. The usefulness of this study is as a basis for consideration and input for LPK Hinode Mandiri Karanganyar, as well as a reference for future research using the same or different variables of service quality, price, and promotion with phenomena that are relevant in the future. The research hypothesis is that service quality, price, and promotion are positively and significantly influential on students' decisions to choose LPK Hinode Mandiri Karanganyar. This study uses a survey method conducted on students who have chosen and registered for training at LPK Hinode Mandiri Karanganyar from 2024 to April 2025. The required data includes the profile, vision, and mission of LPK Hinode Mandiri Karanganyar, the number of students, student responses, respondents' answers regarding service quality, price, promotions, and decision-making. The data source is primary data. Data collection techniques include questionnaires and direct observation. The sampling technique uses a saturated sampling approach with 50 respondents. Data analysis techniques use the SEM method with outer model testing, inner model testing, and hypothesis testing using the SmartPLS 3.0. Outer model test showed that the convergent validity of all questionnaire items was above 0.70, the discriminant validity with the HTMT criterion was less than 1, and the composite reliability value of each variable was greater than 0.70. Therefore, it can be concluded that all questionnaire items are valid and reliable. The results of the inner model test consist of an R² test value of 0.684, meaning that the decision to choose variable can be explained by the variables of service quality, price, and promotion by 68.4%, while the remaining 31.6% is influenced by other variables outside this research model. The Q² value is greater than 0, indicating that the variables of service quality, price, and promotion can serve as predictive relevance for the decision to choose variable. The GoF test yields an SRMR value of 0.091 < 0.1, indicating that the model is increasingly fit, and an NFI value of 0.694 within the range of 0–1, indicating that the model is fit. The hypothesis test shows a p-value of 0.001, indicating that service quality has a positive and significant effect on the decision to choose, price has a p-value of 0.212, indicating that price has a positive but insignificant effect on the decision to choose, and promotion has a p-value of 0.805, indicating that promotion has a positive but insignificant effect on the decision to choose.

Keywords: Service quality, price, promotion, decision to choose

ABSTRAK

LPK Hinode Mandiri Karanganyar merupakan lembaga pendidikan dan ketrampilan yang berfokus pada pelatihan bahasa Jepang untuk mempersiapkan siswa yang ingin belajar dan bekerja di Jepang. Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan siswa memilih pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan siswa memilih pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar. Kegunaan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak LPK Hinode Mandiri Karanganyar serta menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi dengan objek yang sama maupun berbeda dengan fenomena yang sesuai di masa mendatang. Hipotesis penelitian ini adalah diduga kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan siswa memilih LPK Hinode Mandiri Karanganyar. Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan pada siswa yang telah memilih dan mendaftar pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar pada tahun 2024 hingga bulan April 2025. Data yang diperlukan adalah profil, visi, misi LPK Hinode Mandiri Karanganyar, jumlah siswa, tanggapan siswa, jawaban responden tentang kualitas pelayanan, harga, promosi, keputusan memilih. Sumber data berupa data primer. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan observasi langsung. Teknik pengambilan sampel menggunakan pendekatan sampling jenuh sebanyak 50 responden. Teknik analisis data menggunakan metode SEM dengan pengujian outer model, inner model dan pengujian hipotesis menggunakan alat analisis SmartPLS 3.0. Uji outer model diperoleh hasil uji validitas konvergen semua item kuesioner lebih dari 0,70, validitas diskriminan dengan kriteria HTMT kurang dari 1 dan nilai composite reliability masing-masing variabel lebih besar dari 0,70, maka dapat disimpulkan semua item kuesioner valid dan reliabel. Hasil pengujian inner model terdiri dari nilai uji R2 sebesar 0,684, artinya variabel keputusan memilih dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi sebesar 68,4%, sedangkan sisanya sebesar 31,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari model penelitian ini. Nilai Q2 > 0, maka variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi dapat menjadi predictive relevance untuk variabel keputusan memilih. Pengujian GoF menghasilkan nilai SRMR 0,091 < 0,1 maka dapat dikatakan model semakin fit dan nilai NFI 0,694 berada kisaran nilai 0-1, maka model akan fit. Uji hipotesis menunjukkan hasil p-value 0,001 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih, harga memiliki p-value 0,212 menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih, promosi memiliki p-value 0,805 menyatakan promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, harga, promosi, keputusan memilih

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Irine Mawar Rima Anggraeni, & Retno Susanti. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar (Survei pada Siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar). *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1091-1103. <https://doi.org/10.62710/1t6db193>

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar (Survei pada Siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar)

(Rima A, et al.)

