

**Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan
Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru
di PP. Darul Ulum Al-Fadholi**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

KHOFIFATUL ULA

NPM 22101081206



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2025

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI, SARANA PRASARANA, DAN
KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENDAFTARAN SANTRI BARU DI PP. DARUL ULUM AL-FADHOLI**

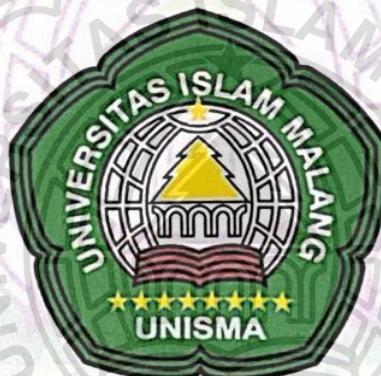
SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Oleh :

KHOFIFATUL ULA

22101081206



Tanggal di setujui :

Selasa, 29 Juli 2025

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Eka Farida, SE., M.Pd



Ita Athia, S.Sos., MM



SKRIPSI

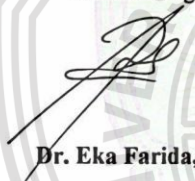
**PENGARUH STRATEGI PROMOSI, SARANA PRASARANA, DAN
KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PENDAFTARAN
SANTRI BARU DI PP. DARUL ULUM AL-FADHOLI**

KHOFIFATUL ULA
NPM. 22101081206

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Hari/tanggal : Selasa, 29 Juli 2025

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Dr. Eka Farida, SE., M.Pd

Pembimbing Pendamping



Ita Athia, S.Sos., MM

Anggota Dewan Penguji Lain



Mohammad Rizal, SE., ME

Skrripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar:
SARJANA MANAJEMEN
Pada Hari/tanggal : Selasa, 29 Juli 2025



Afifudin, SE., M.SA., Ak., CAP., CBV

Ketua Jurusan



Dr. M. Ridwan Basalamah, SE., MM

UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jurusan : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah

STATUS : UNGGUL



Alamat : Jl. Mayjen Haryono No.193 Malang 65144 telp 0341 - 551932, 551822, Fax.: 0341 - 552249

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

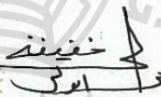
Nama : Khofifatul Ula
NPM : 22101081206
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru di PP. Darul Ulum Al-FadholiYang diuji pada tanggal : **29 Juli 2025** adalah benar-benar merupakan hasil karya saya.

Dan saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat atau keseluruhan hasil tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat maupun pikiran penulis lain yang diakui sebagai hasil tulisan saya sendiri, dan dalam Skripsi ini tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

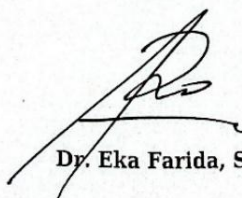
Apabila saya secara sengaja maupun tidak sengaja melakukan hal tersebut diatas, maka saya menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri dan jika terbukti saya melakukan hal tersebut diatas seolah-olah hasil karya saya sendiri, maka gelar dan Ijazah yang diberikan Universitas Islam Malang berhak untuk dibatalkan.

Malang, 25 Juli 2025
Yang membuat pernyataan,
Khofifatul Ula

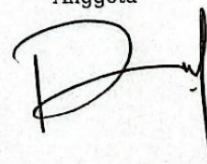
Ketua Penguji

Anggota

Anggota


Dr. Eka Farida, SE., M.Pd.

Ita Athia, S.Sos., M.M.



Mohammad Rizal, SE., ME.



المعهد الإسلامي دار العلوم الفاضلي

PONDOK PESANTREN DARUL 'ULUM AL – FADHOLI

Sekretariat: Jl. Mertojoyo Blok S/9 Merjosari Lowokwaru Malang 65144

Telp. (0341) 585523 Fax. (0341) 571143

Nomor : 004/PPDUA/B/2025
Lampiran : -
Hal : Persetujuan Penelitian

Kepada Yth.
Khofifatul Ula
Mahasiswa Program Studi Manajemen
Di Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat,
Sehubungan dengan permohonan izin penelitian yang diajukan oleh :

Nama : Khofifatul Ula
NPM : 22101081206
Program Studi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru di PP. Darul Ulum Al-Fadhli

Maka dengan ini kami memberikan izin untuk melaksanakan penelitian di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadhli, Jl. Mertojoyo Blok S/9, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Kami berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadhli.

Demikian surat persetujuan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerja samanya, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Mengetahui,

Pengarah Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadhli



Ny. Hj. Siti Nurul Aminah

MOTTO

“Barang siapa yang tidak pernah merasakan pahitnya belajar walau sesaat, niscaya ia akan menyesal meneguk hinanya kebodohan sepanjang hayatnya”

(Imam Syafi’i)

“Ilmu tidak datang dengan sendirinya, ia harus dicari, diperjuangkan, dan dijaga. Terkadang memang lelah, merasa tertinggal atau bahkan ingin menyerah. Namun setiap detik yang kita habiskan untuk belajar adalah investasi terbaik untuk masa depan. Karena sejatinya belajar bukan hanya sekedar kewajiban, tapi jalan untuk merdeka dari kebodohan dan ketidakpastian”



LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, penulis panjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, ridha, perlindungan, serta keberkahan-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah dalam proses penyusunan skripsi ini. Berkat limpahan karunia-Nya, penulis diberikan kemudahan dan kelancaran sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Tak lupa, shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sang pembawa risalah kebenaran yang telah menerangi jalan kehidupan umat manusia dari zaman kegelapan menuju cahaya iman dan ilmu. Semoga kita senantiasa meneladani akhlak dan perjuangan beliau dalam kehidupan sehari-hari.

Karya skripsi ini penulis persembahkan kepada:

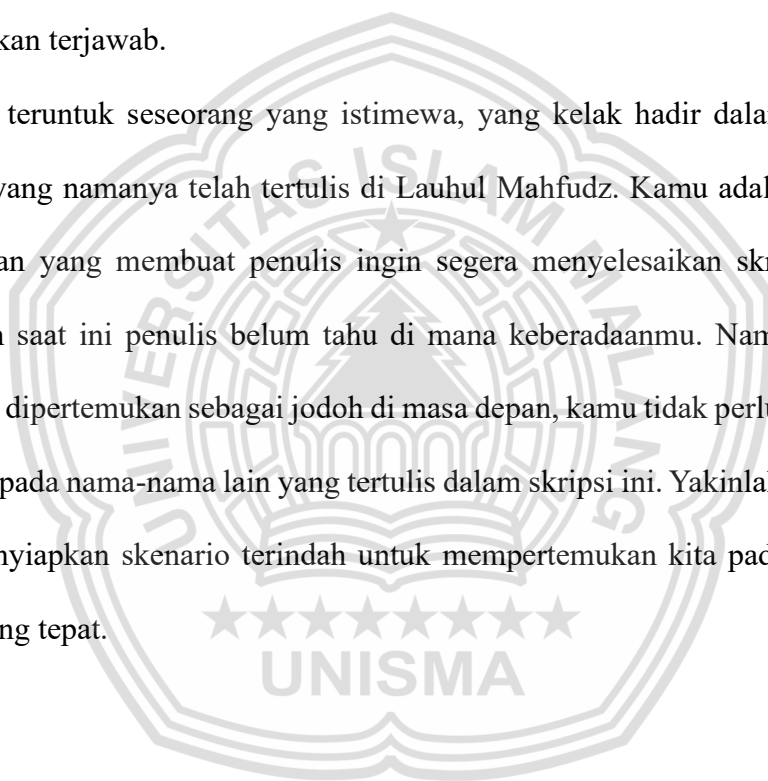
1. Allah SWT, yang maha pengasih dan penyayang, yang telah melimpahkan nikmat, perlindungan, serta keberkahan hidup kepada penulis, sehingga dalam setiap proses penyusunan skripsi ini diberikan kelancaran dan kemudahan hingga terselesaikan tepat waktu.
2. Nabi Muhammad SAW, suri teladan sepanjang zaman yang telah membawa umat manusia menuju jalan kebenaran melalui cahaya Islam. Semoga shalawat dan salam senantiasa tercurah atas beliau, yang menjadi contoh dalam keilmuan, akhlak mulia, dan keteguhan dakwah.
3. Yang selalu penulis ta'dzimi Bu Nyai Hj. Siti Nurul Aminah selaku Pengasuh PP. Darul Ulum Al-Fadhli beserta keluarga ndalem, yang selama ini telah menjadi tempat penulis belajar, bertumbuh, dan menempa diri. Terima kasih atas doa-doa tulus, bimbingan, nasihat, kasih sayang, dan segala ilmu yang telah diberikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan,

keberkahan, serta kebahagiaan. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup dan ilmu yang penulis dapatkan hingga hari ini. Semoga setiap nasihat dan ilmu yang Umi berikan menjadi bekal terbaik bagi langkah penulis ke depan.

4. Kedua orang tercinta, terkasih, dan tersayang. Ayah Suwandi dan Mama Mariyah Ulfah. Terima kasih telah mengusahakan segalanya untuk anak tunggalmu ini. Mama, sosok yang selalu menjadi tempat penulis mencurahkan keluh kesah dan menjadi teman berbagi cerita. Ayah yang tak pernah berhenti memberikan dukungan dan semangat untuk anak semata wayangnya ini. Semoga Mama dan Ayah selalu diberikan kesehatan, berada dalam lindungan Allah SWT, dan senantiasa menjadi bagian dari setiap episode perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas doa-doa luar biasa yang selalu di panjatkan, terima kasih telah tanpa lelah memberikan yang terbaik, mengusahakan segalanya, dan mendukung secara moral maupun materi, serta selalu memprioritaskan pendidikan serta kebahagiaan penulis.
5. Kepada sahabat seperjuangan, Dita Amanda, Nining Noviana, Devfi Wulandari dan Indira Kristaliano. Terima kasih telah menjadi bagian istimewa dalam perjalanan ini. Terima kasih atas segala dukungan, doa, semangat, canda tawa, dan kebersamaan, telah menjadikan hari-hari penuh tantangan terasa lebih ringan dan penuh warna sehingga menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah dan berkembang hingga mencapai titik ini.
6. Kepada satu sosok yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, seorang perempuan sederhana dengan impian yang tinggi, namun sering kali sulit ditebak isi pikiran dan hati. Terima kasih kepada penulis skripsi ini yaitu diriku

sendiri, Khofifatul Ula. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri. Walau terkadang harapanmu tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang kamu dapatkan. Jangan pernah lelah untuk tetap berusaha. Rayakan apapun dalam dirimu. Semoga langkah dari kaki kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi oleh orang-orang yang hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab.

7. Terakhir, teruntuk seseorang yang istimewa, yang kelak hadir dalam hidup penulis, yang namanya telah tertulis di Lauhul Mahfudz. Kamu adalah salah satu alasan yang membuat penulis ingin segera menyelesaikan skripsi ini, meskipun saat ini penulis belum tahu di mana keberadaanmu. Namun, jika nanti kita dipertemukan sebagai jodoh di masa depan, kamu tidak perlu merasa cemburu pada nama-nama lain yang tertulis dalam skripsi ini. Yakinlah, Tuhan telah menyiapkan skenario terindah untuk mempertemukan kita pada waktu yang paling tepat.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillahillobbil alamin. Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, kesehatan, kekuatan, serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh umat beliau yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju jalan penuh cahaya, yakni agama Islam dan keimanan. Setelah melalui berbagai tantangan, akhirnya penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru di PP. Darul Ulum Al-Fadholi”**.

Tersusunnya skripsi ini dimaksud untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar strata (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Hal ini, tentu tidak terlepas dari do'a, dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

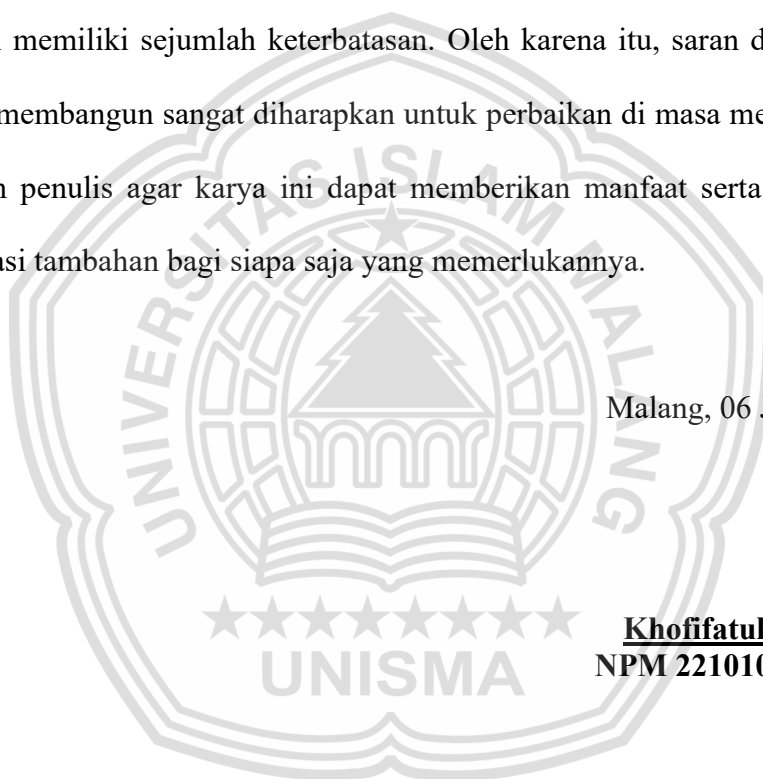
1. Bapak Prof. Drs. H. Junaidi, M.pd., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Malang.
2. Bapak Afifuddin, S.E., M.SA., AK selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
3. Bapak Dr. M. Ridwan Basalamah, SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

4. Ibu Dr. Eka Farida, S.E., M.Pd selaku Dosen Pembimbing I, serta Ibu Ita Athia, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan masukan, saran, kritik, serta arahan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang atas ilmu, bantuan, dan bimbingan selama penulis menempuh pendidikan.

Penulis memahami sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki sejumlah keterbatasan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis agar karya ini dapat memberikan manfaat serta menjadi bahan informasi tambahan bagi siapa saja yang memerlukannya.

Malang, 06 Juli 2025

Khofifatul Ula
NPM 22101081206



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Khofifatul Ula
Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 30 Agustus 2002
Nomor Pokok Mahasiswa : 22101081206
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Dusun Talang RT 002 RW 007
Desa Watuagung, Kec. Prigen,
Kab. Pasuruan, Jawa Timur
Nama Orang Tua : Suwandi (Ayah)
Mariyah Ulfah (Ibu)
Email : 22101081206@unisma.ac.id

Riwayat Pendidikan :

1. MI NU Mambaul Khoir (2009-2015)
2. MTs KHA. Wahid Hasyim Bangil (2015-2018)
3. MA KHA. Wahid Hasyim Bangil (2018-2021)
4. Universitas Islam Malang (2021-2025)

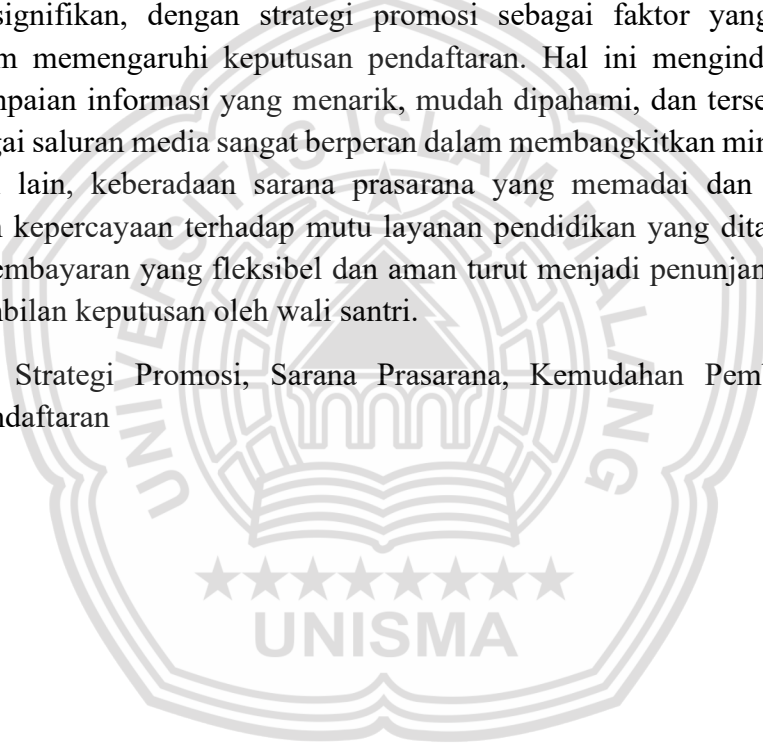
Pengalaman Organisasi :

1. Wakil Ketua Dewan Ambalan Pramuka MA KHA. Wahid Hasyim Tahun 2018-2020
2. Anggota Unit Kreativitas Mahasiswa Palang Merah Indonesia Tahun 2021-2022
3. Pengurus Pendidikan Pondok Putri PP. Darul Ulum Al-Fadholi Tahun 2022-2023
4. Anggota PK IPNU IPPNU UNISMA Tahun 2023-2024
5. Ketua Pengurus Pondok Putri PP. Darul Ulum Al-Fadholi 2023-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi promosi, sarana prasarana, serta kemudahan pembayaran terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan metode sampling jenuh, di mana seluruh populasi yang berjumlah 85 responden dijadikan sebagai sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh secara simultan maupun parsial antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pendaftaran santri baru. Secara parsial, ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan, dengan strategi promosi sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pendaftaran. Hal ini mengindikasikan bahwa penyampaian informasi yang menarik, mudah dipahami, dan tersebar luas melalui berbagai saluran media sangat berperan dalam membangkitkan minat calon santri. Di sisi lain, keberadaan sarana prasarana yang memadai dan nyaman menumbuhkan kepercayaan terhadap mutu layanan pendidikan yang ditawarkan, serta sistem pembayaran yang fleksibel dan aman turut menjadi penunjang dalam proses pengambilan keputusan oleh wali santri.

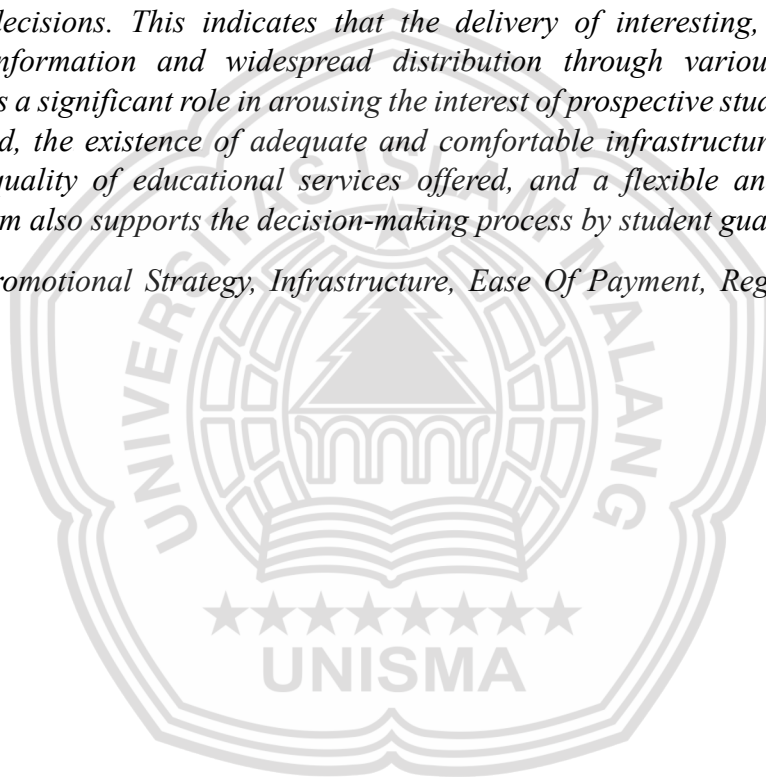
Kata Kunci: Strategi Promosi, Sarana Prasarana, Kemudahan Pembayaran, Keputusan Pendaftaran



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of promotional strategies, infrastructure, and ease of payment on the registration decision of new students at the Darul Ulum Al-Fadhli Islamic Boarding School. This study uses a quantitative approach with an explanatory research type. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires with a saturated sampling method, where the entire population of 85 respondents was used as a sample. The data analysis method used was multiple linear regression to test the simultaneous and partial influence between variables. The results showed that promotional strategies, infrastructure, and ease of payment jointly influenced the registration decision of new students. Partially, all three variables proved to have a significant influence, with promotional strategies as the most dominant factor in influencing registration decisions. This indicates that the delivery of interesting, easy-to-understand information and widespread distribution through various media channels plays a significant role in arousing the interest of prospective students. On the other hand, the existence of adequate and comfortable infrastructure fosters trust in the quality of educational services offered, and a flexible and secure payment system also supports the decision-making process by student guardians.