PENDAHULUAN

Kondisi ketenagakerjaan di Indonesia dalam tiga tahun terakhir menunjukkan permasalahan yang cukup rumit. Data dari Badan Pusat Statistik tahun 2024 mencatat bahwa tingkat pengangguran terbuka hingga Agustus 2024 sebesar 4,91%, turun sebesar 0,41 % dibandingkan tingkat pengangguran terbuka Agustus 2023. Tahun 2023 hingga 2024 meskipun terjadi pemulihan ekonomi setelah pandemi, angka tersebut mencerminkan belum optimalnya penyerapan tenaga kerja oleh sektor formal maupun informal dalam skala nasional.

Terbatasnya lapangan pekerjaan yang tersedia, syarat yang diminta oleh perusahaan sangat banyak tetapi upah yang didapatkan cenderung rendah menyebabkan angka pengangguran di Indonesia masih tinggi hingga pada awal tahun 2025 tagar #KaburAjaDulu menjadi tren di sosial media. Menteri Ketenagakerjaan Yassierli dalam Kompas.com menyatakan trend #KaburAjaDulu muncul karena masyarakat ingin mengambil kesempatan bekerja di luar negeri. Duta Besar Jepang di Indonesia, Masaki Yasushi dalam wawancara oleh CNN Indonesia pada Januari 2025 menanggapi tren #KaburAjaDulu bahwa pemerintah Jepang sangat menerima pekerja terampil dari Indonesia. Pemerintah Jepang pada bulan Januari 2024 menyatakan akan mempekerjakan 820.000 orang asing dari tahun 2024 hingga 2029. Peluang ini dimanfaatkan oleh pekerja Indonesia untuk mencari pekerjaan dan gaji yang lebih layak serta pengalaman internasional.

Tokutei Ginou (TG) atau *Specified Skilled Worker (SSW)* adalah program visa kerja yang dirancang untuk tenaga kerja asing dengan keterampilan khusus yang ingin bekerja di Jepang. Program ini mengharuskan calon pekerja migran memiliki kemampuan bahasa Jepang minimal setara tingkat N4 pada ujian Bahasa Jepang *Proficiency Test (JLPT)* atau tingkat A2 pada *Japan Foundation Test (JFT)*. Penelitian yang dilakukan oleh Wiyatasari (2022) menyatakan bahwa perusahaan Jepang menjadikan JLPT sebagai syarat perekrutan karyawan asing. Perusahaan Jepang pada umumnya menghendaki calon karyawan asingnya dapat lulus minimal JLPT N3. Banyak tenaga kerja Indonesia memiliki keinginan kuat untuk bekerja ke Jepang, namun sering terhambat oleh keterbatasan kemampuan berbahasa Jepang dan minimnya pelatihan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja.

Lembaga Pendidikan dan Ketrampilan (LPK) memegang peran penting sebagai tempat untuk meningkatkan kompetensi kemampuan berbahasa Jepang bagi calon tenaga kerja di Jepang. Salah satu Lembaga Pendidikan dan Ketrampilan yang menyediakan jasa pelatihan bahasa Jepang adalah Lembaga Pendidikan dan Ketrampilan (LPK) Hinode Mandiri yang berlokasi di Jl. Songgorunghi, Jetak, Dagen, Jaten, Karanganyar, Jawa Tengah. LPK Hinode Mandiri Karanganyar berdiri tahun 2022, hingga April 2025 telah memiliki puluhan siswa dari berbagai daerah. LPK Hinode Mandiri Karanganyar per April 2025 memiliki 98 siswa yang telah mendaftar dan menyalurkan 41 siswa ke Jepang untuk menjadi tenaga kerja terampil.

Keberhasilan siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar dalam mendapatkan pekerjaan di luar negeri dipengaruhi oleh faktor internal seperti penguasaan Bahasa Jepang, kesiapan kesehatan dan keterampilan khusus serta faktor eksternal yaitu regulasi pemerintah, kondisi pasar kerja di negara tujuan. Faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi kelulusan siswa dalam mendapatkan pekerjaan di Jepang perlu segera diatasi untuk menghindari dampak negatif pada persaingan antar LPK dan keputusan siswa dalam memilih lembaga pendidikan dan ketrampilan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar (Survei pada Siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar)

(Rima A, et al.)

Menurut Dalimunthe, Alghifari dan Dalimunthe (2023:139) “keputusan memilih adalah suatu tindakan memilih tempat pendidikan yang sesuai dengan minat, kebutuhan tanpa mengesampingkan pertimbangan lingkungan dan kondisi keluarga”. Keputusan memilih menurut Yuliarsi, Hardienata dan Wulandari (2023:7) “merupakan keputusan individu untuk memilih tempat yang diinginkan untuk menempuh pendidikan yang berorientasi ke masa depan sejalan dengan perkembangan dunia yang semakin global.

Faktor kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam pengambilan keputusan memilih. Menurut Kotler dan Keller (2016:442) “kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen, kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Menurut Tjiptono (2016:59) mendefinisikan “kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi dinamis yang berpengaruh kepada produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang melebihi harapan”.

Faktor lain yang mempengaruhi seseorang dalam memilih adalah harga. Harga merupakan faktor utama ketika konsumen memilih dan membeli suatu barang atau jasa tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) “harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa”. Menurut Sidharta (2022:17) “harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau jasa”.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan memilih adalah harga. Menurut penelitian Mulyani, Khoiruddin dan Hasanah (2022), Erinawati dan Syafarudin (2021), Jeckells (2022) dan penelitian Nuseir dan Refae (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan mendorong pilihan mahasiswa untuk belajar di universitas di UEA. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian Erinawati dan Syafarudin (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan siswa memilih SMK Analisis Kesehatan Tunas Medika.

Faktor yang mempengaruhi keputusan memilih selanjutnya adalah promosi. Menurut penelitian Lubis, Efendi, Pertiwi dan Djoni (2024), Mulyani, Khoiruddin dan Hasanah (2022), Suriyansha dan Asrianto (2021), Erinawati dan Syafarudin (2021) dan penelitian Nuseir dan Refae (2022) menyatakan bahwa promosi berpengaruh bahwa signifikan mendorong pilihan mahasiswa untuk belajar di universitas di UEA. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan hasil penelitian Kamanda (2022) yang menyatakan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah jurusan Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Abdullah Said Batam.

Berdasarkan latar belakang dan *research gap* diatas, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH PELATIHAN DI LPK HINODE MANDIRI KARANGANYAR”.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode sensus yang dilakukan pada siswa yang telah memilih dan mendaftar pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar pada tahun 2024 hingga bulan April tahun 2025.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar (Survei pada Siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar)

(Rima A, et al.)

Penelitian dilakukan dengan cara membagikan kuesioner *online* (*Google Form*) kepada responden. Alasan LPK Hinode Mandiri Karanganyar menjadi objek penelitian karena LPK Hinode Mandiri Karanganyar salah satu lembaga pendidikan dan ketrampilan Bahasa Jepang yang baru didirikan kurang dari 5 tahun dan peneliti melihat beberapa masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga serta promosi yang telah dilakukan oleh LPK Hinode Mandiri Karanganyar.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini berjumlah 50 siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar sehingga sampel yang diambil adalah seluruh populasi yaitu berjumlah 50 siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar.

Teknik Analisis Data

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan melalui suatu prosedur dalam program SmartPLS. Prosedur yang dimaksud adalah dengan menjalankan prosedur *bootstrapping* dengan maksud untuk menunjukkan bahwa sebuah parameter seperti *outer loading*, *outer weight*, *path coefficient* bernilai 0 di dalam populasi (Solihin & Ratmono, 2020:75). Tujuan pengujian hipotesis dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh langsung antar konstruk laten dalam penelitian.

Tabel 1 Kriteria Pengujian Hipotesis

Uji	Parameter	Rule of Thumb
Pengaruh langsung	<i>path coefficient</i>	$p\ value \leq 0,05$

Sumber: Yusnita dan Gursida (2023:112)

Cara mengetahui bagaimana hasil pengaruh langsung antar konstruk laten dalam penelitian dengan cara melihat nilai *path coefficient* dari hasil prosedur *bootstrapping* yang telah dijalankan. Nilai signifikansi pada $p\ value$ lebih kecil atau sama dengan 0,05 ($p\ value \leq 0,05$) maka bisa dikatakan bahwa antar konstruk laten memiliki pengaruh yang signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil LPK Hinode Mandiri Karanganyar

Lembaga Pendidikan dan Ketrampilan Hinode Mandiri didirikan pada tahun 2022 merupakan salah satu lembaga pendidikan dan ketrampilan yang berfokus pada pelatihan Bahasa Jepang, dari tahun 2022 hingga April tahun 2025 telah memiliki 98 siswa dan telah menyalurkan 41 siswa untuk bekerja di Jepang. LPK Hinode Mandiri berlokasi di Jl. Songgorungru, RT 02, Rw 06, Dagen, Jaten, Karanganyar, Jawa Tengah.