Keywords: *Promotional Strategy, Infrastructure, Ease Of Payment, Registration Decision*

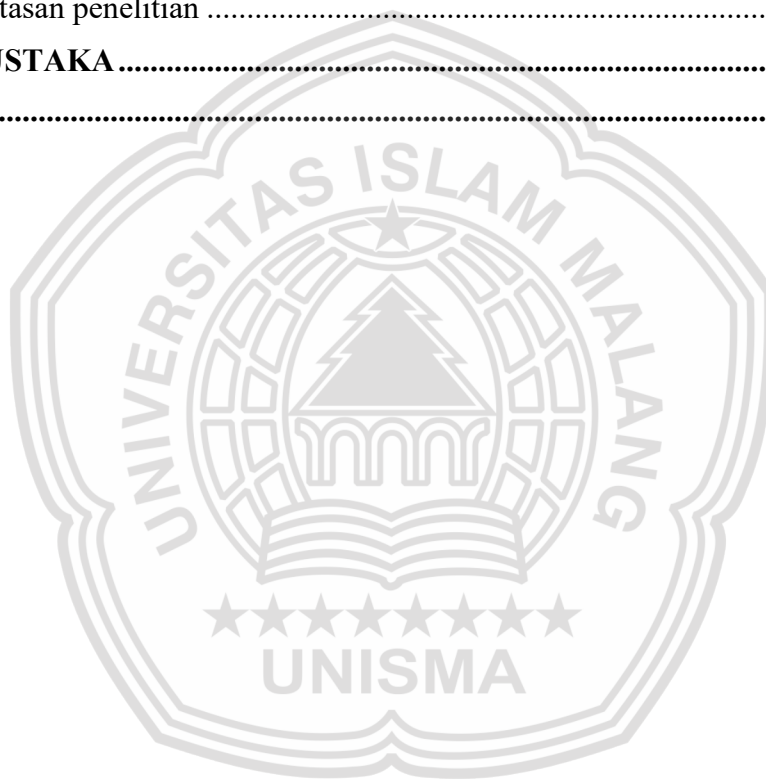


DAFTAR ISI

MOTTO	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan Teori	19
2.2.1 Keputusan Pendaftaran Santri Baru.....	19
2.2.2 Strategi Promosi.....	22
2.2.3 Sarana Prasarana	24
2.2.4 Kemudahan Pembayaran	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1 Hubungan Antara Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru	29
2.3.2 Hubungan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru.....	30
2.3.3 Hubungan Sarana Prasarana terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru.....	32
2.3.4 Hubungan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru	33
2.4 Kerangka Konseptual	33
2.5 Hipotesis Penelitian	34

BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.1.1 Jenis Penelitian	36
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	36
3.1.3 Waktu Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Definisi Operasional Variabel	38
3.3.1 Definisi Variabel Penelitian.....	38
3.3.2 Operasional Variabel	39
3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	42
3.4.1 Sumber Data	42
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5 Metode Analisa Data	44
3.5.1 Uji Instrumen	44
3.5.2 Uji Normalitas.....	45
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.5.5 Pengujian Hipotesis	47
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	48
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian dan Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
4.1.1 Profil PP. Darul Ulum Al-Fadholi	50
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	52
4.1.3 Distribusi Jawaban Responden	56
4.1.4 Uji Instrumen Penelitian	61
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.1.6 Uji Hipotesis Penelitian	65
4.2 Pembahasan Penelitian	70
4.2.1 Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru	70

4.2.2 Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru.....	71
4.2.3 Pengaruh Sarana Prasarana Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru.....	72
4.2.4 Pengaruh Kemudahan Pembayaran Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru	73
BAB V.....	75
KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
5.3 Keterbatasan penelitian	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Rincian Pengelompokan Santri	37
Tabel 3. 2 Indikator Variabel	41
Tabel 3. 3 Skala Likert	43
Tabel 3. 4 Tafsiran Nilai Rata-rata	44
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2 Deskripsi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Asal Kampus.....	54
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Metode Pembayaran	55
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi	55
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pendaftaran	56
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Strategi Promosi	58
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Sarana Prasarana.....	59
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kemudahan Pembayaran	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan).....	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Parsial).....	68
Tabel 4. 18 Hasil Uji Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4. 1 Profil PP. Darul Ulum Al-Fadholi	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel jumlah santri pada Pondok Pesantren di Indonesia tahun 2022	84
Lampiran 2. Surat Ijin Penelitian	86
Lampiran 3. Jadwal Penelitian	87
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 5 Data Tabulasi Hasil Validitas dan Reliabilitas.....	93
Lampiran 6. Hasil Uji dalam Penelitian.....	102



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan dikelompokkan menjadi pendidikan formal dan non-formal. Institusi pendidikan formal meliputi sekolah-sekolah, mulai dari tingkat dasar, menengah, hingga pendidikan tinggi, sedangkan pendidikan non-formal mencakup berbagai jenis pendidikan yang dilakukan di luar jalur formal, seperti yang terdapat di pondok pesantren, masjid, sekolah minggu, kursus, dan lembaga non-formal lainnya. Pondok pesantren merupakan pendidikan non-formal yang berperan penting dalam mendidik santri melalui proses pembelajaran yang tidak terikat dengan kurikulum sekolah formal, tetapi tetap terstruktur dan berjenjang (Syaadah, et al., 2023).

Pendidikan agama dan keagamaan, khususnya yang terkait dengan agama Islam, telah diatur dalam peraturan pemerintahan No. 55 Tahun 2007 tentang pendidikan agama dan keagamaan. Pada pasal 21 ayat 1, disebutkan bahwa pendidikan diniyah non-formal diselenggarakan dalam bentuk pengajian kitab, majlis taklim, pendidikan Al-Quran, diniyah takmiliyah, atau bentuk lainnya yang sejenis (Laili & Ashari, 2024).

Jumlah santri pada pondok pesantren di Jawa Timur menduduki posisi kedua secara nasional setelah Jawa Barat (kemenag, 2022 & lampiran 1). Salah satu pondok pesantren yang menerapkan sistem non-formal adalah Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi, yang memiliki peran penting dalam membentuk karakter dan keterampilan kepada santri melalui pengajaran agama dengan pendekatan yang fleksibel namun terorganisir dengan baik. Pondok

Pesantren Al-Fadholi juga dapat dianggap sebagai salah satu pondok pesantren yang menawarkan berbagai keunggulan yang dapat menjadi daya tarik utama bagi para calon santri dalam membuat keputusan untuk mendaftar dan menuntut ilmu pada pesantren ini. Daya tarik ini tidak hanya dari aspek pembelajaran ilmu agamanya, tetapi juga dari faktor-faktor lain yang mendukung kenyamanan dan kemudahan bagi para calon santri dan wali santri, diantaranya strategi promosi, sarana prasarana dan kemudahan pembayaran.

Strategi promosi merupakan bagian dari konsep *marketing mix* yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), yang mencakup tujuh elemen utama: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), bukti fisik (*physical evidence*), orang (*people*), dan proses (*process*), yang secara keseluruhan bertujuan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau layanan. Dalam penelitian ini, strategi promosi (X) diasumsikan memiliki pengaruh terhadap keputusan pendaftaran santri baru (Y) di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Secara empiris, pondok pesantren ini telah menerapkan berbagai aspek strategi promosi secara terpadu dari segi produk, ditawarkan pendidikan berbasis karakter sesuai nilai-nilai Islam, dari aspek harga, tersedia sistem pembayaran fleksibel seperti cicilan bagi keluarga kurang mampu, dari segi tempat, lokasi pondok yang strategis di dekat kampus-kampus besar di Malang seperti UM, UB, UIN, dan UNISMA memberikan kemudahan akses, serta dukungan aspek promosi lainnya seperti bukti fisik yang layak, pelayanan yang profesional, dan proses administrasi yang efisien. Berdasarkan hal tersebut, dapat diasumsikan bahwa semakin efektif strategi promosi yang diterapkan, maka semakin besar pula kemungkinan calon santri

mengambil keputusan untuk mendaftar, karena strategi tersebut mampu menjawab kebutuhan, keinginan dan kondisi sosial ekonomi calon wali santri secara menyeluruh.

Tidak hanya itu, Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi memanfaatkan berbagai saluran komunikasi pemasaran, seperti media sosial, brosur, expo pesantren, dan kerja sama dengan komunitas atau lembaga lain untuk menyebarkan informasi tentang kualitas pendidikan yang mereka tawarkan. Selain promosi, menurut Ulwy (2023) fasilitas yang memadai seperti ruang kelas yang nyaman, asrama yang aman, dan ruang ibadah yang mendukung proses spiritual juga menjadi faktor penting dalam menarik minat calon santri. Kualitas pengajar dan pengasuh yang kompeten serta berdedikasi tinggi, ditambah dengan pengajaran yang sistematis, kegiatan ekstrakurikuler yang mendukung, dan pengelolaan lembaga yang baik, semuanya berperan penting dalam memperkuat citra lembaga dalam menarik minat calon santri (Hamdi, 2021).

Selain strategi promosi, keputusan pendaftaran juga didasari oleh sarana prasarana yang baik, sebagai institusi pendidikan, Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi memiliki berbagai komponen dalam menjalankan proses pendidikannya. Untuk mencapai tujuan pendidikan secara optimal, keberadaan fasilitas dan peralatan yang memadai sangatlah penting. Sarana prasarana merupakan segala sesuatu yang digunakan dalam kegiatan belajar mengajar di pondok pesantren. Beberapa alat yang langsung mendukung proses tersebut antara lain: buku, kitab kuning, Al-Quran, dan media pembelajaran. Selain itu, ada juga fasilitas yang mendukung secara tidak langsung, seperti: ruang kelas

yang bersih, kamar yang nyaman, serta masjid. Semua elemen ini penting untuk menciptakan suasana belajar yang efektif (Widianita, 2023).

Keputusan pendaftaran di pondok pesantren juga dipengaruhi oleh kemudahan pembayaran yang ditawarkan oleh pihak institusi. Menurut Sarwani & Rohmah (2022) kemudahan transaksi dapat diartikan sebagai proses pemesanan yang simpel, pilihan metode pembayaran yang beragam dan mudah diselesaikan. Dengan tersedianya berbagai opsi pembayaran di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi, seperti: transfer bank, pembayaran *online*, dan cicilan, maka orang tua santri akan merasa lebih terbantu dalam mengatur biaya pendidikan. Ini membuat proses pendaftaran menjadi lebih mudah diakses dan menarik bagi calon santri, terutama bagi mereka yang sebelumnya mungkin merasa terbebani oleh biaya yang harus dibayar sekaligus (Keller, 2016).

Dalam pengamatan yang dilakukan pada 25 santri PP. Darul Ulum Al-Fadholi jenjang S1-S3, menunjukkan bahwa keputusan santri memilih pondok pesantren ini berdasarkan keputusan santri atau keputusan orang tua sebagai tempat menimba ilmu agama adalah dikarenakan pengaruh beberapa faktor yang saling terkait, diantaranya strategi promosi, Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi memanfaatkan beberapa elemen untuk strategi promosi mereka seperti melalui media sosial, brosur dan lain-lain. Sebagian besar santri tertarik untuk mendaftar karena informasi yang mereka terima melalui saluran promosi ini, yang kedua yakni sarana prasarana, ketersediaan fasilitas yang memadai, menjadi faktor penting dalam keputusan pendaftaran, mereka memilih pondok pesantren ini dikarenakan menganggap fasilitas yang tersedia sebagai bukti fisik dari kualitas pendidikan yang ditawarkan, dan yang ketiga yaitu kemudahan

pembayaran, keberadaan berbagai opsi pembayaran, seperti cicilan atau pembayaran *online* juga mempengaruhi keputusan pendaftaran. Sebagian besar santri menganggap bahwa kemudahan pembayaran sebagai faktor yang membantu dalam mengatur biaya pendidikan tanpa merasa terbebani.

Penelitian terkait pengaruh strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran terhadap keputusan pendaftaran santri telah dilakukan oleh Laily (2023) yang menunjukkan bahwa citra lembaga madrasah dan strategi promosi pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah. Setiawan (2024) menunjukkan bahwa kualitas sarana dan prasarana memberikan dampak positif dan signifikan terhadap citra lembaga. Hal ini tercermin dari persepsi baik peserta didik maupun pendidik dan tenaga kependidikan (PTK). Secara keseluruhan, semakin baik kondisi sarana dan prasarana yang tersedia, maka semakin baik pula citra lembaga di mata para responden. Selanjutnya penelitian Fatmawati & Aini (2024) menunjukkan kemudahan pembayaran, transparansi, dan kepercayaan secara individu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat. Berdasarkan paparan penelitian terdahulu menunjukkan belum ada studi yang mengukur keputusan pendaftaran santri baru melalui strategi promosi, sarana prasarana dan kemudahan pembayaran. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi dengan judul **“Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi?
2. Bagaimana pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi?
3. Bagaimana pengaruh sarana prasarana terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan pembayaran terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut: ★★★★★★

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel strategi promosi terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.

3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel sarana prasarana terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel kemudahan pembayaran terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi pondok pesantren
 - a. Memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pendaftaran santri baru, sehingga pihak pesantren dapat merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam meningkatkan jumlah pendaftar.
 - b. Menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi promosi yang lebih tepat dan sarana prasarana yang mendukung kebutuhan santri.
 - c. Memberikan masukan mengenai kemudahan pembayaran yang dapat diterapkan untuk menarik lebih banyak calon santri.
2. Bagi santri
 - a. Memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan santri dalam memilih pondok pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.
 - b. Membantu santri dalam memperoleh informasi lebih jelas mengenai layanan, fasilitas, dan kemudahan pembayaran yang disediakan oleh ponpes.

- c. Membantu santri dalam memilih tempat pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik dari segi pendidikan maupun kenyamanan.

3. Bagi wali santri

- a. Memberikan wawasan kepada wali santri mengenai pengaruh strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran dalam keputusan mereka memilih pondok pesantren.
- b. Membantu wali santri dalam membuat keputusan yang lebih tepat dalam memilih ponpes yang mendukung perkembangan pendidikan anak.

4. Bagi peneliti

- a. Memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengembangkan keterampilan dan metodologi penelitian, khususnya dalam bidang pemasaran, pendidikan, dan perilaku konsumen.
- b. Memberikan wawasan lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua dan calon santri dalam memilih pondok pesantren.
- c. Menjadi kontribusi penting dalam pengembangan teori praktik promosi di lembaga pendidikan Islam

5. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Menjadi referensi yang berguna untuk penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pendaftaran santri.
- b. Membuka ruang untuk eksplorasi lebih dalam terhadap program-program unggulan pondok pesantren atau dampak sosial pendidikan.

- c. Memungkinkan peneliti selanjutnya untuk mengadaptasi metodologi penelitian untuk konteks ponpes lainnya atau lembaga pendidikan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu sumber acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian ini, guna memperkaya teori yang digunakan dalam menganalisis penelitian yang dilakukan. Meskipun penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang identik dengan penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu dipilih sebagai referensi untuk memperkaya bahan kajian. Berikut ini adalah beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran terhadap keputusan pendaftaran santri baru di PP. Darul Ulum Al-Fadholi.

Penelitian Triyoga (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Mahasiswa memilih STIKES RS BAPTIS Kediri”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan RS Baptis Kediri. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, dengan variabel produk memiliki pengaruh paling dominan.

Penelitian Prastika, et al., (2020) dengan judul “Pengaruh Sarana Prasarana, Biaya, dan Lokasi Sekolah dalam Menentukan Pilihan Rasional Orang Tua untuk Anak”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendasari keputusan orang tua dalam memilih sekolah dasar untuk

anaknya, yaitu fasilitas sekolah, biaya sekolah, dan lokasi sekolah. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini adalah orang tua siswa yang memiliki anak usia 7-13 tahun yang bersekolah di SD. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik survei dengan menyebarkan kuesioner, dengan jumlah sampel 52 responden. Analisis data menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor fasilitas sekolah atau sarana prasarana, biaya sekolah dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah dasar.

Penelitian Fadli & Ahmad (2020) dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Pendidikan dalam Memilih Sekolah pada SMK Swasta Teladan Sumut I”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan memilih sekolah. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Populasi penelitian ini adalah karyawan SMK swasta teladan Sumut I yang berjumlah 96 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah, baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian Chotimah & Husnul (2021) dengan judul “Pengaruh Manajemen Sarana Prasarana dan Kompetensi Profesionalitas Guru terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru MTsN 8 Jombang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen sarana dan kompetensi profesionalitas guru terhadap penerimaan siswa baru. Metode penelitian menggunakan

pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksperimental. Populasi penelitian ini adalah siswa yang diterima di MTsN 8 Jombang tahun ajaran 2019-2020, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen sarana dan prasarana serta kompetensi profesional guru berpengaruh signifikan terhadap penerimaan siswa baru, baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian Benazir et al., (2022) dengan judul “Strategi Promosi dalam Program Penerimaan Murid Baru di Masa Covid-19”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan strategi pemasaran dan promosi dalam penerimaan siswa baru di lembaga pendidikan usia dini (PAUD) dan taman bermain di Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan selama pandemi Covid-19, serta langkah-langkah yang harus dipersiapkan agar strategi tersebut berhasil menarik calon siswa baru. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan fokus pada penguatan strategi pemasaran melalui analisis SWOT, serta pendekatan sosiologis dan ekonomis untuk memahami perilaku dan kemampuan ekonomi masyarakat sebagai konsumen. Populasi penelitian adalah lembaga pendidikan usia dini dan taman bermain di wilayah Kec. Pamulang yang mengalami persaingan ketat dan penurunan pendaftaran siswa baru akibat pembatasan promosi tatap muka selama pandemi. Hasil penelitian diharapkan dapat menemukan pembaharuan strategi promosi yang efektif dan adaptif dalam kondisi pandemi, serta menjadi rujukan bagi lembaga pendidikan dalam menghadapi tantangan pemasaran dimasa depan.

Penelitian Saputri & Anggun (2022) dengan judul “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Kepercayaan Santri dalam Menggunakan Layanan Pembayaran Non-Tunai”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor keamanan, kemudahan dan manfaat terhadap kepercayaan santri dalam menggunakan layanan pembayaran non tunai di Pondok Pesantren Al-Hidayah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi pada penelitian ini sejumlah 252 santri Pondok Pesantren Al-Hidayah yang berada di Desa Karangsuci, Kec. Purwokerto Utara, Kab. Banyumas. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan, dan manfaat masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan santri dalam menggunakan sistem pembayaran non tunai.

Penelitian Anwar, et al., (2023) dengan judul “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Santri di Pondok Pesantren Modern Al-Furqon Prabumulih dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Modern Al-Furqon Prabumulih dalam meningkatkan jumlah santri dan untuk mengevaluasi kesesuaian strategi promosi tersebut dengan perspektif ekonomi Islam. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini terdiri dari pimpinan ponpes, HUMAS, PAPENSIRU (Panitia Penerimaan Santri Baru), santri, dan wali santri dengan jumlah populasi 232 dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan di Pondok Pesantren Modern Al-Firqon Prabumulih, yang mencakup bauran promosi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan pemasaran langsung sudah efektif, meskipun promosi hubungan masyarakat kurang efektif. Dalam perspektif ekonomi Islam, karakteristik syariah marketing di pondok pesantren ini sudah dengan prinsip syariah, seperti ketepatan waktu, etika, kejujuran, dan pelayanan yang humanistik.

Penelitian Baru et al., (2024) dengan judul “Strategi Promosi dalam Merekrut Peserta Didik di SMP Al-Huda Jatiagung Lampung Selatan”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang diterapkan oleh SMP Al-Huda Jatiagung dalam merekrut calon peserta didik, khususnya dalam konteks menurunnya jumlah pendaftar setiap tahun. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Populasi penelitian terdiri dari kegiatan promosi SMP Al-Huda Jatiagung yang melibatkan penggunaan berbagai metode bauran promosi, yakni periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran promosi belum optimal, ditandai dengan penurunan jumlah peserta didik, meskipun periklanan melalui media online seperti whatsapp, instagram dll. menjadi strategi yang paling sering digunakan.

Penelitian Azah & Nurul (2024) dengan judul “Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Pembayaran SPP terhadap Keputusan Santri dalam menggunakan Pembayaran Digital (studi pada Pondok Pesantren Dukuh

Waluh Purwokerto)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap keputusan santri dalam menggunakan layanan pembayaran digital Si-Pontren di Pondok Pesantren Darussalam Dukuh Waluh Purwokerto. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner secara daring melalui *google form* kepada 67 responden yang merupakan santri aktif di pesantren tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan Si-Pontren, sedangkan keamanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Secara keseluruhan, ketiga variabel independen tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan santri dalam menggunakan layanan pembayaran digital.

Penelitian Darmawan et al., (2024) dengan judul “Pengaruh Sistem *Cashless Payment* sebagai Sarana Transaksi Utama di Pondok Modern Tazakka”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi santri dan alumni Pondok Modern Tazakka terhadap penerapan sistem *cashless payment* dalam kegiatan transaksi harian di lingkungan pondok. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan data primer diperoleh melalui wawancara terhadap santri dan alumni. Populasi dalam penelitian ini adalah santri dan alumni Pondok Modern Tazakka, dengan teknik pengambilan sampel secara *purposive*. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sesuai dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa sistem *cashless payment* diterima dengan positif oleh santri dan alumni, karena dinilai mempermudah transaksi harian, mengurangi resiko kehilangan uang, dan sekaligus mengenalkan santri pada dunia digitalisasi.