LPK Hinode Mandiri Karanganyar memiliki lokasi cukup strategis karena berada di wilayah dekat dengan jalan raya Palur-Karanganyar yang dapat memudahkan akses transportasi bagi siswa maupun pihak terkait. Lokasi LPK Hinode Mandiri Karanganyar juga cukup dekat dengan pusat perbelanjaan seperti Indogrosir dan Luwes memberikan kemudahan bagi siswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

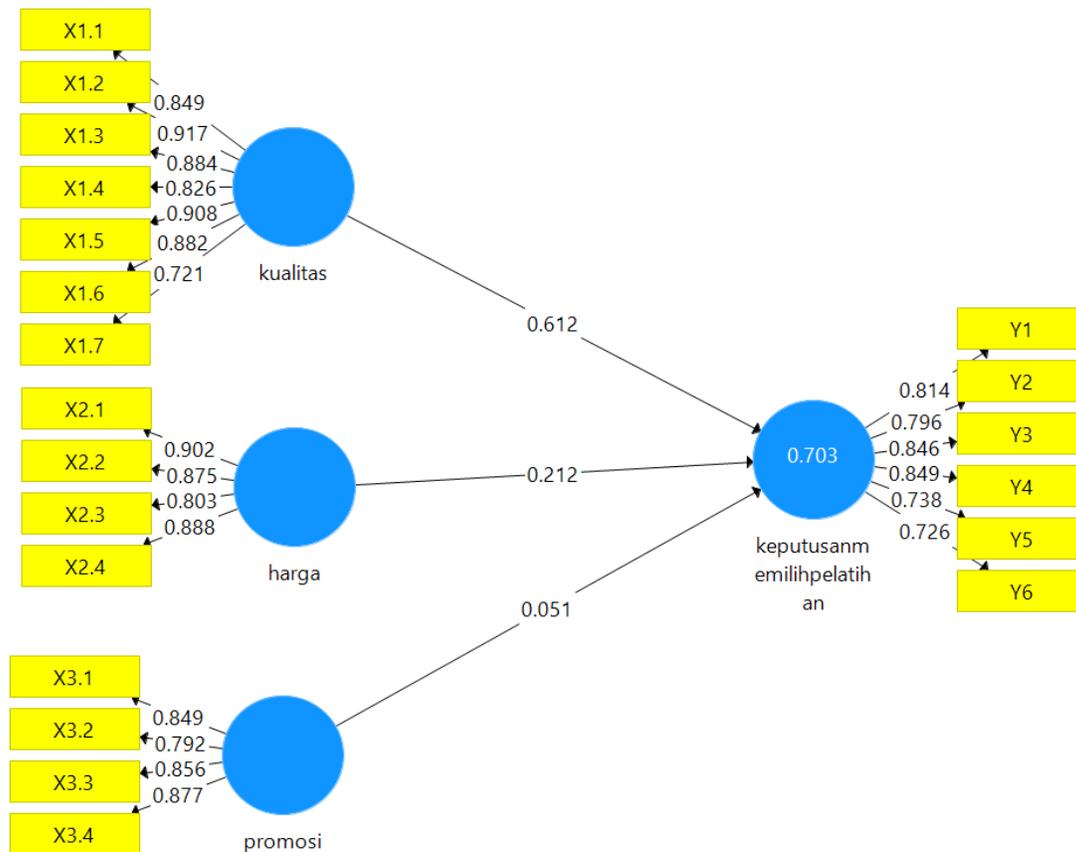
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar (Survei pada Siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar)

(Rima A, et al.)

Lingkungan sekitar LPK merupakan kawasan permukiman warga yang tidak terlalu padat, menciptakan suasana belajar yang lebih tenang dan kondusif tanpa gangguan kebisingan berlebihan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan melalui suatu prosedur dalam program SmartPLS. Prosedur yang dimaksud adalah dengan menjalankan prosedur *bootstrapping* (Solihin & Ratmono, 2020:75). Tujuan pengujian hipotesis dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh langsung antar konstruk laten dalam penelitian. Cara untuk mengetahui bagaimana hasil pengaruh langsung antar konstruk laten dalam penelitian dengan melihat nilai *path coefficient* dari hasil prosedur *bootstrapping* yang telah dijalankan.



Sumber: Data primer diolah, 2025

Gambar 2 Hasil Uji Bootstrapping SMARTPLS

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari besarnya nilai t-statistik. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai pengaruh antar variabel. Model prediksi dalam pengujian model struktural, dapat dilihat dari nilai t – statistik antara variabel independen ke variabel dependen dalam tabel pengaruh langsung (*path coefficient*).

Tabel 2 Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Valu es
harga -> keputusan memilih	0.212	0.265	0.174	1.220	0.223
kualitas pelayanan -> keputusan memilih	0.612	0.602	0.186	3.285	0.001
promosi -> keputusan memilih	0.051	0.015	0.209	0.246	0.805

Sumber: Data primer diolah, 2025

1. Uji pengaruh Langsung

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat di simpulkan sebagai berikut:

 a. Kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan memilih (Y)

Tabel XXXI menunjukkan hasil koefisien *original sample* positif sebesar 0,612. Hasil pengujian pengaruh langsung ini menunjukkan arah pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan memilih (Y) adalah positif, artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka keputusan memilih (Y) akan meningkat. Nilai ρ value sebesar 0,001 lebih kecil dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan memilih (Y).

 b. Pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan memilih (Y)

Tabel XXXI menunjukkan hasil koefisien *original sample* positif sebesar 0,212. Hasil pengujian pengaruh langsung ini menunjukkan arah pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan memilih (Y) adalah positif, artinya jika harga dipersepsikan semakin baik maka keputusan memilih (Y) akan meningkat. Nilai ρ value sebesar 0,223 lebih besar dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05), hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan tidak signifikan variabel harga (X_2) terhadap keputusan memilih (Y)

 c. Pengaruh promosi (X_3) terhadap keputusan memilih (Y)

Tabel XXXI menunjukkan hasil koefisien *original sample* positif sebesar 0,051. Hasil pengujian pengaruh langsung ini menunjukkan arah pengaruh promosi (X_3) terhadap keputusan memilih (Y) adalah positif, artinya jika promosi meningkat maka keputusan memilih (Y) akan meningkat. Nilai ρ value sebesar 0,805 lebih besar dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan tidak signifikan variabel promosi (X_3) terhadap keputusan memilih (Y).

Tabel 3 Ringkasan Hasil Path Coefficient

	HIPOTESIS	Hasil	Keterangan
H1	Pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap Keputusan memilih (Y)	Koefisien beta = 0,612 Nilai t = 3,285 ρ value = 0,001	Terbukti
H2	Pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan memilih (Y)	Koefisien beta = 0,212 Nilai t = 1,220 ρ value = 0,223	Tidak Terbukti
H3	Pengaruh promosi (X_3) terhadap keputusan memilih (Y)	Koefisien beta = 0,051 Nilai t = 0,246 ρ value = 0,805	Tidak terbukti

Sumber: Data primer diolah, 2025

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih

Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pada siswa pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar dengan nilai *original sample* sebesar 0,612 dan *p values* 0,001. Nilai *original sample* bertanda positif dan nilai *p value* lebih kecil dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05) mengindikasikan bahwa arah hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih memiliki arah yang positif dan signifikan. Hasil ini didukung oleh penelitian Lubis, Efendi, Pertiwi dan Djoni (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Mikroskil.

Menurut Chandra, Chandra dan Hafni (2020:63) pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas pelayanan yang seharusnya konsisten satu sama lainnya, yaitu: persepsi pelanggan, produk atau pelayanan dan proses. Pelayanan yang semakin berkualitas akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Tingginya kepuasan pelanggan berpotensi mendatangkan keuntungan bagi pelaku usaha. Mempertahankan perusahaan jasa dapat dilakukan dengan menyediakan layanan yang lebih unggul dari pesaing secara konsisten serta memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang positif berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih (Kotler & Keller, 2016:36).

Berdasarkan hasil jawaban responden diperoleh nilai rata-rata terendah pada indikator kehandalan (*reliability*) dan pada item pernyataan “pihak dan pengajar LPK Hinode Mandiri Karanganyar memberikan pelayanan yang cepat kepada siswa”, maka dapat dipahami bahwa agar variabel kualitas pelayanan meningkatkan keputusan siswa memilih pelatihan, pihak LPK Hinode Mandiri Karanganyar sebaiknya semakin meningkatkan kehandalan pelayanan dengan cara pihak dan pengajar LPK Hinode Mandiri Karanganyar memberikan pelayanan yang semakin cepat kepada siswa. LPK Hinode Mandiri Karanganyar hendaknya tetap selalu menjaga jaminan pelayanan dengan cara pihak dan pengajar yang ada di LPK Hinode Mandiri Karanganyar tetap selalu memiliki pengetahuan dan kompetensi yang baik terkait materi

yang disampaikan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Memilih

Hasil menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pada siswa pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar dengan nilai *original sample* sebesar 0,212 dan *p values* 0,223. Nilai *original sample* bertanda positif dan nilai *p value* lebih besar dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05) mengindikasikan bahwa arah hubungan antara variabel harga terhadap keputusan memilih memiliki arah yang positif dan tidak signifikan. Hasil ini didukung oleh penelitian Erinawati dan Syafarudin (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan siswa memilih SMK Analisis Kesehatan Tunas Medika.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:114) keputusan mengenai harga (terutama dalam konteks pemasaran jasa) tidak mudah dilakukan, harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor. Perbedaan atau selisih harga yang ditawarkan oleh antar pelaku usaha dapat mempengaruhi konsumen, sehingga harga berpengaruh terhadap keputusan memilih konsumen (Tjiptono, 2016:151).