Tabel 2. 1 Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, dan Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1.	Triyoga (2020) Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Mahasiswa memilih STIKES RS BAPTIS Kediri	X1: Strategi Bauran Pemasaran Y: Keputusan Mahasiswa	Kuantitatif, regresi berganda	Strategi pemasaran yang diterapkan terbukti memengaruhi secara signifikan keputusan mahasiswa dalam memilih kampus, dengan faktor produk menjadi yang paling dominan	Persamaan: - Strategi promosi atau pemasaran berpengaruh terhadap keputusan memilih lembaga pendidikan - Menggunakan pendekatan kuantitatif Perbedaan: - Objek penelitian - Fokus kajian pada seluruh unsur bauran pemasaran
2.	Prastika et al., (2020) Pengaruh Sarana Prasarana, Biaya, Dan Lokasi Sekolah Dalam Menentukan Pilihan Rasional Orang Tua Memilih Sekolah Untuk Anak	X1: Sarana Prasarana X2: Biaya X3: Lokasi Y: Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah	Kuantitatif, regresi linier berganda	Sarana, biaya pendidikan, dan lokasi sekolah memiliki pengaruh nyata terhadap pilihan orang tua dalam menentukan sekolah bagi anaknya	Persamaan: - Sarana prasarana dan lokasi berkontribusi pada pengambilan keputusan pendidikan - Pendekatan penelitian kuantitatif Perbedaan: - Objek penelitian - Fokus pada keputusan yang dibuat oleh orang tua
3.	Fadli & Ahmad (2020) Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Sekolah pada	X1: Lokasi X2: Fasilitas Pendidikan Y: Keputusan Memilih Sekolah	Kuantitatif, regresi linier berganda	Fasilitas dan lokasi sekolah berpengaruh besar terhadap preferensi sekolah yang dipilih	Persamaan: - Fasilitas dan lokasi menjadi faktor penting dalam memilih lembaga pendidikan

	SMK Swasta Teladan Sumut 1				- Menggunakan metode kuantitatif - Perbedaan: - Subjek penelitian adalah SMK swasta - Responden penelitian merupakan karyawan sekolah
4.	Chotimah & Husnul (2021) Pengaruh Manajemen Sarana Prasarana Dan Kompetensi Profesionalitas Guru Terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru Mtsn 8 Jombang	X1: Manajemen Sarana Prasarana X2: Kompetensi Profesionalitas Guru Y: Penerimaan Peserta Didik Baru	Kuantitatif, regresi linier berganda	Pengelolaan sarana dan keahlian guru berkontribusi signifikan terhadap penerimaan siswa baru	Persamaan: - Sarana prasarana menjadi faktor yang memengaruhi penerimaan siswa - Menggunakan analisis kuantitatif Perbedaan: - Variabel kompetensi guru juga diteliti - Objek penelitian
5.	Benazir et al., (2022) Strategi Promosi Dalam Program Penerimaan Murid Baru Di Masa Covid-19	X1: Strategi Promosi (adaptif di masa Covid-19) Y: Penerimaan Murid Baru	Kualitatif (SWOT, sosio-ekonomis)	Perlu adanya penyesuaian strategi promosi yang responsif terhadap kondisi pandemi	Persamaan: - Strategi promosi dikaitkan dengan penerimaan siswa baru Perbedaan: - Fokus pada masa pandemi Covid-19 - Penelitian dilakukan di lembaga PAUD - Analisis memperhatikan aspek sosial ekonomi dan SWOT
6.	Saputri & Anggun (2022) Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Kepercayaan Santri dalam Menggunakan Layanan	X1: Keamanan X2: Kemudahan X3: Manfaat Y: Kepercayaan Santri dalam Menggunakan Layanan Pembayaran Non-Tunai	Kuantitatif, regresi linier berganda	Keamanan, kemudahan, dan manfaat berpengaruh positif terhadap kepercayaan santri dalam menggunakan sistem pembayaran non-tunai	Persamaan: - Sama-sama meneliti pengaruh kemudahan dalam sistem pembayaran. - Fokus pada konteks pondok pesantren. Perbedaan:

	Pembayaran Non-Tunai				- Penelitian ini fokus pada kepercayaan terhadap sistem, bukan keputusan pendaftaran. - Tidak mencakup variabel strategi promosi dan sarana prasarana
7.	Anwar et al., (2023) Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Modern Al-Furqon Prabumulih Dalam Prespektif Ekonomi Islam	X1: Bauran Promosi Y: Jumlah Santri	Kualitatif deskriptif	Bauran promosi seperti iklan dan <i>personal selling</i> dinilai cukup efektif, sesuai prinsip syariah, namun hubungan masyarakat kurang maksimal	Persamaan: - Strategi promosi berdampak terhadap minat santri mendaftar Perbedaan: - Objek pondok pesantren berbeda - Penelitian dilakukan dari sudut pandang ekonomi Islam - Pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif
8.	Baru et al., (2024) Strategi Promosi dalam Merekrut Peserta Didik Baru Di SMP Al-Huda Jatiagung Lampung Selatan	X1: Strategi Promosi Y: Penerimaan Peserta Didik Baru	Kualitatif deskriptif	Strategi promosi yang dilakukan belum optimal, meskipun promosi <i>online</i> menjadi yang paling sering digunakan	Persamaan: - Strategi promosi dikaji dalam kaitannya dengan pendaftaran peserta didik Perbedaan: - Subjek penelitian adalah SMP - Pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif
9.	Azah & Nurul (2024) Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan pembayaran SPP terhadap Keputusan Santri dalam Menggunakan Pembayaran Digital	X1: Keamanan X2: Kepercayaan X3: Kemudahan Pembayaran Y: Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital	Kuantitatif, regresi linier berganda	Kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Si-Pontren. Keamanan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan	Persamaan: - Sama-sama mengkaji kemudahan pembayaran sebagai salah satu variabel independen. Perbedaan: - Menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi. - Fokus pada keputusan penggunaan

					pembayaran digital, bukan keputusan pendaftaran santri baru. - Objek penelitian
10.	Darmawan et al., (2024) Pengaruh Sistem <i>Cashless Payment</i> Sebagai Sarana Transaksi Utama Di Pondok Modern Tazakka	X1: Sistem <i>Cashless Payment</i> Y: Penerimaan Sistem Pembayaran Digital di Pesantren	Kualitatif deskriptif	Sistem pembayaran digital (<i>cashless</i>) diterima secara positif karena mempermudah transaksi dan memperkenalkan digitalisasi	Persamaan: - Sama-sama membahas sistem pembayaran digital dalam konteks pesantren Perbedaan: - Fokus pada pengalaman dan persepsi pengguna, bukan pada keputusan pendaftaran - Objek penelitian - Pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Keputusan Pendaftaran Santri Baru

a) Pengertian Penerimaan Santri Baru

Menurut Anwar (2018) dalam konteks bahasa modern, istilah “santri” memiliki dua pengertian, yakni secara sempit dan luas. Dalam pengertian sempit santri merujuk pada seorang siswa di pesantren agama. Sementara dalam pengertian luas, sebagaimana dijelaskan Clifford Geertz dan dikutip oleh Ali Anwar, santri mengacu pada masyarakat Jawa yang menjalankan ajaran Islam secara serius, rajin berdoa, rutin pergi ke masjid, dan selalu berusaha menjalankan ajaran agama dengan penuh kesungguhan. Penerimaan santri baru (PSB) adalah suatu proses administratif yang dilakukan untuk seleksi calon santri yang akan diterima.

Sedangkan menurut Hanif (2022) penerimaan santri baru adalah sebuah prosedur administratif untuk menyeleksi calon santri yang baru.

Menurut Suleman, et al., (2022) penerimaan santri baru adalah suatu proses yang dilakukan setiap tahun untuk memilih calon santri yang akan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Sedangkan menurut Wiyono, et al., (2023) penerimaan santri baru merupakan tahap seleksi dan administrasi bagi calon santri yang ingin menjadi bagian dari pondok pesantren, proses ini mencakup pengumuman, pendaftaran, ujian, wawancara, pengumuman hasil, dan pembayaran. Berdasarkan uraian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa penerimaan santri baru adalah penerimaan santri baru (PSB) adalah proses seleksi dan administrasi yang dilakukan setiap tahun untuk memilih calon santri yang akan bergabung dengan pondok pesantren, dengan tahapan yang mencakup pengumuman, pendaftaran, ujian, wawancara, pengumuman hasil, dan pembayaran.

b) Tahapan Proses Penerimaan Santri Baru

Proses penerimaan santri baru terdiri dari serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh panitia sesuai dengan rencana yang telah disusun. Menurut Abidah & Syahwanatul (2022) beberapa tahapan dalam proses penerimaan santri baru antara lain:

- a. Pendaftaran (mengisi formulir)
Pemberian formulir kepada calon santri yang harus diisi dengan informasi pribadi, seperti nama, alamat, pendidikan sebelumnya, pekerjaan orang tua, dll.
- b. Tes seleksi
Setelah mengisi formulir, calon santri harus mengikuti tes seleksi yang mencakup ujian bacaan Al-Quran, bacaan sholat, dan hafalan surat-surat pendek.
- c. Administrasi pembayaran
Santri yang lulus tes seleksi akan diminta untuk menyelesaikan administrasi pembayaran. Yang bertujuan untuk memastikan bahwa calon santri terdaftar secara resmi.

- d. Pendaftaran ulang
Setelah menyelesaikan pembayaran, calon santri diwajibkan untuk melakukan pendaftaran ulang. Hal ini diperlukan agar data santri yang sudah lulus dapat diproses lebih lanjut.
- e. Pengelompokan santri
Panitia akan mengelompokkan santri berdasarkan beberapa kriteria untuk menentukan kelas dan kamar yang akan ditempati.
- f. Orientasi santri
Kegiatan pengenalan lingkungan pondok pesantren yang dilakukan pada awal tahun ajaran untuk menyambut kedatangan santri baru.

c) Metode Pendaftaran Santri Baru

Dalam proses penerimaan santri baru, metode pendaftaran yang diterapkan bervariasi, tergantung pada kebijakan masing-masing pondok pesantren.

Menurut Bismi, et al., (2020) metode penerimaan santri baru dibagi menjadi 2, yaitu :

1. Pendaftaran *offline*
Calon santri harus datang langsung ke pondok pesantren untuk mengisi formulir pendaftaran, menyerahkan dokumen fisik, dan menjalani prosedur lainnya secara tatap muka.
2. Pendaftaran *online (website)*
Calon santri tidak diharuskan untuk datang langsung ke pondok pesantren, sehingga untuk pengisian formulir, pengunggahan dokumen, dan pembayaran biaya pendaftaran bisa dilakukan melalui *website* yang telah disediakan pondok pesantren.

d) Indikator Keputusan Pendaftaran

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada teori pengambilan keputusan konsumen yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2017). Teori tersebut dipandang relevan karena memuat tahapan dan indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis proses keputusan pembelian. Ketika dikaitkan dengan konteks peserta didik dalam memilih lembaga pendidikan, proses pengambilan keputusan yang mereka lakukan sejalan dengan model pengambilan keputusan pembelian. Tahapan tersebut antara lain:

1. Identifikasi Masalah atau Kebutuhan
Langkah pertama terjadi ketika individu menyadari adanya perbedaan antara kondisi yang sedang dialami dan kondisi yang diinginkan. Kesadaran ini bisa dipicu oleh faktor internal maupun pengaruh eksternal.
2. Pencarian Informasi
Setelah munculnya kebutuhan, individu terdorong untuk mencari informasi lebih banyak sebagai bahan pertimbangan. Informasi ini bisa diperoleh dari berbagai sumber, seperti pengalaman orang lain atau media.
3. Evaluasi Berbagai Alternatif
Tahapan ini mencakup penilaian atas berbagai pilihan yang tersedia. Individu membandingkan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing alternatif untuk menentukan mana yang paling sesuai dengan kebutuhannya.
4. Pengambilan Keputusan
Individu memutuskan untuk memilih salah satu opsi. Pilihan ini dipengaruhi oleh persepsi, preferensi pribadi, serta tingkat kepercayaan terhadap informasi yang diterima.
5. Tindak Lanjut Pasca Keputusan
Setelah keputusan diambil dan tindakan dilakukan, individu akan merefleksikan kepuasan atas pilihannya. Jika merasa puas, maka keputusan tersebut cenderung akan diulang. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan perubahan sikap terhadap pilihan sebelumnya.

2.2.2 Strategi Promosi

a) Pengertian Strategi Promosi

Menurut Zebua, et al., (2022) strategi adalah proses penentuan rencana yang dibuat oleh pimpinan yang berfokus pada tujuan jangka panjang suatu organisasi. Dalam konteks organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peran yang sangat penting dalam meraih tujuan, karena strategi memberikan petunjuk arah tindakan dan langkah-langkah yang perlu diambil, sedangkan menurut Kotler & Armstrong (2016) promosi merupakan elemen utama dalam pemasaran yang mencakup berbagai alat promosi yang dirancang untuk mempengaruhi dan mendorong pembelian dalam jangka pendek, serta meningkatkan volume pembelian yang besar oleh konsumen.

Menurut Rigitta & Maulana (2023) strategi promosi adalah serangkaian kegiatan untuk mempengaruhi dan mendorong konsumen

agar tertarik membeli produk perusahaan, dengan harapan dapat mencapai tujuan peningkatan penjualan. Sedangkan menurut Martowinangun, et al., (2019) serangkaian yang direncanakan dengan memanfaatkan berbagai elemen promosi sebagai sarana untuk menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen agar membeli produk dan merk perusahaan, sehingga tujuan untuk mengingatkan penjualan dapat tercapai. Dari uraian mengenai definisi strategi promosi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi promosi adalah serangkaian langkah yang direncanakan dengan menggunakan alat promosi untuk mempengaruhi, meyakinkan, dan mendorong konsumen agar membeli produk atau merk perusahaan, dengan tujuan mencapai peningkatan penjualan dalam jangka pendek dan mencapai target perusahaan.

b) Bauran Promosi

Menurut Martowinangun, et al., (2019) bauran promosi terdiri dari empat elemen utama:

1. *Advertising* (periklanan): merupakan bentuk promosi non pribadi yang disponsori untuk memperkenalkan ide, produk atau layanan kepada publik. David Wijaya menyebutkan bahwa periklanan dalam konteks jasa pendidikan bertujuan untuk menginformasikan, mengedukasi, atau membujuk pasar sasaran. Contoh periklanan termasuk media massa radio, brosur, spanduk dan baliho. Periklanan pada dasarnya bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap produk atau jasa yang di promosikan.
2. *Personal selling* (penjualan pribadi): adalah bentuk yang dilakukan melalui presentasi lisan atau percakapan langsung dengan calon pembeli untuk menciptakan hubungan yang lebih personal. Dalam lembaga pendidikan pendekatan ini penting untuk memberikan pelayanan terbaik kepada calon konsumen.
3. *Sales promotion* (promosi penjualan): adalah upaya persuasif jangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian segera dalam meningkatkan volume produk yang dibeli. Bentuk-bentuk promosi penjualan bisa meliputi diskon, demonstrasi produk dan kupon.
4. *Public relations* (hubungan masyarakat): David Wijaya menyatakan bahwa hubungan masyarakat bertujuan untuk membangun citra positif dan mempengaruhi persepsi serta sikap publik terhadap produk atau layanan misalnya siaran pers, *sponsorship* dan laman web.

c) Indikator Strategi Promosi

Adapun indikator strategi promosi menurut Kotler, et al., (2016) adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*advertising*)
Komunikasi berbayar yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi perilaku konsumen, yang disalurkan melalui berbagai media cetak, radio, televisi, dan internet.
2. Penjualan secara langsung (*personal selling*)
Interaksi secara langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk menjawab pertanyaan, menjelaskan produk atau layanan, serta mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Publisitas (*publicity*)
Upaya untuk memperoleh perhatian dan dukungan dari media, yang biasanya dilakukan melalui penulisan atau pengiriman artikel terkait produk, layanan, atau bisnis.
4. Promosi penjualan (*sales promotion*)
Penggunaan acara atau hadiah dalam jangka pendek untuk menarik minat pelanggan atau distributor agar segera melakukan pembelian atau memberikan respon.
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)
Proses komunikasi langsung dengan pelanggan atau perusahaan melalui berbagai saluran untuk menyampaikan pesan penawaran secara personal.

2.2.3 Sarana Prasarana

a) Pengertian Sarana Prasarana

Menurut Putra & Syaifuddin, (2024) sarana adalah berbagai peralatan yang secara langsung digunakan untuk mencapai tujuan, seperti tempat tidur, toilet, tempat sampah, dll. Sementara itu prasarana merujuk pada fasilitas yang mendukung secara tidak langsung untuk mencapai tujuan, seperti kondisi lingkungan sekitar, sedangkan menurut Albi (2019) menyatakan bahwa sarana pendidikan meliputi peralatan dan perlengkapan yang digunakan secara langsung untuk mendukung proses pendidikan, khususnya dalam kegiatan belajar mengajar, seperti gedung, ruang kelas, meja, kursi, serta alat dan media pembelajaran. Sementara itu prasarana pendidikan adalah fasilitas tidak langsung yang mendukung

kelancaran proses pendidikan atau pengajaran, seperti halaman, kebun, taman sekolah, dan jalan menuju sekolah. Menurut Winario, et al., (2023) sarana prasarana adalah segala hal yang menjadi pendukung keberhasilan suatu proses (usaha atau bangunan), sedangkan menurut Noven & Inayati (2023) sarana prasarana dalam pendidikan adalah serangkaian tahap pengelolaan yang meliputi perencanaan, pengadaan, inventarisasi, pemeliharaan, serta penghapusan, yang bertujuan untuk mendukung pelaksanaan pendidikan yang berkualitas.

Berdasarkan uraian menurut ahli tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa sarana prasarana pendidikan adalah segala peralatan dan fasilitas yang digunakan untuk mendukung proses pendidikan. Sarana mencakup peralatan langsung seperti gedung, ruang kelas, meja, kursi, dan alat pembelajaran lainnya, sementara prasarana mencakup fasilitas tidak langsung seperti halaman, kebun, jalan dll. Pengelolaan sarana prasarana ini meliputi perencanaan, pengadaan, inventarisasi, pemeliharaan, dan penghapusan untuk memastikan kelancaran dan kualitas pelaksanaan pendidikan.

b) Fungsi Sarana Prasarana

Sarana prasarana pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung kelancaran dan keberhasilan proses pembelajaran.

Menurut Matin dan Nurhatti (2016) sarana dan prasarana pendidikan berfungsi sebagai berikut:

1. Mempermudah pemahaman siswa terhadap materi yang diajarkan.
2. Dapat membuat proses belajar mengajar menjadi lebih efektif dan efisien.
3. Meningkatkan kualitas pendidikan.
4. Meningkatkan keamanan dan kenyamanan.
5. Memfasilitasi kegiatan siswa dan guru.

c) Indikator Sarana Prasarana

Menurut Hartono, et al., (2020) indikator sarana prasarana pendidikan antara lain:

1. Kelengkapan
Kelengkapan sarana prasarana merujuk pada ketersediaan semua peralatan dan fasilitas yang diperlukan untuk mendukung suatu proses. Hal ini mencakup segala aspek yang diperlukan dalam kegiatan belajar mengajar, seperti ruang kelas, meja, kursi, alat pembelajaran dll.
2. Kondisi
Mengacu pada keadaan fisik dan fungsional dari fasilitas dan peralatan yang ada. Ini mencakup aspek kebersihan, kerusakan, serta kelayakan penggunaan sarana dan prasarana yang ada untuk memastikan bahwa semua fasilitas dapat berfungsi dengan optimal dan mendukung kegiatan pendidikan dengan baik.
3. Penggunaan sarana dan prasarana
Merujuk pada cara dan tujuan pemanfaatan fasilitas yang ada dalam proses pendidikan. Penggunaan yang tepat dan efisien dari sarana prasarana akan mendukung kelancaran proses pembelajaran, meningkatkan kenyamanan, serta mempercepat pencapaian tujuan pendidikan yang diinginkan.

2.2.4 Kemudahan Pembayaran

a) Pengertian Kemudahan Pembayaran

Menurut Jiang, et al., (2013) kemudahan transaksi yaitu segala yang mencakup berbagai aspek, seperti cara pembayaran, metode pembayaran, dan kelancaran dalam proses pembayaran. Sementara itu, menurut Febrianti & Elviana (2023) kemudahan pembayaran dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi informasi adalah suatu hal yang mudah dan tidak membutuhkan usaha

yang besar dari penggunaannya. Menurut Rachmawati & Widya (2022) persepsi kemudahan pembayaran adalah sesuatu yang merujuk pada keyakinan individu tentang sejauh mana mereka merasa mudah dalam menggunakan suatu teknologi. Sedangkan menurut Keller (2016) kemudahan pembayaran diartikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi dapat dilakukan tanpa memerlukan usaha yang besar.

Berdasarkan uraian tersebut, kemudahan pembayaran dapat diartikan sebagai sejauh mana individu merasa bahwa penggunaan teknologi dalam melakukan transaksi, termasuk cara dan metode pembayaran dapat dilakukan dengan mudah, lancar, dan tanpa memerlukan usaha yang besar. Hal ini mencakup keyakinan bahwa teknologi informasi dapat digunakan dengan efisien, tanpa hambatan yang signifikan, dan memberikan pengalaman yang menyederhanakan proses pembayaran bagi penggunaannya.

b) Manfaat Kemudahan Pembayaran Digital

Menurut Fatimah & Suib (2019) penerapan pembayaran digital di pesantren tidak hanya memudahkan proses administratif, tetapi juga membawa sejumlah keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Berikut adalah manfaat kemudahan pembayaran digital bagi beberapa pihak:

1. Bagi wali santri, aplikasi ini menawarkan kemudahan dalam melakukan pembayaran. Dimana mereka dapat melakukan top-up untuk biaya pondok secara praktis. Fitur top up juga berfungsi sebagai alternatif tabungan bagi santri, mempermudah keuangan mereka.

Selain itu, wali santri dapat memantau tunggakan SPP melalui aplikasi tanpa perlu datang langsung ke pondok, dan fleksibilitas top-up lebih dari satu kali memungkinkan saldo yang tersisa untuk digunakan kapan saja sebagai tabungan santri.

2. Bagi bendahara atau pengelola, penerapan teknologi ini memberikan kemudahan dalam memeriksa dan mengelola pembayaran. Proses pengecekan menjadi lebih efisien dan minim kesalahan berkat sistem digital. Notifikasi atau pesan yang dapat dikirimkan kepada wali santri turut membantu mengingatkan mereka mengenai pembayaran yang belum diselesaikan. Dengan menggunakan aplikasi ini, bendahara dapat dengan cepat memperoleh informasi tentang status pembayaran santri, yang meningkatkan efisiensi dan mengurangi ketergantungan pada proses manual. Penggunaan sistem digital juga menghemat waktu dan tenaga, sekaligus meningkatkan akurasi laporan keuangan, memberikan kenyamanan dan keamanan dalam pengelolaan keuangan pondok (Andriani, et al., 2022).

c) Indikator Kemudahan Pembayaran

Adapun menurut Azah & Nurul (2024) indikator kemudahan pembayaran diantaranya:

1. Kepercayaan dalam Pembayaran
Seorang mungkin memilih suatu produk atau layanan untuk tujuan yang berbeda-beda. Dalam hal ini, organisasi perlu fokus pada pihak yang melakukan pembayaran serta memahami preferensi mereka guna menumbuhkan kepercayaan dalam proses pembayaran tersebut.
2. Waktu Penggunaan
Waktu penggunaan suatu produk atau layanan dapat bervariasi antar individu. Misalnya, ada yang menggunakan secara rutin sebulan sekali, sewaktu-waktu, atau hanya setahun sekali.

3. Metode Pembayaran

Saat memutuskan untuk menggunakan produk atau layanan tertentu, pelanggan memiliki opsi dalam memilih metode pembayaran. Preferensi ini biasanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan, kondisi keluarga serta teknologi yang digunakan dalam proses transaksi.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Antara Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Proses keputusan pendaftaran santri baru di pondok pesantren dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang saling terkait, termasuk strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan dalam sistem pembayaran. Di tengah pesatnya perkembangan era digital dan aliran informasi yang cepat, ponpes dituntut untuk tidak hanya fokus pada kualitas pendidikan, tetapi juga merancang strategi promosi yang efektif, menyediakan fasilitas yang memadai, serta menawarkan kemudahan dalam pembayaran untuk menarik perhatian calon santri. Menurut Tjiptono, (2014) penerapan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dalam pemasaran jasa sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen, termasuk dalam konteks pendaftaran santri baru di pesantren. *Product* (Produk) merujuk pada layanan pendidikan yang ditawarkan pesantren, seperti kurikulum agama dan umum, kualitas pengajaran, serta pengalaman belajar yang diperoleh santri. *Price* (Harga) berkaitan dengan biaya pendidikan dan sistem pembayaran yang fleksibel, seperti cicilan atau diskon, yang memudahkan orang tua dalam membuat keputusan. *Place* (Tempat) mencakup fasilitas pesantren dan lokasi yang strategis, yang dapat mempengaruhi kenyamanan dan aksesibilitas bagi calon santri. *Promotion* (Promosi)

mencakup berbagai upaya untuk menarik perhatian calon santri dan orang tua melalui media sosial, brosur dll. Sehingga secara keseluruhan, penerapan 4P yang tepat dalam pendidikan pesantren dapat mempengaruhi keputusan pendaftaran dan membantu pesantren menarik lebih banyak pendaftar serta membangun reputasi yang baik di mata masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Prastika, et al., (2020) mengungkapkan adanya pengaruh signifikan antara faktor sarana prasarana, biaya, dan lokasi terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah bagi anaknya. Temuan ini diperkuat oleh Munawaroh & Inayatul, (2020) yang menunjukkan adanya pengaruh simultan antara promosi, kemudahan pembayaran, dan kepercayaan terhadap keputusan pendaftaran santri baru.

2.3.2 Hubungan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Menurut Kotler & Keller (2016) menyebutkan bahwa promosi adalah komponen penting dalam bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran konsumen, mengubah persepsi terhadap produk dan layanan, serta mendorong untuk bertindak seperti halnya melakukan pendaftaran. Oleh karena itu, strategi promosi yang tepat di pesantren dapat menyampaikan informasi yang jelas mengenai manfaat dan keunggulan pendidikan yang ditawarkan, sehingga dapat mempengaruhi keputusan calon santri untuk mendaftar. Teori ini sejalan dengan penelitian Anwar, et al., (2023) menyebutkan bahwa strategi promosi yang efektif, seperti penggunaan lima bauran promosi yang saling

mendukung, memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan pendaftaran santri baru. Promosi periklanan yang terjangkau dan dapat menjangkau masyarakat di daerah jauh membantu memperluas informasi mengenai pesantren, sementara promosi *personal selling* memungkinkan calon santri mendapatkan pemahaman langsung tentang keunggulan pesantren yang pada akhirnya mendorong calon santri untuk mendaftar.

Triyoga (2020) turut menegaskan, penggunaan strategi bauran pemasaran yang tepat dan terarah, yang mencakup berbagai metode komunikasi yang efektif, dapat memperluas jangkauan informasi tentang lembaga pendidikan. Dengan itu, lembaga pendidikan mampu menarik banyak calon mahasiswa, yang pada akhirnya berdampak langsung pada peningkatan jumlah pendaftaran mahasiswa baru. Penelitian Rahmawati, et al., (2024) juga menjelaskan bahwa kombinasi yang tepat antara berbagai metode promosi seperti periklanan yang terjangkau, *personal selling* yang komunikatif dapat memberikan dampak besar terhadap keputusan pendaftaran karena mereka merasa lebih terinformasi dan yakin dengan keunggulan yang ditawarkan. Selain itu, pengembangan strategi *digital marketing* yang lebih terintegrasi dan inovasi menjadi langkah strategis yang penting untuk memperkuat posisi pesantren dalam menghadapi persaingan pendidikan yang semakin ketat. Penelitian Pangestika, et al., (2024) menyebutkan bahwa strategi promosi yang efektif berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pendaftaran peserta didik baru, dengan pendekatan yang mencakup analisis pasar dan

pemilihan elemen-elemen mix pemasaran seperti produk, tempat, promosi, dan harga untuk menarik minat calon pendaftar.

2.3.3 Hubungan Sarana Prasarana terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Elemen fisik, seperti fasilitas dan sarana prasarana, memainkan peran penting dalam keputusan konsumen saat memilih produk dan layanan. Kualitas fisik yang baik dapat memperkuat citra positif suatu merk dan menarik perhatian calon konsumen. Oleh karena itu, fasilitas yang memadai, seperti ruang kelas yang nyaman, masjid, ruang tidur yang bersih dapat meningkatkan daya tarik pesantren bagi calon santri maupun wali santri, sehingga dapat mempengaruhi keputusan calon santri untuk mendaftar (Kotler & Armstrong, 2017).

Penelitian Fadli & Ahmad, (2020) menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas yang lengkap, seperti ruang kelas yang nyaman, serta beberapa fasilitas lain yang memadai dapat memberikan gambaran yang positif tentang kualitas sekolah dan menjadi pertimbangan utama orang tua dan calon siswa dalam menentukan pilihan pendidikan. Dengan demikian sarana prasarana yang baik tidak hanya meningkatkan kualitas pendidikan, tetapi juga menjadi daya tarik yang kuat bagi calon siswa dan orang tua dalam memilih sekolah yang tepat. Penelitian Chotimah & Husnul, (2021) menunjukkan bahwa manajemen sarana prasarana dan kompetensi profesional guru yang signifikan berpengaruh terhadap penerimaan siswa baru, dimana sekolah yang memiliki fasilitas yang memadai dan guru berkualitas cenderung lebih diminati oleh siswa.

2.3.4 Hubungan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

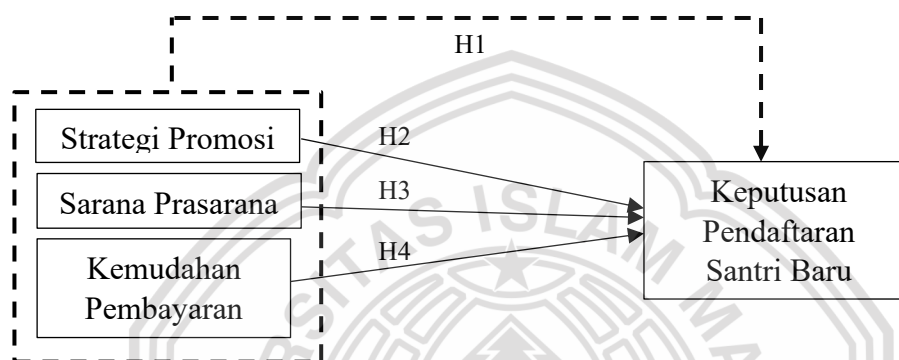
Kemudahan pembayaran sering kali dikaitkan dengan persepsi terhadap kepercayaan dan kualitas lembaga pendidikan. Dengan demikian, kemudahan pembayaran menjadi faktor yang mendukung dalam keputusan pendaftaran santri baru. Berdasarkan penelitian Azah & Nurul, (2024) mengungkapkan bahwa kemudahan pembayaran SPP melalui sistem pembayaran digital memiliki dampak besar terhadap keputusan pendaftaran santri. Mereka menyatakan bahwa kemudahan dalam melakukan pembayaran tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga memperkuat kepercayaan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan tertentu, sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan mereka untuk mendaftarkan anak-anak mereka.

Penelitian Aisa & Putri, (2024) menunjukkan pengaruh positif antara literasi keuangan, persepsi kemudahan pembayaran, dan keamanan dalam mempengaruhi keputusan pendaftaran santri. Pembayaran yang fleksibel, mudah, cepat, dan aman bagi orang tua, dapat meningkatkan keinginan mereka untuk mendaftarkan anak mereka dan tertarik untuk memilih pesantren tersebut.

2.4 Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2019) kerangka konseptual adalah hubungan dari landasan teori dan kajian empiris. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu untuk menguji hipotesis yang

telah ditetapkan. Dari penjelasan penelitian terdahulu dan juga landasan teori, maka dapat disusun sebuah kerangka konseptual. Variabel independen dalam hal ini adalah strategi promosi (X1), sarana prasarana (X2), dan kemudahan pembayaran (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pendaftaran santri baru (Y). Kerangka konseptual dalam penelitian ini disajikan pada gambar 2.1 berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

—→ : Pengaruh secara parsial
 - - - - - : Pengaruh secara simultan

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara untuk rumusan masalah penelitian, sehingga rumusan masalahnya biasanya disajikan dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan. Disebut sementara karena jawabannya masih didasarkan pada teori yang ada (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) H1: Strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pendaftaran santri baru

- 2) H2: Strategi promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru
- 3) H3: Sarana prasarana berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru
- 4) H4: Kemudahan pembayaran berpengaruh signifikan terhadap pendaftaran santri baru.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasari oleh filosofi positivme, yang menekankan pengumpulan data melalui pengukuran yang pasti dan teruji dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian, serta analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Metode pendekatan pada penelitian ini menggunakan *explanatory research*. Menurut Sugiyono (2019) *explanatory research* adalah metode yang bertujuan untuk menjelaskan posisi variabel-variabel yang diteliti serta hubungan atau pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi, pondok ini terletak pada Jl. Mertojoyo Blok S No.9, Kel. Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Pemilihan lokasi ini di dasarkan pada pertimbangan bahwa PP. Darul Ulum Al-Fadholi memiliki populasi calon santri yang berpotensi dipengaruhi oleh kebijakan dan fasilitas yang ada di pesantren. Dengan adanya kemudahan pembayaran dan berbagai fasilitas yang disediakan, pesantren ini relevan untuk

mengkaji pengaruh strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran terhadap keputusan pendaftaran calon santri baru.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah mulai dari bulan September 2024 sampai bulan Juli 2025.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan untuk dipelajari, kemudian hasilnya dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan (Ilman, 2023). Populasi dari penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi dengan total populasi sebanyak 85 santri. Adapun rincian pengelompokan santri yang digunakan sebagai subjek penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Rincian Pengelompokan Santri

No.	Tahun angkatan	Jumlah
1.	2022	34
2.	2023	21
3.	2024	30
Total		85

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel dimana seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan karena populasi terlalu kecil

dan peneliti ingin memperoleh hasil yang lebih akurat dengan tingkat kesalahan yang minimal. Ilman (2023) menyatakan bahwa jika jumlah subjek lebih dari 100, sampel dapat diambil sekitar 10-15% atau 15-25%, namun jika subjeknya kurang dari 100, maka populasi akan dijadikan sampel.

Pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadhli dengan keputusan memilih pesantren yang didasarkan oleh keinginan sendiri atau keinginan orang tua. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 85 santri. Pemilihan sampel ini didasarkan pada pertimbangan bahwa seluruh santri dalam populasi pernah mengalami atau berada pada fase sebagai santri baru, sehingga relevan untuk dijadikan responden dalam penelitian mengenai keputusan pendaftaran di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadhli.

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian merujuk pada atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian disimpulkan. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

- a) Variabel terikat, yang sering disebut *dependent variable*, kriteria atau konsekuen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat

yang digunakan adalah keputusan pendaftaran santri baru (Y) di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.

- b) Variabel bebas, yang juga dikenal sebagai *independent variable* adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah strategi promosi (X1), sarana prasarana (X2), dan kemudahan pembayaran (X3).

3.3.2 Operasional Variabel

a) Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Keputusan pendaftaran santri baru adalah proses seleksi dan administrasi yang dilakukan setiap tahun untuk memilih calon santri yang akan bergabung dengan pondok pesantren, dengan tahapan yang mencakup pengumuman, pendaftaran, ujian, wawancara, pengumuman hasil, dan pembayaran.

Indikator keputusan pendaftaran ini mengacu pada indikator keputusan pembelian. Beberapa indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2017) antara lain:

1. Identifikasi Masalah atau Kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Berbagai Alternatif
4. Pengambilan Keputusan
5. Tindak Lanjut Pasca Keputusan

b) Strategi Promosi

Strategi promosi adalah serangkaian langkah yang direncanakan dengan menggunakan alat promosi untuk mempengaruhi, meyakinkan, dan mendorong konsumen agar membeli produk atau merk perusahaan, dengan tujuan mencapai peningkatan penjualan dalam jangka pendek dan mencapai target perusahaan.

Indikator strategi promosi (Kotler et al., 2016), meliputi:

1. Periklanan (*advertising*)
2. Penjualan langsung (*personal selling*)
3. Publisitas (*publicity*)
4. Promosi penjualan (*sales promotion*)
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

c) Sarana Prasarana

Sarana prasarana pendidikan adalah segala peralatan dan fasilitas yang digunakan untuk mendukung proses pendidikan, dimana sarana mencakup peralatan langsung seperti gedung, ruang kelas, meja, kursi, dan alat pembelajaran lainnya, sementara prasarana mencakup fasilitas tidak langsung seperti halaman, kebun, jalan dll.

Indikator sarana prasarana (Hartono, et al., 2020) indikator sarana prasarana meliputi:

1. Kelengkapan
2. Kondisi
3. Penggunaan sarana dan prasarana

d) Kemudahan Pembayaran

Kemudahan pembayaran adalah sejauh mana individu merasa bahwa penggunaan teknologi dalam melakukan transaksi, termasuk cara dan metode pembayaran dapat dilakukan dengan mudah, lancar, dan tanpa memerlukan usaha yang besar.

Adapun menurut Azah & Nurul (2024) indikator kemudahan pembayaran diantaranya:

1. Kepercayaan dalam Pembayaran
2. Waktu Penggunaan
3. Metode Pembayaran

Tabel 3. 2 Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Keputusan Pendaftaran Santri Baru (Y) Kotler & Armstrong (2017)	1. Identifikasi Masalah atau Kebutuhan	1. Saya membutuhkan tempat belajar agama yang mampu meningkatkan pemahaman keislaman secara mendalam 2. Saya ingin belajar di lingkungan yang bisa membentuk akhlak dan kedisiplinan saya
	2. Pencarian Informasi	1. Saya mencari tahu tentang PP. Darul Ulum Al-Fadhli dari media sosial, internet atau brosur 2. Saya bertanya kepada orang lain (guru, teman, atau keluarga) untuk mengetahui lebih banyak tentang PP. Darul Ulum Al-Fadhli
	3. Evaluasi Berbagai Alternatif	1. Saya membandingkan PP. Darul Ulum Al-Fadhli dengan pesantren lain sebelum memutuskan mendaftar 2. Saya mempertimbangkan fasilitas, biaya, dan kenyamanan saat memilih pesantren
	4. Pengambilan Keputusan	1. Keputusan untuk mendaftar di PP. Darul Ulum Al-Fadhli dibuat karena dinilai sesuai dengan tujuan pendidikan pribadi 2. Saya yakin bahwa keputusan memilih PP. Darul Ulum Al-Fadhli adalah yang terbaik untuk saya
	5. Tindak Lanjut Pasca Keputusan	1. Saya merasa senang dan tidak menyesal telah memilih PP. Darul Ulum Al-Fadhli 2. Saya memberi rekomendasi kepada teman dan saudara untuk mempertimbangkan PP. Darul Ulum Al-Fadhli sebagai pilihan pesantren
Strategi Promosi (X1)	1. <i>Advertising</i> (periklanan)	1. Saya mudah menemukan iklan promosi pesantren diberbagai media 2. Saya melihat bahwa iklan ponpes sangat informatif dan menarik perhatian

Kotler, et al., (2016)	2. <i>Personal selling</i> (penjualan langsung)	1. Saya mengenal pesantren ini pada saat pesantren mengadakan promosi ke sekolah 2. Saat promosi pihak ponpes memberikan informasi yang jelas dan meyakinkan calon santri
	3. <i>Publicity</i> (publisitas)	1. Informasi mengenai ponpes banyak ditemukan di media massa dan sosial 2. Pemberitaan mengenai ponpes memberikan kesan positif, dan ketertarikan untuk mendaftar
	4. <i>Sales promotion</i> (promosi penjualan)	1. Saya merasa promosi yang diberikan ponpes sangat menarik 2. Promosi yang ditawarkan sangat menguntungkan bagi para santri
	5. <i>Direct marketing</i> (pemasaran langsung)	1. Pendekatan secara langsung dilakukan kepada calon santri melalui media komunikasi 2. Pemasaran secara langsung memudahkan calon santri memperoleh informasi yang dibutuhkan
Sarana Prasarana (X2) Hartono, et al., (2020)	1. Kelengkapan	1. Sarana dan prasarana yang tersedia di pesantren lengkap untuk menunjang kegiatan santri 2. Saya merasa fasilitas yang tersedia memadai untuk aktivitas sehari-hari
	2. Kondisi	1. Sarana dan prasarana di pesantren dalam kondisi baik dan terawat 2. Semua fasilitas selalu diperiksa secara rutin untuk memastikan kondisi yang aman dan nyaman
	3. Penggunaan sarana dan prasarana	1. Sarana dan prasarana yang tersedia mendukung kelancaran semua kegiatan santri dalam berbagai aspek kehidupan 2. Fasilitas yang disediakan sangat efisien dengan kebutuhan santri
Kemudahan Pembayaran (X3) Azah & Nurul (2024)	1. Keyakinan dalam Pembayaran	1. Sistem pembayaran di ponpes aman dan terpercaya 2. Saya tidak khawatir akan adanya kesalahan dalam proses pembayaran
	2. Waktu Pembayaran	1. Waktu pembayaran yang ditentukan cukup fleksibel 2. Tenggat waktu pembayaran cukup untuk menyelesaikan pembayaran
	3. Cara Pembayaran	1. Sistem pembayaran yang disediakan beragam dan memudahkan santri 2. Pembayaran dapat dilakukan melalui metode yang beragam (transfer, tunai, non tunai dan lainnya)

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data merujuk pada segala sesuatu yang dapat memberikan informasi terkait data tersebut. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama, yang dikumpulkan secara langsung tanpa melalui perantara. Untuk mengumpulkan data primer, peneliti harus memperoleh

informasi secara langsung melalui teknik observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner (Sugiyono, 2019) .

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dimana peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden atau objek penelitian. Metode survei ini melibatkan pengambilan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat utama mengumpulkan data (Ilman, 2023). Kuesioner disebarkan menggunakan *google form* kepada santri Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.