Berdasarkan hasil jawaban responden diperoleh nilai rata-rata terendah pada indikator daya saing harga yaitu pada item pernyataan “Saya melakukan perbandingan biaya LPK Hinode Mandiri Karanganyar dengan LPK lain yang sejenis sebelum saya mendaftar”, maka dapat dipahami bahwa agar variabel harga meningkatkan keputusan siswa memilih pelatihan, pihak LPK Hinode Mandiri Karanganyar sebaiknya semakin meningkatkan daya saing harga karena biasanya siswa melakukan perbandingan biaya LPK Hinode Mandiri Karanganyar dengan LPK lain yang sejenis sebelum mendaftar. LPK Hinode Mandiri Karanganyar sebaiknya tetap selalu menjaga kesesuaian harga dengan manfaatnya misalnya biaya yang ditawarkan LPK Hinode Mandiri Karanganyar tetap selalu sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih

Hasil menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pada siswa pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar dengan nilai *original sample* sebesar 0,051 dan *p value* 0,805. Nilai *original sample* bertanda positif dan nilai *p value* lebih besar dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05) mengindikasikan bahwa arah hubungan antara variabel promosi terhadap keputusan memilih memiliki arah yang positif dan tidak signifikan. Hasil ini didukung oleh penelitian Erinawati dan Syafarudin (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan siswa memilih SMK Analisis Kesehatan Tunas Medika.

Menurut Halim, dkk., (2021:66) produk atau layanan yang ditawarkan oleh organisasi menjadi tidak berguna jika tidak diketahui pelanggan, pelanggan membeli apa yang mereka ketahui sehingga organisasi dapat mempengaruhi pilihan pelanggan melalui komunikasi yang efektif dan persuasif. Promosi yang menawarkan solusi sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran dan menggunakan strategi promosi yang tepat akan menjadi cara terbaik untuk mempengaruhi keputusan konsumen (Reken dkk., 2024:107).

Berdasarkan hasil jawaban responden diperoleh nilai rata-rata terendah pada indikator waktu promosi yaitu pada item pernyataan “promosi yang dilakukan LPK Hinode Mandiri Karanganyar dilakukan cukup lama sebelum pembukaan kelas baru”, maka dapat dipahami bahwa agar variabel promosi meningkatkan keputusan siswa memilih pelatihan, pihak LPK Hinode Mandiri Karanganyar sebaiknya semakin

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar (Survei pada Siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar)

(Rima A, et al.)

memperhatikan waktu promosi misalnya promosi yang dilakukan LPK Hinode Mandiri Karanganyar dilakukan semakin lama sebelum pembukaan kelas baru. LPK Hinode Mandiri Karanganyar sebaiknya tetap selalu menjaga pesan promosi sehingga tetap selalu memberikan informasi yang cukup tentang program dan harga yang ditawarkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar.
2. Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan siswa memilih pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar.
3. Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan siswa memilih pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar.

SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan kepada beberapa pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi Pihak LPK Hinode Mandiri Karanganyar
 - a. Pihak LPK Hinode Mandiri Karanganyar sebaiknya semakin meningkatkan kehandalan pelayanan dengan cara pihak dan pengajar LPK Hinode Mandiri Karanganyar memberikan pelayanan yang semakin cepat kepada siswa. LPK Hinode Mandiri Karanganyar hendaknya tetap selalu menjaga jaminan pelayanan dengan cara pihak dan pengajar yang ada di LPK Hinode Mandiri Karanganyar tetap selalu memiliki pengetahuan dan kompetensi yang baik terkait materi yang disampaikan sehingga siswa maupun calon siswa merasa kualitas pelayanan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar sangat baik dan tidak menyesal dalam mengambil keputusan memilih LPK.
 - b. Pihak LPK Hinode Mandiri Karanganyar sebaiknya semakin berusaha meningkatkan sarana dan prasarana dengan cara LPK Hinode Mandiri Karanganyar semakin memiliki fasilitas penunjang (tempat tinggal, alat olahraga) yang semakin baik untuk siswa, sebaiknya tetap selalu menjaga agar memiliki ruang kelas yang baik serta alat penunjang belajar (TV, speaker dan buku) terpenuhi dengan baik sehingga siswa semakin merasakan manfaat dari sarana, prasarana serta fasilitas penunjang yang disediakan oleh LPK Hinode Mandiri Karanganyar dan jika siswa merasa puas, siswa akan merekomendasikan LPK Hinode Mandiri Karanganyar ke orang lain yang ingin mencari pelatihan bahasa Jepang.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya.
 - a. Peneliti menyarankan untuk menambahkan atau menggunakan variabel bebas yang lain selain variabel kualitas pelayanan, harga, promosi seperti *word of mouth*, citra merek atau sebagainya.
 - b. Peneliti juga mengharapkan untuk penelitian selanjutnya memilih objek yang cakupannya berbeda atau lebih luas dari penelitian ini sehingga tidak terbatas hanya pada siswa LPK Hinode