Pengumpulan data ini menggunakan skala likert, dimana skala likert adalah alat ukur yang digunakan dalam penelitian untuk menilai sikap dan pendapat. Dalam skala ini, responden diminta untuk mengisi kuesioner dengan menunjukkan sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju terhadap serangkaian pertanyaan yang diajukan (Sudarta, 2022).

Tabel 3. 3 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat setuju (SS)	Skor 5
Setuju (S)	Skor 4
Netral (N)	Skor 3
Tidak Setuju (TS)	Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Skor 1

Menurut Sugiyono (2017) dari penyebaran kuesioner tersebut, selanjutnya dicari rata-rata. Setelah dihitung, maka untuk mengkategorikan kecenderungan jawaban responden ke dalam skala dengan formulasi berikut:

Skor minimum: 1

Skor maksimum: 5

Lebar skala: 0,8

Tabel 3. 4 Tafsiran Nilai Rata-rata

Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik/sangat rendah
1,81 – 2,60	Tidak baik/rendah
2,61 – 3,40	Cukup/sedang
3,41 – 4,20	Baik/tinggi
4,21 – 5,00	Sangat baik/sangat tinggi

3.5 Metode Analisa Data

Analisis data adalah proses untuk mengorganisir dan menyusun secara sistematis hasil observasi, wawancara dan data lainnya, dengan tujuan untuk memperdalam pemahaman peneliti tentang permasalahan yang diteliti serta menyajikan temuan tersebut kepada pihak lain (Sugiyono, 2017).

3.5.1 Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) validitas mengukur tingkat kecocokan antara data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan untuk memastikan apakah data yang diperoleh setelah penelitian merupakan data yang benar, dengan menggunakan alat ukur yang diterapkan (seperti kuesioner).

Penelitian ini menggunakan dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji validitas, uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 26.0 dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan dianggap valid.
2. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan dianggap tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada instrumen penelitian digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian dapat dianggap reliabel atau tidak (Sugiyono, 2017). Dalam uji reliabilitas penelitian ini, digunakan metode *cronbach alpha*, yaitu metode untuk mengevaluasi reliabilitas yang membandingkan kovariansi antar item instrumen dengan varian total. Teknik menggunakan *cronbach alpha* dengan kriteria hasil pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach alpha* $> 0,6$ maka variabel tersebut dikatakan reliabel atau konsisten dalam pengukurannya.
2. Jika nilai *Cronbach alpha* $< 0,6$ maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel (Rosita, et al., 2021).

3.5.2 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2017) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Model regresi yang dianggap tidak baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Uji non parametik *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk memeriksa normalitas residual. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dianggap terdistribusi normal.

2. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2017).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian yang dilakukan untuk memastikan apakah dalam suatu model regresi terdapat hubungan atau kolinearitas antara variabel bebas. Hubungan yang dimaksud adalah hubungan linier antara satu variabel bebas atau independen dengan independen lainnya dalam model regresi. Suatu model regresi dapat dianggap bebas dari multikolinearitas jika nilai *tolerance* untuk variabel bebas lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2017).

b) Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2017) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidakseimbangan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Untuk menguji heteroskedastisitas digunakan uji *glejser*. Dalam uji heteroskedastisitas apabila nilai signifikan pada masing-masing variabel $> 0,05$ atau 5% maka variabel tersebut bebas dari heteroskedastisitas karena model regresi yang dianggap baik adalah model yang tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti ketika ingin memprediksi perubahan pada variabel dependen berdasarkan nilai dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor (Ghozali,

2017). Regresi ini berguna untuk mengetahui dampak beberapa variabel yang saling terikat dengan variabel yang sedang diuji. Hasil dari regresi linier berganda ini memberikan gambaran tentang hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pendaftaran santri baru, sementara variabel bebasnya adalah strategi promosi, sarana prasarana dan kemudahan pembayaran. Regresi ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pendaftaran Santri Baru

α = Nilai Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi

X1 = Strategi Promosi

X2 = Sarana Prasarana

X3 = Kemudahan Pembayaran

e = *Standar Error*

3.5.5 Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat, dilakukan uji F melalui program SPSS. Kriteria penyebab keputusan hipotesis:

1. Jika nilai $F < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

2. Jika nilai $F > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2017).

b. Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2017) uji t parsial adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Sedangkan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan uji t. Pengujian ini dilakukan dengan ketentuan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Purba, et al., 2021).

3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk menjelaskan seberapa besar proporsi variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Uji ini juga dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana garis regresi yang digunakan menggambarkan data dengan baik. Jika nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) mendekati angka satu (1), maka dapat disimpulkan bahwa variabel dependen dijelaskan dengan baik oleh variabel independennya. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) menjauhi angka

satu (1) atau mendekati angka nol (0), maka variabel independen kurang mampu menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2017).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian dan Deskripsi Variabel Penelitian

4.1.1 Profil PP. Darul Ulum Al-Fadholi



Sumber: alfadholi.id (2025)

Gambar 4. 1 Profil PP. Darul Ulum Al-Fadholi

Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi Malang yang bertempat di Jl. Mertojoyo Blok S No.09, Kel. Merjosari, Kec. Lowokwaru didirikan pada tanggal 14 Agustus 1988, yang bertepatan dengan 1 Muharram, oleh Almarhum KH. Rofi' Mahmud saat beliau masih berusia 21 tahun. Lembaga ini secara resmi diresmikan pada tahun 1991, ditandai dengan semangat kepemudaan yang kuat. Seiring dengan berkembangnya waktu, pada tanggal 31 Desember 1991, didirikan Yayasan Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi sebagai badan hukum yang menaungi berbagai kegiatan pesantren. Dalam perjalanannya, yayasan ini kemudian membentuk lembaga pendidikan formal seperti Kelompok Bermain (KB) dan Taman Kanak-Kanak (TK) Al-Fadholi, bekerja sama dengan Universitas Negeri Malang, selain itu di

pondok pesantren ini juga memiliki Madin (Madrasah Diniyah) dan RTQ (Raudloh Tarbiyatil Qur'an)

Pondok ini secara khusus diperuntukkan bagi mahasiswa dan mahasiswi yang sedang menempuh pendidikan tinggi, sehingga sistem pembelajarannya disesuaikan dengan aktivitas perkuliahan. Sistem pembelajaran di pondok ini dimulai pada waktu subuh dengan kajian kitab kuning secara terpadu (sentral), sedangkan bagi santri program tahfidz difokuskan pada kegiatan murojaah hafalan. Setelah itu, para santri melanjutkan aktivitas perkuliahan hingga menjelang maghrib. Usai salat Isya, kegiatan kembali dilanjutkan dengan kajian kitab kuning yang dilaksanakan secara klasikal sesuai kelas masing-masing. Model pembelajaran ini menciptakan keselarasan yang terpadu antara pendidikan tinggi dan penguatan nilai-nilai keislaman.

Fokus pendidikan di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi menitikberatkan pada pembinaan keislaman serta mendorong keterlibatan aktif santri dalam pengembangan karakter dan potensi diri, termasuk menjalin kemitraan dengan berbagai lembaga pendidikan. Guna memperluas penyebaran informasi dan menarik minat masyarakat, pesantren ini secara konsisten melakukan kegiatan promosi melalui berbagai media sosial, kunjungan ke sekolah serta rutin berpartisipasi dalam expo pesantren. Dari segi fasilitas, pondok ini dilengkapi dengan sarana yang memadai seperti asrama untuk santri putra dan putri, gedung aula, masjid, ruang kelas mengaji, koperasi, kantor pengurus, dapur yang bersih, area parkir yang luas, akses *Wi-Fi*, serta sistem pengawasan CCTV untuk menjamin kenyamanan dan

keamanan para santri. Di samping itu, guna memberikan kemudahan bagi santri maupun wali santri, Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi juga menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran, baik secara tunai, non-tunai (*e-money*), melalui transfer bank, maupun dengan skema cicilan.

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Penelitian ini melibatkan 85 responden yang terdiri dari santri putra dan putri Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Para responden berasal dari berbagai latar belakang, baik dari institusi pendidikan maupun wilayah asal, yang mencerminkan keberagaman pengalaman dan pandangan dalam menentukan pilihan untuk melanjutkan pendidikan di pesantren.

Seluruh responden merupakan individu yang telah mengikuti proses pendaftaran sebagai santri baru, sehingga memiliki pengalaman langsung dan pemahaman yang sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti, yaitu strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran.

Keanekaragaman karakteristik responden tersebut memberikan pandangan yang luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk mendaftar di pesantren. Baik responden dari kalangan santri putra maupun putri memberikan data yang seimbang, yang memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif terkait preferensi dari perilaku calon santri. Dengan menggunakan instrumen kuesioner yang telah disusun secara sistematis, penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh dari strategi promosi, kualitas sarana prasarana, dan kemudahan dalam sistem pembayaran terhadap keputusan pendaftaran. Temuan dari

penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pesantren dalam menyusun strategi yang lebih tepat guna menarik minat calon santri baru.

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada santri PP. Darul Ulum Al-Fadholi, maka dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	29	34,12 %
2.	Perempuan	56	65,88 %
Jumlah		85	100 %

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan keterangan hasil deskripsi karakteristik responden, dapat diketahui dari total 85 responden, santri perempuan merupakan mayoritas dengan jumlah 56 orang atau sebesar 65,88%. Sedangkan santri laki-laki berjumlah 29 orang atau sebesar 34,12%. Hal ini menunjukkan bahwa santri perempuan lebih banyak memilih untuk mendaftar di PP. Darul Ulum Al-Fadholi dibandingkan santri laki-laki.

b. Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Deskripsi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	18-22 Tahun	38	44,70 %
2.	23-27 Tahun	46	54,12 %
3.	28-32 Tahun	1	1,18 %
Jumlah		85	100 %

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa sebagian besar responden berusia 23-27 tahun yaitu sebanyak 46 orang (54,12%), disusul usia 18-22

tahun sebanyak 38 orang (44,70%). Sementara responden dengan usia 28-32 tahun hanya berjumlah 1 orang (1,18%). Usia dominan menunjukkan bahwa santri di PP. Darul Ulum Al-Fadhli cenderung pada usia mahasiswa/i semester akhir.

c. Responden Berdasarkan Asal Kampus

Karakteristik responden berdasarkan asal kampus disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Asal Kampus

No.	Asal Kampus	Jumlah	Persentase
1.	Universitas Islam Malang	48	56,47 %
2.	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	20	23,53 %
3.	Universitas Brawijaya	8	9,41 %
4.	Universitas Negeri Malang	8	9,41 %
5.	Politeknik Negeri Malang	1	1,18 %
Jumlah		85	100 %

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden terbanyak berasal dari Universitas Islam Malang sebanyak 48 orang (56,47%), disusul UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebanyak 20 orang (23,53%). Sedangkan sisanya berasal dari Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang masing-masing 8 orang (9,41%), serta Politeknik Negeri Malang sebanyak 1 orang (1,18%).

d. Responden Berdasarkan Metode Pembayaran

Berikut adalah deskripsi karakteristik responden berdasarkan metode pembayaran yang digunakan santri PP. Darul Ulum Al-Fadhli:

Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Metode Pembayaran

No.	Metode Pembayaran	Jumlah	Persentase
1.	Tunai	43	50,60
2.	Non Tunai (<i>e-money</i>)	10	11,76
3.	Transfer	32	37,64
4.	Cicilan	-	-
Jumlah		85	100 %

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa metode pembayaran tunai paling banyak digunakan oleh responden yaitu sebanyak 43 orang (50,60%), kemudian 32 responden (37,64%) memilih metode transfer, sisanya sebanyak 10 orang (11,76%) menggunakan pembayaran non tunai (*e-money*), dan sisanya tidak ditemukan responden yang menggunakan metode cicilan.

e. Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang Ponpes

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan sumber informasi santri PP. Darul Ulum Al-Fadholi dapat dilihat dari tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi

No.	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase
1.	Teman/Relasi	44	51,76
2.	Keluarga	10	11,76
3.	Brosur	1	1,18
4.	Media Sosial	29	34,12
5.	<i>Website</i> Resmi	1	1,18
Jumlah		85	100 %

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa mayoritas responden memperoleh informasi mengenai pondok pesantren dari teman atau relasi sejumlah 44 responden (51,76%), diikuti media sosial sejumlah 29 responden (34,12%). Sebagian kecil memperoleh informasi dari keluarga sejumlah 10 responden (11,76%), serta masing-masing 1 responden (1,18) dari brosur dan *website* resmi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut

dan media sosial berperan besar dalam menyebarkan informasi tentang PP.

Darul Ulum Al-Fadholi.

4.1.3 Distribusi Jawaban Responden

a. Variabel Keputusan Pendaftaran (Y)

Variabel keputusan pendaftaran (Y) ini diukur dengan 5 indikator (10 item), kemudian dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah responden untuk mengategorikan jawaban dari responden berdasarkan nilai rata-rata.

Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pendaftaran

No.	Pernyataan	Sebaran Jawaban Responden												Rata-rata
		5		4		3		2		1		Total		
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1.	Y.1	39	195	40	160	5	15	1	2	0	0	85	372	4,37
2.	Y.2	45	225	32	128	6	18	2	4	0	0	85	375	4,41
3.	Y.3	24	120	49	196	11	33	1	2	0	0	85	351	4,12
4.	Y.4	19	95	51	204	14	42	0	0	1	1	85	342	4,02
5.	Y.5	18	90	59	236	7	21	1	1	0	0	85	348	4,09
6.	Y.6	26	130	55	220	3	9	1	1	0	0	85	360	4,23
7.	Y.7	33	165	38	154	13	39	1	1	0	0	85	359	4,22
8.	Y.8	33	165	36	144	16	48	0	0	0	0	85	357	4,20
9.	Y.9	24	120	45	180	15	45	0	0	1	1	85	346	4,07
10.	Y.10	18	90	53	212	13	39	1	1	0	0	85	342	4,02
Total Rata-rata Keputusan Pendaftaran														4,17

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Keterangan:

- Y.1: Saya membutuhkan tempat belajar agama yang mampu meningkatkan pemahaman keislaman secara mendalam
- Y.2: Saya ingin belajar di lingkungan yang bisa membentuk akhlak dan kedisiplinan saya
- Y.3: Saya mencari tahu tentang PP. Darul Ulum Al-Fadholi dari media sosial, internet, atau brosur
- Y.4: Saya bertanya kepada orang lain (guru, teman, atau keluarga) untuk mengetahui lebih banyak tentang PP. Darul Ulum Al-Fadholi
- Y.5: Saya membandingkan PP. Darul Ulum Al-Fadholi dengan pesantren lain sebelum memutuskan mendaftar
- Y.6: Saya mempertimbangkan fasilitas, biaya, dan kenyamanan saat memilih pesantren
- Y.7: Keputusan untuk mendaftar di PP. Darul Ulum Al-Fadholi dibuat karena dinilai sesuai dengan tujuan pendidikan pribadi
- Y.8: Saya yakin bahwa keputusan memilih PP. Darul Ulum Al-Fadholi adalah yang terbaik untuk saya

Y.9: Saya merasa senang dan tidak menyesal telah memilih PP. Darul Ulum Al-Fadholi

Y.10: Saya memberi rekomendasi kepada teman dan saudara untuk mempertimbangkan PP. Darul Ulum Al-Fadholi sebagai pilihan pesantren

Hasil distribusi jawaban responden pada variabel keputusan pendaftaran memperlihatkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada kategori setuju hingga sangat setuju, dengan rata-rata keseluruhan sebesar 4,17 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju hingga sangat setuju terhadap item-item pernyataan yang diajukan. Berdasarkan analisis data, tiga pernyataan dengan rata-rata tertinggi adalah Y.2 dengan rata-rata 4,41, Y.1 dengan rata-rata 4,37, dan Y.6 dengan rata-rata 4,23. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan untuk mendaftar di pesantren didorong oleh kebutuhan akan pendidikan agama yang membentuk akhlak dan kedisiplinan, serta pertimbangan terhadap fasilitas, biaya, dan kenyamanan. Di samping itu, responden juga aktif melakukan pencarian informasi, baik melalui media sosial maupun dengan bertanya kepada orang terdekat, serta membandingkan pilihan sebelum membuat keputusan. Keyakinan atas pilihan yang diambil tercermin dari kepuasan dan kesiapan mereka untuk merekomendasikan pesantren kepada orang lain.

b. Variabel Strategi Promosi (X1)

Variabel strategi promosi (X1) ini diukur dengan 5 indikator (10 item), kemudian dijumlahkan dan dibagi jumlah responden untuk mengategorikan jawaban dari responden berdasarkan nilai rata-rata.

Tabel 4. 7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Strategi Promosi

No.	Pernyataan	Sebaran Jawaban Responden												Rata-rata
		5		4		3		2		1		Total		
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1.	X1.1	7	35	59	236	17	51	2	4	0	0	85	326	3,83
2.	X1.2	13	65	58	232	9	27	4	8	1	1	85	333	3,91
3.	X1.3	6	30	54	216	22	66	3	6	0	0	85	318	3,74
4.	X1.4	11	55	57	228	16	48	1	2	0	0	85	333	3,91
5.	X1.5	6	30	64	256	11	33	4	8	0	0	85	327	3,84
6.	X1.6	7	35	60	240	14	42	3	6	1	1	85	324	3,81
7.	X1.7	6	30	57	228	17	51	5	10	0	0	85	319	3,75
8.	X1.8	12	60	56	224	12	36	5	10	0	0	85	330	3,88
9.	X1.9	11	55	50	200	18	54	5	10	1	1	85	320	3,76
10.	X1.10	11	55	57	228	14	42	2	4	1	1	85	330	3,88
Total Rata-rata Strategi Promosi														3,83

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Keterangan:

X1.1: Saya mudah menemukan iklan promosi pesantren di berbagai media

X1.2: Saya melihat iklan ponpes sangat informatif dan menarik perhatian

X1.3: Saya mengenal pesantren ini pada saat pesantren mengadakan promosi ke sekolah

X1.4: Saat promosi pihak ponpes memberikan informasi yang jelas dan meyakinkan calon santri

X1.5: Informasi mengenai ponpes banyak ditemukan di media massa dan sosial

X1.6: Pemberitaan mengenai ponpes memberikan kesan positif dan ketertarikan untuk mendaftar

X1.7: Saya merasa promosi yang diberikan ponpes sangat menarik

X1.8: Promosi yang ditawarkan sangat menguntungkan bagi para santri

X1.9: Pendekatan secara langsung dilakukan kepada calon santri melalui media komunikasi

X1.10: Pemasaran secara langsung memudahkan calon santri memperoleh informasi yang dibutuhkan

Distribusi jawaban responden terhadap variabel strategi promosi menghasilkan rata-rata sebesar 3,83 yang berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju hingga sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan terkait strategi promosi yang dijalankan oleh Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Berdasarkan hasil analisis, tiga pernyataan dengan skor tertinggi yaitu: X1.2 dengan rata-rata 3,91, X1.4 dengan rata-rata 3,91, dan X1.10 dengan rata-rata 3,88. Ini mengindikasikan bahwa informasi promosi dianggap menarik dan mudah dipahami,

penyampiannya cukup jelas dan meyakinkan, serta calon santri merasa terbantu karena promosi langsung memudahkan akses terhadap informasi. Di samping itu, responden juga menyebutkan bahwa iklan pesantren mudah diakses melalui berbagai media, kegiatan promosi langsung ke sekolah memberikan pengenalan lebih dekat terhadap pesantren, dan pemberitaan melalui media menimbulkan kesan positif yang mendorong minat mendaftar. Secara keseluruhan, strategi promosi yang dilakukan dinilai sudah cukup menarik dan informatif bagi calon santri.

c. Variabel Sarana Prasarana (X2)

Variabel sarana prasarana (X2) ini diukur dengan 3 indikator (6 item), kemudian dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah responden untuk mengategorikan jawaban dari responden berdasarkan nilai rata-rata.

Tabel 4. 8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Sarana Prasarana

No.	Pernyataan	Sebaran Jawaban Responden												Rata-rata
		5		4		3		2		1		Total		
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1.	X2.1	24	120	54	216	6	18	0	0	1	1	85	355	4,17
2.	X2.2	28	140	48	192	6	18	2	4	1	1	85	355	4,17
3.	X2.3	23	115	53	212	7	21	1	2	1	1	85	351	4,12
4.	X2.4	20	100	53	212	8	24	3	6	1	1	85	343	4,03
5.	X2.5	29	145	46	184	8	24	2	4	0	0	85	357	4,20
6.	X2.6	29	145	49	196	6	18	1	2	0	0	85	361	4,24
Total Rata-rata Sarana Prasarana														4,15

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Keterangan:

X2.1: Sarana dan prasarana yang tersedia di pesantren lengkap untuk menunjang kegiatan santri

X2.2: Saya merasa fasilitas yang tersedia memadai untuk aktivitas sehari-hari

X2.3: Sarana dan prasarana di pesantren dalam kondisi baik dan terawat

X2.4: Semua fasilitas selalu diperiksa secara rutin untuk memastikan kondisi yang aman dan nyaman

X2.5: Sarana dan prasarana yang tersedia mendukung kelancaran semua kegiatan santri di berbagai aspek kehidupan

X2.6: Fasilitas yang disediakan sangat efisien dengan kebutuhan santri

Distribusi jawaban responden terhadap variabel sarana prasarana menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,15, yang dikategorikan baik. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian setuju hingga sangat setuju terhadap kondisi dan ketersediaan fasilitas yang dimiliki pondok pesantren. Tiga pernyataan dengan rata-rata tertinggi yaitu: X2.6 dengan rata-rata 4,24, X2.5 dengan rata-rata 4,20, serta X2.1 dengan rata-rata 4,17. Ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ada dinilai efisien dan relevan dengan kebutuhan santri, mendukung kelancaran berbagai aktivitas, serta memadai untuk menunjang kegiatan belajar dan kehidupan sehari-hari di pesantren. Selain itu, responden juga menilai bahwa kondisi sarana dan prasarana cukup baik, terawat, dan mendapatkan pemeliharaan secara rutin untuk menjamin kenyamanan dan keamanan para santri.

d. Variabel Kemudahan Pembayaran

Variabel kemudahan pembayaran (X3) ini diukur dengan 3 indikator (6 item), kemudian dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah responden untuk mengategorikan jawaban dari responden berdasarkan nilai rata-rata.

Tabel 4. 9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kemudahan Pembayaran

No.	Pernyataan	Sebaran Jawaban Responden												Rata-rata
		5		4		3		2		1		Total		
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1.	X3.1	31	155	49	196	5	15	0	0	0	0	85	366	4,30
2.	X3.2	26	130	51	204	8	24	0	0	0	0	85	358	4,21
3.	X3.3	25	125	55	220	5	15	0	0	0	0	85	360	4,23
4.	X3.4	23	115	51	204	9	27	1	2	1	1	85	349	4,10
5.	X3.5	26	130	55	220	3	9	1	2	0	0	85	361	4,24
6.	X3.6	40	200	43	172	1	3	1	2	0	0	85	377	4,43
Total Rata-rata Kemudahan Pembayaran														4,25

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Keterangan:

X3.1: Sistem pembayaran di ponpes aman dan terpercaya

X3.2: Saya tidak khawatir akan adanya kesalahan dalam proses pembayaran

X3.3: Waktu pembayaran yang ditentukan cukup fleksibel

- X3.4: Tenggat waktu pembayaran cukup untuk menyelesaikan pembayaran
X3.5: Sistem pembayaran yang disediakan beragam dan memudahkan santri
X3.6: Pembayaran dapat dilakukan melalui metode yang beragam (transfer, tunai, non tunai, dan lainnya)

Distribusi jawaban responden terhadap variabel kemudahan pembayaran menunjukkan rata-rata sebesar 4,25 yang berada pada kategori baik. Artinya, sebagian besar responden merasa setuju hingga sangat setuju bahwa sistem pembayaran di pondok pesantren memberikan kemudahan yang layak. Tiga pernyataan dengan rata-rata tertinggi adalah: X3.6 dengan rata-rata 4,43, X3.1 dengan rata-rata 4,30, dan X3.3 dengan rata-rata 4,23. Hasil ini menunjukkan bahwa metode pembayaran yang bervariasi (transfer, tunai, non-tunai), sistem pembayaran yang aman, serta fleksibilitas waktu pembayaran menjadi faktor penting dalam mendukung kenyamanan wali santri. Responden juga merasa tenang karena risiko kesalahan dalam pembayaran kecil, tenggat waktu yang diberikan cukup membantu, dan pilihan metode pembayaran yang tersedia mampu menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing wali santri.

4.1.4 Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas kuesioner untuk variabel Keputusan Pendaftaran (Y), Strategi Promosi (X1), Sarana Prasarana (X2), dan Kemudahan Pembayaran (X3) disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
	1	0.703	0,2133	VALID
	2	0.779	0,2133	VALID
	3	0.608	0,2133	VALID
	4	0.521	0,2133	VALID
	5	0.372	0,2133	VALID

Keputusan Pendaftaran (Y)	6	0.341	0,2133	VALID
	7	0.708	0,2133	VALID
	8	0.762	0,2133	VALID
	9	0.716	0,2133	VALID
	10	0.633	0,2133	VALID
Strategi Promosi (X1)	1	0.621	0,2133	VALID
	2	0.688	0,2133	VALID
	3	0.724	0,2133	VALID
	4	0.760	0,2133	VALID
	5	0.729	0,2133	VALID
	6	0.799	0,2133	VALID
	7	0.655	0,2133	VALID
	8	0.762	0,2133	VALID
	9	0.697	0,2133	VALID
	10	0.681	0,2133	VALID
Sarana Prasarana (X2)	1	0.826	0,2133	VALID
	2	0.870	0,2133	VALID
	3	0.829	0,2133	VALID
	4	0.829	0,2133	VALID
	5	0.872	0,2133	VALID
	6	0.831	0,2133	VALID
Kemudahan Pembayaran (X3)	1	0.708	0,2133	VALID
	2	0.778	0,2133	VALID
	3	0.732	0,2133	VALID
	4	0.762	0,2133	VALID
	5	0.806	0,2133	VALID
	6	0.801	0,2133	VALID

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Nilai r tabel ditentukan melalui rumus:

$$df = n - 2$$

Dengan jumlah responden (n) sebanyak 85 orang, maka diperoleh $df = 83$. Pada tingkat signifikansi 5%, (0,05) nilai r tabel yang digunakan adalah 0,2133. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel 4.10, seluruh item pernyataan yang digunakan memiliki nilai r hitung $> 0,2133$. Sehingga seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Praktik untuk mengukur sejauh mana sebuah instrumen dapat memberikan hasil yang konsisten disebut sebagai uji reliabilitas. Uji reliabilitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Keputusan Pendaftaran (Y)	0,825	Reliabel
Strategi Promosi (X1)	0,890	Reliabel
Sarana Prasarana (X2)	0,918	Reliabel
Kemudahan Pembayaran (X3)	0,855	Reliabel

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien *cronbach's alpha* di atas 0,6 dengan nilai variabel keputusan pendaftaran sebesar 0,825, strategi promosi sebesar 0,890, sarana prasarana sebesar 0,918 dan kemudahan pembayaran sebesar 0,855. Dengan demikian, dapat dikatakan instrumen pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini tergolong reliabel.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

Sebelum menguji hipotesis, peneliti terlebih dahulu melaksanakan uji asumsi klasik yang hasilnya ditampilkan pada tabel berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji *Kolmogorov Smirnov* (K-S). Uji normalitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.44950345
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* (Asymp.sig (2-tailed)) untuk keputusan pendaftaran santri baru, strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran memberikan nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh keputusan pendaftaran santri baru, strategi promosi, sarana dan prasarana, dan kemudahan pembayaran berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Strategi Promosi	0,918	1.089
Sarana Prasarana	0,878	1.139
Kemudahan Pembayaran	0,913	1.095

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan hasil tabel 4.13 menunjukkan bahwa strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF memiliki nilai lebih kecil dari 10, maka dapat dikatakan data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.276	2.8889		2.865	,005
Strategi promosi	-.087	,053	-.185	-1.640	,105
Sarana prasana	-.020	,074	-,031	-,266	,791
Kemudahan pembayaran	-.073	,093	-.088	-,781	,437

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa pengujian heteroskedastisitas ini menggunakan metode uji *glejser* yang nilainya dilihat dari signifikansi. Pada variabel strategi promosi, sarana prasarana dan kemudahan pembayaran memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka dapat dikatakan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.6 Uji Hipotesis Penelitian

Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisis linier berganda. Adapun hasil uji analisis regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.850	4.515		3.068	.003
	X1	.265	.082	.300	3.182	.002
	X2	.361	.115	.303	3.141	.002
	X3	.344	.145	.224	2.370	.020

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Persamaan regresi linier berganda berdasarkan tabel di atas disajikan sebagai berikut:

$$Y = 13.850 + 0,265 (X1) + 0,361 (X2) + 0,344 (X3) + e$$

Dari hasil uji regresi linear berganda di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta (α) sebesar 13.850 (positif) menunjukkan bahwa apabila variabel strategi promosi (X1), sarana prasarana (X2), dan kemudahan pembayaran (X3) bernilai 0, maka keputusan pendaftaran santri baru tetap memiliki nilai dasar sebesar 13.850.
- b. Koefisien strategi promosi (X1) sebesar 0,265 mengartikan bahwa setiap kali terjadi peningkatan pada strategi promosi, maka keputusan pendaftaran santri baru juga akan meningkat, dengan asumsi variabel lainnya tidak berubah. Sebaliknya, jika strategi promosi mengalami penurunan, maka keputusan pendaftaran juga cenderung menurun. Nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ memperlihatkan bahwa strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pendaftaran.
- c. Koefisien sarana prasarana (X2) sebesar 0,361 menunjukkan bahwa setiap kenaikan pada variabel sarana prasarana akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pendaftaran santri baru, dengan catatan variabel lain tetap. Apabila sarana prasarana menurun, keputusan pendaftaran pun berpotensi ikut menurun. Nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ membuktikan bahwa sarana prasarana memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pendaftaran.
- d. Koefisien kemudahan pembayaran (X3) sebesar 0,344 berarti setiap peningkatan pada kemudahan pembayaran akan mendorong naiknya keputusan pendaftaran santri baru, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Sebaliknya, jika kemudahan pembayaran menurun, maka keputusan pendaftaran santri baru juga bisa ikut menurun. Nilai signifikansi $0,020 < 0,05$ mengindikasikan bahwa kemudahan

pembayaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pendaftaran.

- e. e nilai residual atau kemungkinan kesalahan dari model persamaan yang dihasilkan karena adanya kemungkinan variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pendaftaran santri tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan regresi penelitian ini.

a. Uji F (Uji Secara Simultan)

Adapun hasil uji F (Uji Secara Simultan) diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	515.466	3	171.822	13.924	.000 ^b
	Residual	999.552	81	12.340		
	Total	1514.988	84			

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.16 hasil dari uji F (simultan) yang didapat dalam penelitian ini adalah didapat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (5%) maka dapat diartikan bahwa variabel strategi promosi (X1), sarana prasarana (X2), dan kemudahan pembayaran (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pendaftaran santri baru (Y).

b. Uji t (Uji Secara Parsial)

Adapun uji t (Uji Secara Parsial) diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.850	4.515		3.068	.003
	X1	.265	.082	.300	3.182	.002
	X2	.361	.115	.303	3.141	.002
	X3	.344	.145	.224	2.370	.020

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) yang disajikan pada tabel 4.17, seluruh variabel independen (X1, X2, dan X3) menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing variabel secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadhli. Adapun penjelasan tiap variabel adalah sebagai berikut:

- Variabel X1 (Strategi Promosi) menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,002, yang berarti lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil ini, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Nilai t-hitung yang diperoleh adalah sebesar 3.182, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru.
- Variabel X2 (Sarana Prasarana) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,002, yang juga berarti lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan nilai t-hitung sebesar 3.141, sehingga dapat disimpulkan bahwa sarana prasarana secara signifikan memengaruhi keputusan pendaftaran santri baru.
- Variabel X3 (Kemudahan Pembayaran) menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,020, yang masih lebih kecil dari 0,05. Maka, H_0

ditolak dan H_4 diterima. Dengan nilai t -hitung sebesar 2.370, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan pembayaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Adapun hasil koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. 18 Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583 ^a	.340	.316	3.51280

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.18 nilai *adjusted R²* sebesar 0,316 (31,6%) dari variasi yang terjadi pada keputusan pendaftaran santri baru. Dengan kata lain, strategi promosi (X1), sarana prasarana (X2), dan kemudahan pembayaran (X3) secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 31,6% terhadap keputusan pendaftaran santri baru (Y), sementara sisanya, yaitu 68,4%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang digunakan dalam penelitian ini.

Faktor-faktor tersebut bisa berasal dari kurangnya minat pelajar untuk melanjutkan kuliah sambil mondok, yang merupakan tantangan tersendiri bagi pesantren berbasis mahasiswa. Selain itu, peran orang tua, kualitas tenaga pendidik, serta nilai-nilai keagamaan yang dianut oleh calon santri dan keluarganya juga dapat menjadi penentu dalam proses pengambilan keputusan.

4.2 Pembahasan Penelitian

Dari hasil pembahasan yang telah diuraikan di atas dijelaskan bahwa variabel strategi promosi (X1), sarana prasarana (X2), dan kemudahan pembayaran (X3) terhadap keputusan pendaftaran santri baru (Y) maka dapat diuraikan:

4.2.1 Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Berdasarkan hasil analisis regresi, ketiga variabel yaitu strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran terbukti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Artinya, ketiga aspek tersebut bersama-sama memengaruhi pilihan calon santri dan wali santri dalam menentukan pesantren sebagai lembaga pendidikan. Temuan ini mendukung pandangan Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa elemen pemasaran seperti promosi, fasilitas, dan pelayanan menjadi penentu utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen, khususnya pada sektor jasa pendidikan.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi promosi terbukti sebagai faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pendaftaran santri baru. Promosi yang dilakukan melalui berbagai media, seperti sosial media, brosur, kunjungan ke sekolah, serta pendekatan personal, dinilai efektif dalam membentuk citra positif lembaga dan meningkatkan minat calon santri serta wali mereka terhadap pesantren.

Selanjutnya, sarana prasarana juga memberikan pengaruh yang signifikan. Fasilitas yang tersedia dianggap memadai, efisien, dan mampu menunjang proses belajar-mengajar maupun aktivitas harian santri, sehingga menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan pesantren.

Sementara itu, meskipun berada pada posisi terakhir, kemudahan pembayaran tetap menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap keputusan pendaftaran. Sistem pembayaran yang disediakan meliputi berbagai metode seperti transfer, tunai, dan non-tunai serta fleksibilitas waktu pembayaran, memberikan kenyamanan bagi wali santri dalam memenuhi kewajiban administrasi secara praktis dan aman. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Triyoga (2015), Prastika et al., (2020), Fadli & Ahmad (2020), serta Azah & Nurul (2024) yang sama-sama menemukan bahwa promosi, sarana prasarana, dan sistem pembayaran merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan di bidang pendidikan.

4.2.2 Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Strategi promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* menjadi aspek paling menonjol, karena penyampaian informasi secara langsung, jelas, dan meyakinkan efektif menarik minat calon santri. Selanjutnya, *direct marketing* mempermudah calon wali santri dalam memperoleh informasi

melalui pendekatan langsung, sementara *sales promotion* memberikan daya tarik tambahan melalui penawaran yang menguntungkan.

Selain itu, *advertising* berkontribusi dalam menyebarluaskan informasi melalui media sosial dan cetak, sedangkan *publicity*, meskipun memiliki pengaruh paling kecil, tetap memberikan kontribusi melalui pemberitaan serta promosi yang dilakukan di sekolah-sekolah. Temuan ini mendukung pendapat Kotler & Keller (2016) yang menyebutkan bahwa promosi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang berfungsi menyebarkan informasi, membujuk, serta memengaruhi keputusan calon konsumen.

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian Benazir et al., (2022), Anwar et al., (2023) serta Baru et al., (2024) yang menyatakan bahwa promosi yang terencana, konsisten, serta sesuai dengan target audiens mampu meningkatkan minat calon peserta didik. Oleh sebab itu, pengelola pondok pesantren disarankan untuk memperkuat strategi promosi dengan memperluas jangkauan media digital, meningkatkan kualitas pesan promosi, serta melibatkan komunitas dan alumni sebagai agen informal dalam memperkenalkan lembaga.

4.2.3 Pengaruh Sarana Prasarana Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Sarana dan prasarana memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi. Berdasarkan hasil penelitian, aspek pemanfaatan fasilitas menjadi yang paling dominan dirasakan responden. Fasilitas

dinilai efisien, mendukung kelancaran seluruh kegiatan santri, serta sesuai dengan kebutuhan sehari-hari.

Selain itu, aspek kelengkapan sarana prasarana juga mendapat penilaian positif. Pondok pesantren dinilai telah menyediakan fasilitas yang memadai untuk menunjang berbagai aktivitas, mulai dari asrama, ruang belajar, aula, masjid, hingga area penunjang lain seperti koperasi, dapur, dan akses *Wi-Fi*. Sedangkan pada aspek kondisi fasilitas, responden menilai bahwa seluruh sarana dalam keadaan baik, terawat, dan rutin diperiksa untuk menjaga kenyamanan dan keamanan santri. Temuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Hartono et al., (2020) yang menyebutkan bahwa kelengkapan, kondisi, dan penggunaan fasilitas merupakan aspek penting dalam menunjang mutu pendidikan. Matin dan Nurhatti (2016) juga menekankan bahwa sarana prasarana memiliki fungsi utama untuk mendukung kualitas proses pembelajaran dan memberikan rasa aman kepada peserta didik. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Prastika et al., (2020), Fadli & Ahmad (2020), serta Chotimah & Husnul (2021), yang menyebutkan bahwa fasilitas menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pendaftaran peserta didik.

4.2.4 Pengaruh Kemudahan Pembayaran Terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru

Kemudahan dalam sistem pembayaran memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadhli. Akses yang mudah, prosedur yang sederhana, serta fleksibilitas dalam mekanisme pembayaran menjadi aspek penting

yang dipertimbangkan oleh calon santri maupun wali santri dalam menentukan pilihan mereka. Berdasarkan temuan penelitian, aspek cara pembayaran menjadi yang paling dominan dirasakan manfaatnya oleh responden. Ketersediaan berbagai alternatif pembayaran, seperti transfer bank, pembayaran tunai, hingga opsi non-tunai, dinilai sangat memudahkan proses administrasi keuangan.

Selain itu, aspek keyakinan dalam pembayaran turut memberikan dampak positif, mengingat responden merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi karena sistem yang digunakan terjamin keakuratannya dan minim risiko kesalahan.

Di sisi lain, aspek waktu pembayaran juga berkontribusi, meskipun berada pada urutan yang lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Penjadwalan yang fleksibel dan tenggat waktu yang cukup tetap menjadi nilai tambah yang mendukung keputusan pendaftaran.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Jiang et al., (2013) yang menjelaskan bahwa kemudahan transaksi dapat meningkatkan kenyamanan dalam pengambilan keputusan konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh temuan Rachmawati & Widya (2022), Azah & Nurul (2024), serta Darmawan et al., (2024) yang menyebutkan bahwa sistem pembayaran yang praktis dan fleksibel dapat meningkatkan minat untuk memilih lembaga pendidikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya terkait **Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru di PP. Darul Ulum Al-Fadholi** maka dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan, strategi promosi, sarana prasarana, dan kemudahan pembayaran terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan calon santri untuk mendaftar. Ketiga faktor ini saling melengkapi dalam mendorong peningkatan jumlah pendaftar di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.
2. Strategi promosi menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru. Berbagai upaya promosi, yang mencakup periklanan, penjualan secara langsung, publisitas, promosi penjualan, serta pemasaran langsung, berperan penting dalam memperkenalkan pondok pesantren kepada masyarakat. Strategi ini mampu menarik perhatian calon santri dan wali santri sehingga menjadi bahan pertimbangan utama dalam memilih pesantren.
3. Sarana dan prasarana juga terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan santri untuk mendaftar. Kelengkapan fasilitas, kondisi sarana yang memadai, serta pemanfaatan fasilitas yang optimal, mampu menciptakan lingkungan yang mendukung proses belajar mengajar dan memberikan kenyamanan bagi santri. Hal ini menjadikan sarana prasarana

sebagai salah satu aspek penting dalam pengambilan keputusan untuk memilih pondok pesantren.

4. Kemudahan dalam pembayaran memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan pendaftaran santri baru. Keyakinan wali santri terhadap sistem pembayaran, fleksibilitas waktu pembayaran, serta beragamnya metode pembayaran yang ditawarkan, menjadi faktor pendukung yang memudahkan wali santri dalam memenuhi kewajiban administrasi. Hal ini mendorong mereka untuk memilih Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi sebagai tempat pendidikan anak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan, berikut beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi
 - a. Disarankan agar pondok pesantren terus memperkuat strategi promosi yang langsung menasar calon santri, seperti melalui kunjungan ke sekolah, mengikuti expo pesantren dan penguatan media sosial dengan konten edukatif, testimoni santri dan alumni serta video kegiatan pesantren.
 - b. Pondok pesantren juga sebaiknya membuat konten yang menarik dan kreatif, khususnya yang menampilkan hal-hal positif dari kehidupan di pesantren. Tujuannya adalah untuk mengubah pandangan masyarakat yang masih menganggap bahwa mondok sambil kuliah itu sulit dan tidak menyenangkan. Dengan penyampaian yang tepat, diharapkan semakin

banyak calon santri yang tertarik untuk kuliah sambil mondok di Pondok Pesantren Darul Ulum Al-Fadholi.

- c. Perlu dilakukan perbaikan dan pemeliharaan sarana prasarana secara berkala agar tetap nyaman dan layak pakai, serta menambah fasilitas baru yang menunjang kegiatan santri.
- d. Disarankan untuk mengembangkan sistem pembayaran yang lebih digital dan fleksibel, seperti integrasi aplikasi keuangan atau sistem notifikasi otomatis untuk pelunasan biaya pendidikan.