- Mandiri Karanganyar saja namun bisa diganti dengan lembaga lain atau bisa diperluas.
- c. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian kembali terkait variabel harga, promosi terhadap keputusan memilih karena hasil penelitian ini memiliki pengaruh tidak signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimbudiono, & Ria, Sandra. 2019. *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. CV. Jakad Media Publishing. Surabaya. http://repository.ubaya.ac.id/38795/2/Ria_Sandra_Konsep_Pengetahuan_Akuntansi.pdf
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Anonim. 2024. LPK Jepang. Jopjegang.com. <https://www.jobjegang.com/layanan/lpk-jepang>. diakses pada 15 November 2024.
- Anonim. 2024. *Pedoman Penyusunan Usulan Penelitian dan Skripsi Fakultas Ekonomi*. Unisri Press. Surakarta.
- Anonim. 2025. Data Layanan Penempatan dan Perlindungan Pekerja Migran Indonesia Januari s.d. Desember 2024. Kementrifatihan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia. <https://bp2mi.go.id/statistik-detail/data-penempatan-dan-pelindungan-pekerja-migran-indonesia-periode-agustus-2023>
- Arikunto, Suharsini. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Chandra, Teddy., Chandra, Stefani., & Hafni, Layla. 2020. *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. IRDH. Malang.
- Dalimunthe, Sehat Sultoni., Alghifari, Abuzar., & Dalimunthe, Irwan Saleh. 2023. *Sekolah Islam Dalam Menghadapi Tantangan Global Kiprah SEI Dan SIT di Indonesia*. Deepublish. Yogyakarta.
- Duryadi. 2021. *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Yayasan Prima Agus Teknik. Semarang.
- Erinawati, Fajrini, & Syafarudin, Afriapollo. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK Analisis Kesehatan Tunas Medika". *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Fakhrudin, Arif., Roellyanti, Maria, Valeria., & Awan. 2022. *Bauran Pemasaran*. Deepublish. Sleman.
- Fatihudin, Didin., & Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Jasa*. Deepublish. Sleman.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish CV Budi Utama. Yogyakarta. https://www.academia.edu/37610166/perilaku_konsumen_perilaku_konsumen_makalah_perilaku_konsumen
- Ghozali, Imam. 2021. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.2.9 untuk Penelitian Emperis*. Edisi 3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam., & Latan, Hengky. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* Edisi 2. Badan Penerbit Undip. Semarang
- Hair, Joseph., Hult, Tomas., Ringle, Christian., Sarstedt, Marko., Danks, Nicholas., & Ray, Soumya. 2021. *Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer.
- Halim, Fitria., Kurniullah, Ardhariksa Zukhruf., Efendi, Marisi Butarbutar., Sudarso, Adriansan., Purba, Bonaraja., Lie, Darwin., Simarmata, Hengki Mangiring Parulian., Permadi, Lalu Adi., Novela, Vina. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis. Medan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Pelatihan di LPK Hinode Mandiri Karanganyar (Survei pada Siswa LPK Hinode Mandiri Karanganyar)

(Rima A, et al.)