2. Bagi Santri

- a. Santri disarankan untuk lebih aktif mencari dan menggali informasi terkait layanan, fasilitas, dan sistem pembayaran yang disediakan pondok pesantren sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan tempat pendidikan.
- b. Santri juga diharapkan mempertimbangkan faktor kenyamanan, kualitas pendidikan, serta lingkungan pesantren agar keputusan yang diambil sesuai dengan kebutuhan pribadi.

3. Bagi Wali Santri

- a. Wali santri disarankan untuk mempertimbangkan berbagai aspek yang telah terungkap dalam penelitian ini, seperti strategi promosi, kelengkapan fasilitas, serta kemudahan pembayaran, agar dapat memilih pesantren yang paling sesuai untuk anaknya.
- b. Perlu dilakukan pengkajian secara lebih mendalam oleh wali santri terhadap program-program unggulan dan sistem pendidikan yang

ditawarkan pesantren untuk memastikan kesesuaian dengan tujuan pendidikan anak.

4. Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini dapat menjadi sarana untuk memperluas kemampuan peneliti dalam melakukan kajian di bidang pemasaran pendidikan dan perilaku konsumen di lingkungan pondok pesantren.
- b. Peneliti diharapkan dapat memperkaya penelitian ini dengan menjajaki faktor-faktor lain yang belum dijadikan fokus dalam penelitian saat ini.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan melakukan penelitian pada objek pondok pesantren lain dengan karakteristik berbeda agar hasil penelitian lebih dapat digeneralisasi.
- b. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain seperti peran orang tua, kualitas tenaga pengajar, lingkungan sosial, atau nilai-nilai keagamaan dalam mempengaruhi keputusan pendaftaran.
- c. Diperlukan pengembangan indikator khusus untuk mengukur keputusan pendaftaran santri agar lebih sesuai dengan konteks dunia pesantren, bukan hanya mengadaptasi dari indikator keputusan pembelian.

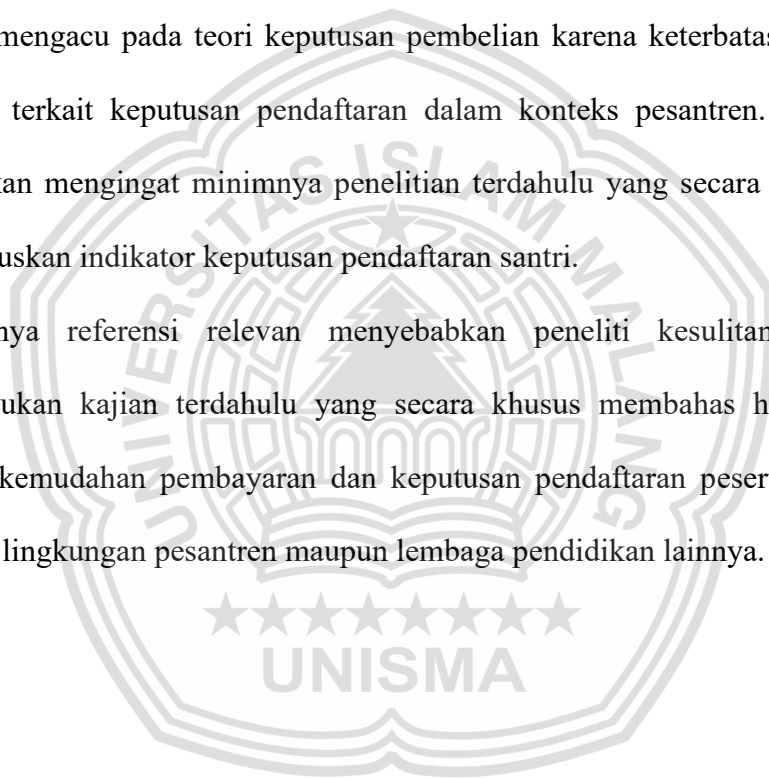
5.3 Keterbatasan penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

1. Perbedaan persepsi responden yang terjadi karena setiap responden bisa saja memiliki pemahaman yang berbeda terhadap pertanyaan yang diberikan. Hal ini bisa dipengaruhi oleh pengalaman atau latar belakang mereka, sehingga

jawaban yang diberikan mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan pendapat yang sebenarnya.

2. Keterbatasan akses terhadap data internal lembaga menjadi kendala dalam memperoleh informasi lengkap mengenai strategi promosi dan kebijakan pembayaran, sehingga membatasi analisis yang lebih mendalam dalam penelitian ini.
3. Indikator keputusan pendaftaran santri yang digunakan dalam penelitian ini masih mengacu pada teori keputusan pembelian karena keterbatasan teori khusus terkait keputusan pendaftaran dalam konteks pesantren. Hal ini dilakukan mengingat minimnya penelitian terdahulu yang secara eksplisit merumuskan indikator keputusan pendaftaran santri.
4. Minimnya referensi relevan menyebabkan peneliti kesulitan dalam menemukan kajian terdahulu yang secara khusus membahas hubungan antara kemudahan pembayaran dan keputusan pendaftaran peserta didik, baik di lingkungan pesantren maupun lembaga pendidikan lainnya.



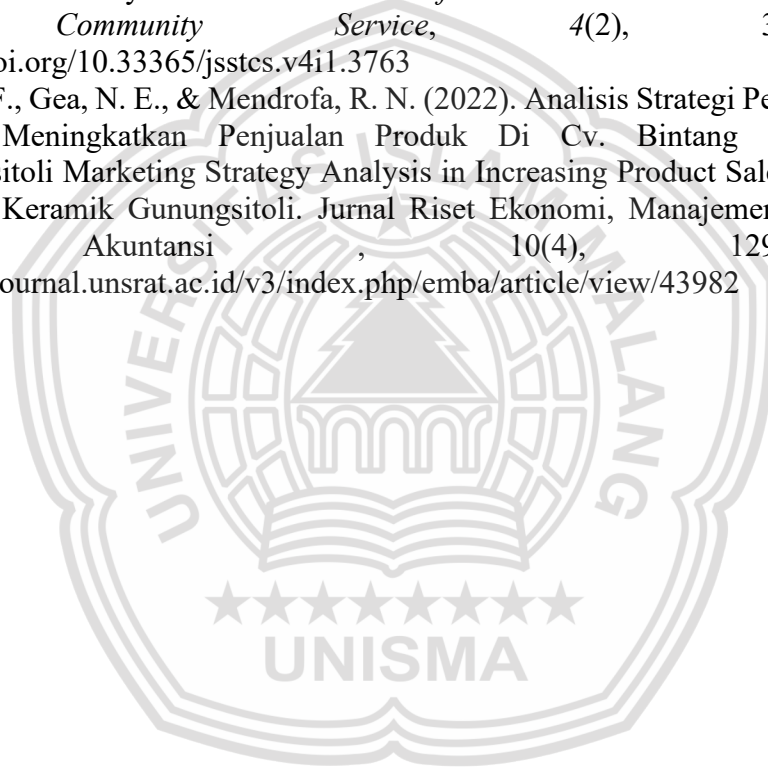
DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, & Syahwanatul. (2022). Manajemen Penerimaan Santri Baru di SMA Pesantren Datok Sulaiman bagian Putri Palopo. 1–62. [http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5650/1/Syahwanatul Abidah.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5650/1/Syahwanatul%20Abidah.pdf)
- Aisa, & Putri, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Pembayaran, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pendaftaran. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Albi, M. (2019). Pengaruh Sarana Prasarana Dan Kreativitas Pendidik Terhadap Kepuasan Santri Di Ponpes Yasin Kudus.
- Andriani, D., Thantawi, T. R., & Mursyidah, A. (2022). Analisis Perbandingan Pemanfaatan Virtual Account Dan Transfer Pada Karyawan Pondok Pesantren Modern Sahid Dan Karyawan Institut Agama Islam Sahid Bogor. *Sahid Banking Journal*, 2(01), 93–110. <https://doi.org/10.56406/sahidbankingjournal.v2i01.70>
- Anwar, A. (2018). Santri dalam Konteks Sosial dan Budaya Jawa: Perspektif Geertz dan Perkembangannya. *Jurnal Studi Islam Nusantara*, 14(3), 22–35.
- Anwar, Zayudi, Ernawati, & Afrianto., E. (2023). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Modern Al-Furqon Prabumulih Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal LA RIBA Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 54–74.
- Azah, & Nurul, I. (2024). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Pembayaran SPP terhadap Keputusan Pendaftaran Santri dalam menggunakan Pembayaran Digital (studi pada Pondok Pesantren Dukuh Waluh Purwokerto).
- Baru, D., Smp, D. I., & Huda, A. L. (2024). Strategi Promosi dalam Merekrut Peserta Didik Baru Di SMP Al-Huda Jatiagung Lampung Selatan.
- Benazir, Mulyani, Desthiani, Dyas, & Unik. (2022). Strategi Promosi Dalam Program Penerimaan Murid Baru Di Masa Covid-19. *Jurnal Sekretaris Universitas Pamulang*, 9(2), 88. <https://doi.org/10.32493/skr.v9i2.21896>
- Bismi, W., Setiawan, A., Selawati, A., Armawan Sandi, T. A., & Darma Astuti, R. (2020). Sistem Informasi Pendaftaran Santri Baru Dipondok Pesantren Modern Darunn'aim Berbasis Website. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 6(2), 163–171. <https://doi.org/10.31294/ijse.v6i2.8958>
- Chotimah, & Husnul, S. (2021). Pengaruh Manajemen Sarana Prasarana Dan Kompetensi Profesionalitas Guru Terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru Mtsn 8 Jombang. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 1(1), 132–139. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v1i1.99>
- D hanif. (2022). penerimaan santri baru berbasis web dengan PHP dan SQL. 2011, 1–23.
- Darmawan, M. R., Shulthoni, M., & Stiawan, D. (2024). Pengaruh Sistem *Cashless Payment* Sebagai Sarana Transaksi Utama Di Pondok Modern Tazakka. *Jurnal Sahmiyya*, 3(1), 16–22.
- Fadli, & Ahmad. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Sekolah pada SMK Swasta Teladan Sumut 1. Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan Ke-4, September, 628–636.
- Fatimah, S., & Suib, M. (2019). Penerapan Pembayaran Digital di Pesantren: Dampak terhadap Proses Administratif dan Manfaatnya bagi Semua Pihak. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Islam*, 12(2), 123–137.

- Fatmawati, H., & Aini, S. N. (2024). Pengaruh Kemudahan Pembayaran, Tranparasi, Dan Kepercayaan terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat di LAZIS Nurul Falah. 5(2), 124–144.
- Febrianti, & Elviana. (2023). Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 5 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun Ulang Tiket CGV Cinemas (Studi Pada Pelanggan Bioskop Cgv Cinemas Plaza Lawu Madiun). September 2023.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24* (Edisi ke-8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdi, M. M. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Pondok Pesantren. *JIEM: Jurnal of Islamic Education and Manajemen*, 2(1), 15–30.
- Hartono, S., Prasetyo, R., & Setyawan, A. (2020). Evaluasi Sarana dan Prasarana Pendidikan dalam Mendukung Proses Pembelajaran di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 15(2), 125–138.
- Ilman, T. bentar maulana. (2023). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. 32–49.
- Jiang, Z., Yang, Z., & Jun, M. (2013). *Customer Perceptions of e-Payment Systems: An Empirical Analysis. International Journal of Service Industry Management*, 24(3), 247–268.
- Kotler, Keller, P., & Lane, K. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, Edisi ke-17. Pearson Education*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). *Pearson Education*.
- Laili, N., & Ashari, M. Y. (2024). Kajian Historis Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia : Tinjauan Komprehensif terhadap dimensi Formal, Informal dan Non Formal. *STIT Muhammadiyah Tempurrejo Ngawi*, 3(1), 5–14.
- Laily, Q. F. (2023). Pengaruh Citra Lembaga Madrasah dan Strategi Promosi Jasa Pendidikan terhadap Keputusan Peserta Didik Memilih Sekolah di MTs N 1 Ponorogo. 1–145.
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Matin dan Nurhatti. (2016). Buku Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan. *Nucl. Phys.*, 210.
- Munawaroh, & Inayatul, H. (2020). Pengaruh Promosi, Kemudahan Pembayaran, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru”. *Etheses.lainponorogo.Ac.Id*, 155.
- Noven, T. T. A., & Inayati, N. L. (2023). Proses Manajemen Sarana dan Prasarana di Madrasah Aliyah Negeri. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 73–83. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v5i1.570>
- Pangestika, R., Amilda, A., & Astuti, M. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 98–111. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v5i1.759>
- Prastika, A., Zhafirah, H., Rahma Sari, A., Puji Astuti, A., & Kimia Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, P. (2020). Pengaruh Sarana

- Prasarana, Biaya, Dan Lokasi Sekolah Dalam Menentukan Pilihan Rasional Orang Tua Memilih Sekolah Untuk Anak *the Effect of Infrastructure, Cost, and Location of School in Determining Parents' Rational Choices of School for Children*. 5, 744–765.
<https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/1239>
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
- Putra, Muda, M. R., Syaifuddin, & Muhammad. (2024). *JKIP : Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Academic Management and Educational Supervision Supervision of Educational Infrastructure and Finance Manajemen Akademik Dan Supervisi Pendidikan Supervisi Sarana Prasarana Dan Keuangan Pendidikan*. 5(1), 24–32.
- Rachmawati, & Widya, E. (2022). Analisis Pengaruh Kemudahan Pembayaran Non Tunai (E-Wallet), Gaya Hidup Serta Purchase Intention Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid – 19. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Rahmawati, N., Muna, N., & Puspitasari, D. (2024). Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Syubbanul Wathon 2 Bandongan Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Baru Tahun 2023 / 2024. 12(2), 377–395.
- Rigitta, & Maulana, N. (2023). Tradisi Dugderan Sebagai Strategi Promosi Pemasaran Wisata Di Kota Semarang. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(2).
<https://doi.org/10.7454/jsht.v5i2.1025>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Saputri, & Anggun, M. (2022). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Kepercayaan Santri Dalam Menggunakan Layanan Pembayaran Non-Tunai. *Prof. K.H. Saifuddin Zuhri*, 139, 1–139.
- Sarwani, S., & Rohmah, F. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(2), 83–99. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i2.4134>
- Setiawan, A. C. (2024). Pengaruh Kualitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Citra Lembaga di UPT SMP negeri 7 gresik. 421–432.
- Sudarta. (2022). Alat Ukur Sikap dan Pendapat. 16(1), 1–23.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-1). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-1). Alfabeta.
- Suleman, S., Widodo, P., & Dwi A, S. (2022). SIBARU: Sistem Informasi Penerimaan Santri Baru Pondok Pesantren AlQur'an Zaenuddin. *Bianglala Informatika*, 10(1), 36–41. <https://doi.org/10.31294/bi.v10i1.12336>
- Syaadah, R., Ary, M. H. A. A., Silitonga, N., & Rangkuty, S. F. (2023). Pendidikan Formal, Pendidikan Non Formal Dan Pendidikan Informal. *Pema (Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 125–131.
<https://doi.org/10.56832/pema.v2i2.298>

- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Riset. Andi Publisher.
- Triyoga, A. (2020). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa memilih STIKES RS BAPTIS KEDIRI. 4(November), 274–282.
- Ulwy, H. (2023). Manajemen Sarana Prasarana dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Santri serta Keputusan Pendaftaran Santri Baru. In 2023.
- Widianita, R. (2023). Sarana Prasarana Pondok Pesantren. At-Tawassuth Jurnal Ekonomi Islam, VIII(I), 1–19.
- Winario, M., Pani, A., Mairiza, D., & Assyifa, Z. (2023). Prestasi Olahraga Pada Atlet Komite Olahraga Nasional Indonesia (Koni) Provinsi Riau. *Journal of Islamic Economics, Management and Business*, 2(1), 102–116.
- Wiyono, S., Fikri Hidayatullah, M., & Huda, M. (2023). Pengembangan dan Implementasi Sistem Penerimaan Santri Baru Berbasis Website di Pondok Pesantren Imam Syafi'i Brebes. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(2), 308–313.
<https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.3763>
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1299–1307.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43982>



LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel jumlah santri pada Pondok Pesantren di Indonesia tahun 2022

Provinsi	Laki-laki	Perempuan	Mukim	Tidak Mukim	Jumlah	Tahun Ajaran
Aceh	129.579	117.624	229.591	17.612	247.203	2022/2023
Sumatera Utara	66.336	61.050	119.833	7.553	127.386	2022/2023
Sumatera Barat	31.954	27.778	55.535	4.197	59.732	2022/2023
Riau	57.488	53.721	105.282	5.927	111.209	2022/2023
Jambi	43.411	42.811	83.197	3.025	86.222	2022/2023
Sumatera Selatan	55.430	54.441	101.472	8.399	109.871	2022/2023
Bengkulu	9.384	9.518	17.356	1.546	18.902	2022/2023
Lampung	75.846	77.039	143.715	9.170	152.885	2022/2023
Kepulauan Bangka Belitung	7.938	7.318	14.626	630	15.256	2022/2023
Kepulauan Riau	7.799	6.576	13.366	1.009	14.375	2022/2023
DKI Jakarta	19.092	15.098	32.561	1.629	34.190	2022/2023
Jawa Barat	541.042	513.520	970.011	84.551	1.054.562	2022/2023
Jawa Tengah	307.661	313.439	584.447	36.653	621.100	2022/2023
Daerah Istimewa Yogyakarta	30.106	29.057	56.304	2.859	59.163	2022/2023
Jawa Timur	503.710	489.179	923.187	69.702	992.889	2022/2023
Banten	253.218	230.030	436.014	47.234	483.248	2022/2023
Bali	5.120	5.124	9.270	974	10.244	2022/2023
Nusa Tenggara Barat	116.579	112.706	208.622	20.663	229.285	2022/2023
Nusa Tenggara Timur	2.588	2.456	4.501	543	5.044	2022/2023
Kalimantan Barat	30.333	28.937	55.565	3.705	59.270	2022/2023
Kalimantan Tengah	9.834	8.493	16.247	2.080	18.327	2022/2023
Kalimantan Selatan	46.811	38.754	78.967	6.598	85.565	2022/2023
Kalimantan Timur	20.381	17.646	35.372	2.655	38.027	2022/2023
Kalimantan Utara	2.442	2.068	4.062	448	4.510	2022/2023
Sulawesi Utara	2.811	2.709	5.041	479	5.520	2022/2023
Sulawesi Tengah	12.393	9.743	19.756	2.380	22.136	2022/2023
Sulawesi Selatan	57.688	49.680	96.772	10.596	107.368	2022/2023

Provinsi	Laki-laki	Perempuan	Mukim	Tidak Mukim	Jumlah	Tahun Ajaran
Sulawesi Tenggara	11.235	10.375	19.738	1.872	21.610	2022/2023
Gorontalo	6.066	5.939	10.342	1.663	12.005	2022/2023
Sulawesi Barat	11.103	9.270	19.095	1.278	20.373	2022/2023
Maluku	1.990	1.655	3.403	242	3.645	2022/2023
Maluku Utara	3.241	2.805	5.394	652	6.046	2022/2023
Papua Barat	4.009	3.741	7.112	638	7.750	2022/2023
Papua Barat Daya	1.159	1.120	1.988	291	2.279	2022/2023

Sumber: Data KEMENAG (2022)



Lampiran 2. Surat Ijin Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM MALANG (UNISMA) FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS TERAKREDITASI

Program Studi : 1. Manajemen 2. Akuntansi 3. Perbankan Syariah

Jalan Mayjend Haryono 193 Malang, Jawa Timur 65144 Indonesia Telp. 0341 551932 ext 122 Faks. 0341 552249 E-mail: fe@unisma.ac.id Website: unisma.ac.id

Nomor : 1494/B41/U.08/D/G.46/VII/2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

04 Juli 2025

Yth. Pengasuh PP. Darul Ulum Al-Fadhli Malang
Jl. Mertojoyo, blok S no.9 Merjosari Lowokwaru Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sebagai kelengkapan tugas Skripsi, maka mahasiswa diwajibkan melakukan Penelitian.

Untuk keperluan tersebut, maka kami mengharap Bapak/Ibu Pimpinan untuk memberikan ijin Penelitian pada Mahasiswa kami dibawah ini.

Nama : KHOFIFATUL ULA
NPM : 22101081206
Program Studi : Manajemen
Judul Penelitian : PENGARUH STRATEGI PROMOSI, SARANA PRASARANA, DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PENDAFTARAN SANTRI BARU DI PP. DARUL ULUM AL-FADHOLI

Oleh karena itu harapan kami Mahasiswa yang bersangkutan dapat diterima melaksanakan Penelitian di Instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian permohonan ini, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.



AFIFUDIN, S.E., M.S.A., Ak.
NPP. 207.02.00014

Pembimbing I,



Dr. EKA FARIDA, SE., M.Pd.
NPP. 192005198632282

Pembimbing II,



ITA ATHIA, S.Sos., M.M.
NPP. 150604197932205

UNISMA dari NU untuk Indonesia dan Peradaban Dunia



Lampiran 3. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun dan Bulan																																							
		2024												2025																											
		Okt				Nov				Des				Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Penyusunan proposal skripsi																																								
2.	Konsultasi proposal skripsi																																								
3.	Seminar proposal skripsi																																								
4.	Revisi proposal skripsi																																								
5.	Perizinan penelitian																																								
6.	Persiapan penelitian																																								
7.	Pelaksanaan penelitian																																								
8.	Pengolahan & analisis data																																								
9.	Penyusunan skripsi																																								
10.	Konsultasi skripsi																																								

[illegible]

Lampiran 4. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan
Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru
di PP. Darul Ulum Al-Fadholi**

Kepada
Yth. Saudara/i

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Khofifatul Ula mahasiswa semester akhir dari program studi Manajemen angkatan 2021, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Strategi Promosi, Sarana Prasarana, dan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pendaftaran Santri Baru di PP. Darul Ulum Al- Fadholi”**.

Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga kontribusi yang diberikan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan penelitian ini serta peningkatan kualitas layanan dan pengelolaan pondok pesantren Darul Ulum Al- Fadholi ke depannya.

★★★★★
UNISMA

Hormat saya,

Khofifatul Ula

A. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk: Mohon memberi tanda centang (✓) pada identitas responden di bawah ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

1. Nama : _____
2. Usia : _____
 - ☐ 18 -22 tahun
 - ☐ 23-27 tahun
 - ☐ 28-32 tahun
3. Jenis Kelamin : _____
 - ☐ Laki-laki
 - ☐ Perempuan
4. Asal Kampus : _____
5. Asal Daerah : _____
6. Dari mana saudara/i mengetahui informasi tentang PP. Darul Ulum Al-Fadholi:
 - ☐ Teman/Relasi
 - ☐ Keluarga
 - ☐ Brosur/*Flyer*
 - ☐ Media Sosial
 - ☐ *Website* Resmi
 - ☐ Lain-lain: _____
7. Metode pembayaran yang digunakan:
 - ☐ Tunai
 - ☐ Non Tunai (*e-money*)
 - ☐ Transfer
 - ☐ Cicilan
 - ☐ Lain-lain: _____

B. PETUNJUK Pengerjaan

Pilih salah satu jawaban yang telah tersedia di bawah ini, dengan keterangan sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS): Skor 1

Tidak Setuju (TS): Skor 2

Netral (N): Skor 3

Setuju (S): Skor 4

Sangat Setuju (SS): Skor 5

1. Variabel Keputusan Pendaftaran Santri Baru (Y)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan				
			SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Identifikasi Masalah atau Kebutuhan	Saya membutuhkan tempat belajar agama yang mampu meningkatkan pemahaman keislaman secara mendalam					
		Saya ingin belajar di lingkungan yang bisa membentuk akhlak dan kedisiplinan saya					
2.	Pencarian Informasi	Saya mencari tahu tentang PP. Darul Ulum Al-Fadhli dari media sosial, internet, atau brosur					
		Saya bertanya kepada orang lain (guru, teman, atau keluarga) untuk mengetahui lebih banyak tentang PP. Darul Ulum Al-Fadhli					
3.	Evaluasi Berbagai Alternatif	Saya membandingkan PP. Darul Ulum Al-Fadhli dengan pesantren lain sebelum memutuskan mendaftar					
		Saya mempertimbangkan fasilitas, biaya, dan kenyamanan saat memilih pesantren					
4.	Pengambilan Keputusan	Keputusan untuk mendaftar di PP. Darul Ulum Al-Fadhli dibuat karena dinilai sesuai dengan tujuan pendidikan pribadi					
		Saya yakin bahwa keputusan memilih PP. Darul Ulum Al-Fadhli adalah yang terbaik untuk saya					
5.	Tindak Lanjut Pasca Keputusan	Saya merasa senang dan tidak menyesal telah memilih PP. Darul Ulum Al-Fadhli					
		Saya memberi rekomendasi kepada teman dan saudara untuk mempertimbangkan PP. Darul Ulum Al-Fadhli sebagai pilihan pesantren					

2. Variabel Strategi Promosi (X1)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan				
			SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Advertising (periklanan)	Saya mudah menemukan iklan promosi pesantren di berbagai media					
		Saya melihat iklan ponpes sangat informatif dan menarik perhatian					

2.	<i>Personal selling</i> (penjualan langsung)	Saya mengenal pesantren ini pada saat pesantren mengadakan promosi ke sekolah					
		Saat promosi pihak ponpes memberikan informasi yang jelas dan meyakinkan calon santri					
3.	<i>Publicity</i> (publisitas)	Informasi mengenai ponpes banyak ditemukan di media massa dan sosial					
		Pemberitaan mengenai ponpes memberikan kesan positif dan ketertarikan untuk mendaftar					
4.	<i>Sales promotion</i> (promosi penjualan)	Saya merasa promosi yang diberikan ponpes sangat menarik					
		Promosi yang ditawarkan sangat menguntungkan bagi para santri					
5.	<i>Direct marketing</i> (pemasaran langsung)	Pendekatan secara langsung dilakukan kepada calon santri melalui media komunikasi					
		Pemasaran secara langsung memudahkan calon santri memperoleh informasi yang dibutuhkan					

3. Variabel Sarana Prasarana (X2)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan				
			SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Kelengkapan	Sarana dan prasarana yang tersedia di pesantren lengkap untuk menunjang kegiatan santri					
		Saya merasa fasilitas yang tersedia memadai untuk aktivitas sehari-hari					
2.	Kondisi	Sarana dan prasarana di pesantren dalam kondisi baik dan terawat					
		Semua fasilitas selalu diperiksa secara rutin untuk memastikan kondisi yang aman dan nyaman					
3.	Penggunaan sarana dan prasarana	Sarana dan prasarana yang tersedia mendukung kelancaran semua kegiatan santri di berbagai aspek kehidupan					
		Fasilitas yang disediakan sangat efisien dengan kebutuhan santri					

4. Variabel Kemudahan Pembayaran (X3)

No	Indikator	Pernyataan	Tanggapan				
			SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Keyakinan dalam pembayaran	Sistem pembayaran di ponpes aman dan terpercaya					
		Saya tidak khawatir akan adanya kesalahan dalam proses pembayaran					
2.	Waktu pembayaran	Waktu pembayaran yang ditentukan cukup fleksibel					
		Tenggat waktu pembayaran cukup untuk menyelesaikan pembayaran					
3.	Cara pembayaran	Sistem pembayaran yang disediakan beragam dan memudahkan santri					
		Pembayaran dapat dilakukan melalui metode yang beragam (transfer, tunai, non tunai, dan lainnya)					

Lampiran 5 Data Tabulasi Hasil Validitas dan Reliabilitas

1. Keputusan Pendaftaran Santri (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total
1	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
2	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	37
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	36
5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	42
6	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	45
7	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
8	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	42
9	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
10	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	39
11	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
12	2	2	3	3	4	3	2	3	1	2	25
13	5	5	3	4	4	5	4	5	3	3	41
14	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	45
15	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
16	4	5	4	5	3	4	5	3	3	4	40
17	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
18	5	5	5	4	3	3	5	5	5	3	43
19	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
20	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
21	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43

22	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	46
23	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	43
24	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	47
27	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	44
28	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
29	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	39
30	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
31	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	44
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	5	4	3	3	4	5	4	3	3	3	37
34	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	43
35	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
36	4	5	2	1	2	5	4	3	3	4	33
37	5	5	3	4	5	5	5	4	4	3	43
38	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	45
39	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
40	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
41	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
42	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
43	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
44	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
45	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
46	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	44
47	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
50	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	44
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
53	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45
54	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
55	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
56	4	4	4	3	4	5	4	4	5	3	40
57	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	36
58	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
59	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
60	5	4	4	5	4	4	3	3	3	3	38
61	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	38
62	3	2	3	3	4	5	3	3	4	4	34
63	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	36
64	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	41
65	5	4	4	4	5	4	5	3	3	3	40

66	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	42
67	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	36
68	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	37
69	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
70	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	37
71	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	5	3	5	4	4	3	3	4	39
73	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	40
74	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
75	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
76	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
77	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
78	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	45
79	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	42
80	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
81	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
82	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
83	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
84	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44
85	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44

2. Strategi Promosi (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
1	4	4	3	5	4	2	3	3	3	4	35
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	2	4	4	2	4	3	4	3	4	34
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
6	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4	37
7	5	5	3	4	4	4	3	3	2	3	36
8	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	43
9	3	2	3	3	4	3	2	2	4	4	30
10	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
11	4	1	2	3	2	3	4	4	3	4	30
12	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	36
13	4	5	4	3	3	4	4	4	3	5	39
14	3	3	3	3	4	5	4	4	5	4	38
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
17	3	2	2	2	3	2	3	2	3	1	23
18	4	3	3	3	4	4	4	2	1	2	30
19	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
20	2	2	3	3	3	1	3	2	2	2	23

21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
22	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	45
23	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
24	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	46
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	41
28	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	43
29	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	35
30	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	37
31	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	33
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	2	4	3	3	2	2	3	3	2	4	28
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	43
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44
52	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
53	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	45
54	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
55	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	41
56	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	30
57	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	37
58	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
59	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
61	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
62	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
63	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
64	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38

65	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
66	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
67	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
68	4	4	2	3	2	3	2	3	4	3	30
69	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	38
70	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	37
71	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	37
72	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	37
73	3	4	3	4	4	3	2	4	3	5	35
74	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
75	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
76	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
78	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
79	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
80	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
81	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
82	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	39
85	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40

3. Sarana Prasarana (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	3	2	3	4	18
5	4	4	4	4	4	5	25
6	5	4	4	5	4	5	27
7	5	5	4	4	4	4	26
8	4	4	4	5	5	5	27
9	5	5	4	4	4	4	26
10	4	2	4	1	3	4	18
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	3	3	3	21
13	3	3	4	3	3	4	20
14	5	4	4	5	4	4	26
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	3	1	3	2	2	3	14
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	5	5	26

20	4	5	4	5	4	5	27
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	4	4	4	5	5	27
23	4	4	4	5	5	5	27
24	4	5	5	4	5	5	28
25	4	4	4	4	4	4	24
26	1	2	1	2	2	2	10
27	4	4	5	5	5	5	28
28	4	4	4	4	4	4	24
29	3	3	3	3	3	4	19
30	4	4	5	4	4	4	25
31	5	4	4	4	4	4	25
32	4	4	4	4	4	4	24
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	5	5	5	4	27
36	4	4	4	4	4	4	24
37	3	3	3	3	3	3	18
38	4	4	5	4	5	5	27
39	5	5	5	4	5	5	29
40	5	5	4	4	5	5	28
41	4	4	4	4	5	4	25
42	5	5	4	4	5	4	27
43	5	5	4	4	4	4	26
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	5	4	4	4	4	25
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	4	4	5	5	26
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	4	4	4	27
54	4	5	5	4	4	5	27
55	4	4	4	5	5	4	26
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	5	3	4	24
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	4	4	3	4	4	23
63	4	3	4	4	4	4	23

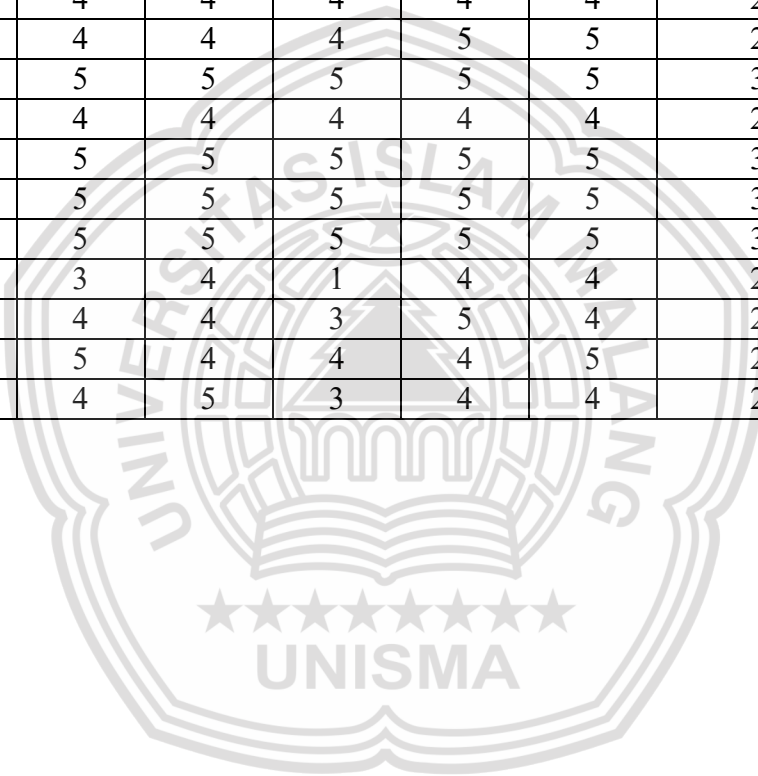
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	4	4	5	4	25
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	3	4	4	4	23
68	4	5	5	5	5	5	29
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	3	23
72	4	4	2	3	4	3	20
73	4	4	5	4	4	4	25
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	4	5	4	5	28
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	4	4	4	4	26
78	5	5	5	4	4	4	27
79	5	5	5	4	5	5	29
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	4	4	4	4	24
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	5	5	4	5	5	28
84	4	5	3	3	5	5	25
85	4	5	5	4	5	5	28

5. Kemudahan Pembayaran (X3)

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.6	X3.7	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	4	4	3	5	25
3	5	5	4	4	5	4	27
4	4	3	4	4	4	4	23
5	5	4	4	4	4	4	25
6	5	5	4	4	4	5	27
7	4	3	4	3	4	4	22
8	5	4	4	3	5	5	26
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	4	5	4	4	5	26
11	4	5	4	5	4	5	27
12	4	3	3	3	3	4	20
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	4	4	5	4	5	27
15	4	4	3	4	4	4	23
16	4	4	4	4	4	4	24
17	3	3	3	2	2	2	15
18	5	4	5	5	5	5	29

19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	4	5	4	5	27
21	5	5	5	4	5	4	28
22	4	5	5	4	5	5	28
23	5	4	5	5	5	5	29
24	4	5	4	5	5	4	27
25	4	4	4	4	4	4	24
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	4	5	5	5	5	29
28	5	4	4	4	5	5	27
29	3	4	3	4	4	4	22
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	4	5	5	29
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	5	4	5	26
34	4	4	4	4	4	4	24
35	5	5	4	5	5	5	29
36	5	5	5	5	5	5	30
37	3	3	3	3	3	3	18
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	5	4	4	5	26
49	4	4	4	4	4	5	25
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	5	5	4	4	4	26
54	5	4	4	5	4	5	27
55	4	5	4	4	4	5	26
56	5	4	4	4	4	5	26
57	4	4	5	4	4	4	25
58	4	4	5	4	4	5	26
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	5	3	4	5	25
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	4	4	4	4	4	23

63	4	3	4	3	4	4	22
64	5	4	4	3	4	4	24
65	4	3	4	5	4	5	25
66	5	5	5	4	4	4	27
67	4	4	4	4	5	5	26
68	4	4	4	5	5	5	27
69	4	5	4	5	4	5	27
70	4	5	5	4	4	4	26
71	4	4	4	4	5	4	25
72	5	4	4	4	4	5	26
73	4	5	4	4	4	5	26
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	5	5	26
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	4	4	4	4	24
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	3	4	1	4	4	21
83	5	4	4	3	5	4	25
84	5	5	4	4	4	5	27
85	3	4	5	3	4	4	23



Lampiran 6. Hasil Uji dalam Penelitian

Uji Validitas

1. Keputusan Pendaftaran Santri (Y)

Correlations											
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y
Pearson Correlation	1	.720**	.295**	.238*	.145	.129	.521**	.484**	.477**	.279**	.703**
Sig. (2-tailed)		.000	.006	.028	.185	.238	.000	.000	.000	.010	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.720**	1	.354**	.258*	.121	.237*	.586**	.554**	.489**	.425**	.779**
Sig. (2-tailed)	.000		.001	.017	.268	.029	.000	.000	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.295**	.354**	1	.422**	.211	.040	.352**	.382**	.336**	.348**	.608**
Sig. (2-tailed)	.006	.001		.000	.053	.719	.001	.000	.002	.001	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.238*	.258*	.422**	1	.198	-.044	.286**	.311**	.243*	.260*	.521**
Sig. (2-tailed)	.028	.017	.000		.069	.691	.008	.004	.025	.016	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.145	.121	.211	.198	1	.278**	.197	.117	.065	.150	.372**
Sig. (2-tailed)	.185	.268	.053	.069		.010	.071	.284	.556	.172	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.129	.237*	.040	-.044	.278**	1	.099	.163	.152	.233*	.341**

Sig. (2-tailed)	.238	.029	.719	.691	.010		.367	.136	.166	.032	.001
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.521**	.586**	.352**	.286**	.197	.099	1	.510**	.442**	.283**	.708**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.008	.071	.367		.000	.000	.009	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.484**	.554**	.382**	.311**	.117	.163	.510**	1	.618**	.461**	.762**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.284	.136	.000		.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.477**	.489**	.336**	.243*	.065	.152	.442**	.618**	1	.486**	.716**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.025	.556	.166	.000	.000		.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.279**	.425**	.348**	.260*	.150	.233*	.283**	.461**	.486**	1	.633**
Sig. (2-tailed)	.010	.000	.001	.016	.172	.032	.009	.000	.000		.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.703**	.779**	.608**	.521**	.372**	.341**	.708**	.762**	.716**	.633**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

relation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

relation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Strategi Promosi (X1)

Correlations											
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
Pearson Correlation	1	.481**	.325**	.461**	.391**	.510**	.344**	.374**	.319**	.297**	.621**
Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.000	.001	.000	.003	.006	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.481**	1	.531**	.464**	.525**	.533**	.269*	.385**	.289**	.418**	.688**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.013	.000	.007	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.325**	.531**	1	.563**	.541**	.543**	.488**	.454**	.323**	.439**	.724**
Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.461**	.464**	.563**	1	.649**	.455**	.391**	.559**	.406**	.544**	.760**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.391**	.525**	.541**	.649**	1	.591**	.432**	.342**	.466**	.322**	.729**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.003	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.510**	.533**	.543**	.455**	.591**	1	.522**	.541**	.554**	.429**	.799**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.344**	.269*	.488**	.391**	.432**	.522**	1	.560**	.402**	.268*	.655**

Sig. (2-tailed)	.001	.013	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.013	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.374**	.385**	.454**	.559**	.342**	.541**	.560**	1	.579**	.570**	.762**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.319**	.289**	.323**	.406**	.466**	.554**	.402**	.579**	1	.507**	.697**
Sig. (2-tailed)	.003	.007	.003	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.297**	.418**	.439**	.544**	.322**	.429**	.268*	.570**	.507**	1	.681**
Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.003	.000	.013	.000	.000		.000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Pearson Correlation	.621**	.688**	.724**	.760**	.729**	.799**	.655**	.762**	.697**	.681**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

3. Sarana Prasarana (X2)

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.748**	.645**	.604**	.617**	.579**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X2.2	Pearson Correlation	.748**	1	.626**	.668**	.713**	.626**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X2.3	Pearson Correlation	.645**	.626**	1	.612**	.644**	.674**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X2.4	Pearson Correlation	.604**	.668**	.612**	1	.674**	.597**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X2.5	Pearson Correlation	.617**	.713**	.644**	.674**	1	.768**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X2.6	Pearson Correlation	.579**	.626**	.674**	.597**	.768**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X2	Pearson Correlation	.826**	.870**	.829**	.829**	.872**	.831**	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

4. Kemudahan Pembayaran (X3)

Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.429**	.446**	.320**	.558**	.551**	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3.2	Pearson Correlation	.429**	1	.534**	.578**	.537**	.480**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3.3	Pearson Correlation	.446**	.534**	1	.386**	.568**	.492**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3.4	Pearson Correlation	.320**	.578**	.386**	1	.508**	.591**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3.5	Pearson Correlation	.558**	.537**	.568**	.508**	1	.559**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85

X3.6	Pearson Correlation	.551**	.480**	.492**	.591**	.559**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3	Pearson Correlation	.708**	.778**	.732**	.762**	.806**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Uji Reabilitas

1. Keputusan Pendaftaran

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.825	10

2. Strategi Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	10

3. Sarana Prasarana

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.918	6

4. Kemudahan Pembayaran

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	6

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.44950345
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.058
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji Multikolenieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.850	4.515		3.068	.003		
	X1	.265	.083	.300	3.182	.002	.918	1.089
	X2	.361	.115	.303	3.141	.002	.878	1.139
	X3	.344	.145	.224	2.370	.020	.913	1.095
a. Dependent Variable: Y								

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.276	2.889		2.865	.005
	X1	-.087	.053	-.185	-1.640	.105
	X2	-.020	.074	-.031	-.266	.791
	X3	-.073	.093	-.088	-.781	.437
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.850	4.515		3.068	.003		
	X1	.265	.083	.300	3.182	.002	.918	1.089
	X2	.361	.115	.303	3.141	.002	.878	1.139
	X3	.344	.145	.224	2.370	.020	.913	1.095
a. Dependent Variable: Y								

Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	515.466	3	171.822	13.924	.000 ^b
	Residual	999.522	81	12.340		
	Total	1514.988	84			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.850	4.515		3.068	.003		
	X1	.265	.083	.300	3.182	.002	.918	1.089
	X2	.361	.115	.303	3.141	.002	.878	1.139
	X3	.344	.145	.224	2.370	.020	.913	1.095
a. Dependent Variable: Y								

Uji Koefisiensi Determinasi (*Adjusted R*)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583 ^a	.340	.316	3.51280
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				