- Hapsara, Osrita., Febrian, Wenny Desty., Nuzleha., Sani, Indra., Lustono, Lustono., Yuni, Nurna., Abdurohim, Abdurohim., Karmila, Mila., Utami, Rahmi., S, Ahmad Dzul Ilmi., Yuliana, Liza., Sari, Eka Purnama., Lasminingrat, Anne., Simatupang, Sudung., Imron, Ali. 2023. *Manajemen Pemasaran Jasa : Membangun Loyalitas Pelanggan*. Eureka Media Aksara. Purbalingga.
- Hidayat, Rofiq. 2021. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Komojoyo Press. Sleman.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Isa. 2025. Jepang soal Tren Ajakan Kerja ke LN: Warga Indonesia Sangat Istimewa. <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20250221141848-106-1200980/jepang-soal-tren-ajakan-kerja-ke-ln-warga-indonesia-sangat-istimewa>. diakses pada 25 Februari 2025.
- Jeckells, Harriet. 2021. "An Investigation Into The Influential Factors That Impact Consumer Decision-Making Among Prospective Online MBA Students". *Journal Of Marketing For Higher Education*, 32(2), 278–304. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1868038>
- Juahidi, Ahmad. 2022. *Pemasaran Jasa Pendidikan Teori Dan Praktik*. Aswaja Pressindo. Sleman.
- Kamanda, Shandrya Victor. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Pada Institut Agama Islam Abdullah Said Batam". *Jurnal As-Said*, 2(1), 1–6.
- Kotler, Philip, & Amstrong, Gary. 2019. *Principles of Marketing*. 17th Edition. Pearson Education.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. Pearson Education.
- Lubis, Tya Wildana Hapsari., Efendi, Nasrul., Pertiwi, Suci., & Djoni. 2024. "Factors That Influence Student's Decisions In Choosing Universitas Mikroskil". *Jurnal Ekonomi*, 29(1), 165–184. <https://doi.org/10.24912/je.v29i1.2098>
- Mulyani, Heny, Khoiruddin, Heri, & Hasanah, Marwah. 2022. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Bersekolah Di Sekolah Islam Terpadu". *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 7(2), 153–162. <https://doi.org/10.15575/isema.v7i2.21610>
- Munarsih, Munarsih, Akbar, Mada Faisal, & Sudarsono, Agus. 2020. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada Orangtua Siswa Sdit Bina Cendekia – Depok". *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 407–414. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i3.6804>
- Narimawati, Umi., Sarwono, Jonathan., Munandar, Dadang., & Winanti, Marliana, Budhiningtyas 2020. *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis : Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Andi. Sleman.
- Nuseir, Mohammed T., & Refae, Ghaleb A. El. 2021. "Factors Influencing The Choice Of Studying At UAE Universities: An Empirical Research On The Adoption Of Educational Marketing Strategies". *Journal of Marketing for Higher Education*, 32(2), 215–237. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1852467>
- Purwanto, Edi., Bachtiar, Darwin., Septiani, Klara Mayori., Ridhwan, Nugroho., Deviny, July., Dahlan, Kandi Sofia., Senastri., Susanto, Daniel., Augusta., & Marey, Dian Ramadhani Elyosha. 2020. *Technology Adoption a Conceptual Framework*. Yayasan Pendidikan Philadelphia. Tangerang. http://link.springer.com/10.1007/978-3-030-50112-9_2
- Purwanto, Nuri, Budiyo, & Suhermin. 2022. *Theory of Planned Behavior*. Literasi Nusantara Abadi. Malang.
- Putri, Sisi Septiani, Karnawati, Tin Agustina, & Handarini, Dany M. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih SD Kids Republic Di Jakarta Timur". *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 5(8), 589–600. <https://doi.org/10.59141/japendi.v5i8.3219>
- Razak, Ismail, Wibowo, Imam, & Reztrianti, Diajeng. 2023. *Manajemen Pemasaran Bisnis*. CV. Putra Media Nusantara. Surabaya.
- Razak, Mashur. 2019. *Perilaku Konsumen*. Alaudin University Press. Makasar.

- Reken, Feky., Erdawati., Rahayu, Sri., Apriansyah, Roky., Herman, Hendri., Sulfitri, Virna., Hermanto., Fatmawati., Suprihartini, Lia., Masliardi, Adi., Hariyanti, Ni Kadek Dessy ., & Tawil, Muh. Risal. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Gita Lentera. Padang.
- Rohani, Andika, Simatupang, Lucy Nancy, & Prasetya, GL Hery. 2022. "Analisis Promosi Dari Mulut Ke Mulut, Citra Merek Dan Kualitas Jasa Pengaruhnya Terhadap Keputusan Memilih Pelatihan Prakerja Di Pintaria". *Jurnal Manajemen*, 6(2), 82–102. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i2.206>
- Sidharta, Gina. 2022. *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen*. STIE Widya Wiwaha. Yogyakarta.
- Solihin, Mahfud., & Ratmono, Dwi. 2020. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Edisi 2. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suriasha, Reza, & Asrianto. 2021. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Memilih Program Uniprep Bumi Serpong Damai Di Tangerang Selatan". *Journal of Economics & Business UniSadhuGuna Business School*, 10(1), 84–94. <https://doi.org/10.52644/joeb.v10i1.58>
- Susila, Putu., Handoko, Yunus., & Agustina, Tin. 2024. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Peserta Didik Memilih Belajar Di Lembaga Pendidikan Wearnes Education Center Bali". *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 2(1), 762–777. <https://doi.org/10.32815/jiram.v2i1.59>
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Andi. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2018. *Metode Penelitian dan Tesis*. Rajawali. Jakarta.
- Wijaya, David. 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Wiyatasari, Reny. 2022. "Pelatihan Jlpt N4 Untuk Pembelajar Bahasa Jepang". *Harmoni*, 6(1), 162–164.
- Yonatan, Agnes. Z. 2025. Apa Betul Cari Kerja di Indonesia Susah? Goodstarts.Id. <https://goodstats.id/article/apa-betul-cari-kerja-di-indonesia-susah-95kF1> diakses pada 1 Mei 2025
- Yuliarsi, Eli., Hardienata, Soewarto., & Wulandari, Dian. 2023. *Strategi Sekolah Meningkatkan Minat Orangtua*. Jakad Mendia Publishing. Surabaya.
- Yusnita, Nancy., & Gursida, Hari. 2023. *Metode Penelitian Bisnis & Manajemen Konsep dan Implementasinya*. Uwais Inspirasi Indonesia. Ponorogo. https://www.google.co.id/books/edition/METODE_PENELITIAN_BISNIS_MANAJEMEN_Konse/e0a5EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0