

**PENGARUH PROMOSI DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MENDAFTAR
DI SMK NU AL-FARISI TAROGONG KALER GARUT**

SKRIPSI

*Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Sali Al-Aitaam*



Diajukan Oleh
Siti Nurul Hasanah
NIM. 2261201076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM
KABUPATEN BANDUNG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MENDAFTAR
DI SMK NU AL-FARISI TAROGONG KALER GARUT**

Diajukan Oleh:

Siti Nurul Hasanah

NIM: 2261201076

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



Andri Asmari, S.E., M.M.
NIDN. 0408087911

Tanggal
16 Juli 2026

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MENDAFTAR
DI SMK NU AL- FARISI TAROGONG KALER GARUT**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Siti Nurul Hasanah

NIM : 2261201067

Telah disidangkan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal : 16 juli 2026

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Kaprodi : Yesi Suhartini, S.E., M.M

NIDN. 04427078703

(.....)

Penguji 1 : Dr. Yusnaini, S.E., M.M.

NIDN. 0417087201

(.....)

Penguji 2 : Kiki Pitasari, S.Pd., M.Pd.

NIDN. 0402029203

(.....)

Bandung, 16 juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Sali Al-Aitaam

Dr. Yusnaini, S.E., M.M.

NIDN.0417087201

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sali Al-Aitaam adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri.

Adapun pengutipan-pengutipan yang penulis lakukan pada bagian-bagian tertentu dari hasil karya orang lain dalam penulisan Prosal Skripsi ini, telah penulis cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Proposal Skripsi ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandung, 16, juli 2026

Penulis

Pembimbing



Siti Nurul Hasanah
NIM. 2261201076

Andri Asmari, S.E., M.M.
NIDN. 0408087911

ABSTRAK

Persaingan antar *lembaga* pendidikan yang semakin ketat menuntut sekolah untuk menerapkan strategi pemasaran yang mampu menarik minat calon peserta didik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui pelaksanaan promosi yang efektif dan pembentukan brand image yang positif. Namun demikian, jumlah pendaftar di SMK NU Al-Farisi Tarogong Kaler Garut masih mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya evaluasi terhadap efektivitas promosi dan citra sekolah dalam memengaruhi keputusan calon peserta didik untuk mendaftar.

penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan siswa mendaftar, pengaruh brand image terhadap keputusan siswa mendaftar, serta pengaruh promosi dan brand image secara simultan terhadap keputusan siswa mendaftar di SMK NU Al-Farisi Tarogong Kaler Garut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden yang dipilih menggunakan teknik proportional random sampling. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (t), uji simultan (F), dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa mendaftar dengan nilai t hitung sebesar 3,010 dan tingkat signifikansi 0,003. Brand image juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa mendaftar dengan nilai t hitung sebesar 3,260 dan signifikansi 0,001. Secara simultan, promosi dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa mendaftar dengan nilai F hitung sebesar 19,931 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,254 menunjukkan bahwa 25,4% variasi keputusan siswa mendaftar dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan brand image, sedangkan 74,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas promosi dan penguatan citra sekolah merupakan strategi yang penting untuk meningkatkan minat masyarakat dalam memilih SMK NU Al-Farisi Tarogong Kaler Garut.

Kata Kunci: Promosi, Brand Image, Keputusan Siswa Mendaftar

ABSTRACT

This study employed a quantitative research method using descriptive and verificative. The increasingly competitive environment among educational institutions requires schools to implement effective marketing strategies to attract prospective students. Two important strategies are conducting effective promotional activities and developing a positive brand image. However, the number of applicants at SMK NU Al-Farisi Tarogong Kaler Garut has fluctuated over recent years, indicating the need to evaluate how promotion and the school's image influence students' enrollment decisions. Therefore, this study aims to examine the effect of promotion on students' enrollment decisions, the effect of brand image on students' enrollment decisions, and the simultaneous effect of promotion and brand image on students' enrollment decisions at SMK NU Al-Farisi Tarogong Kaler Garut.

approaches. Data were collected through questionnaires distributed to 120 respondents selected using proportional random sampling. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial hypothesis testing (t-test), simultaneous hypothesis testing (F-test), and the coefficient of determination (R^2).

The findings indicate that promotion has a positive and significant effect on students' enrollment decisions, with a t-value of 3.010 and a significance level of 0.003. Brand image also has a positive and significant effect on students' enrollment decisions, with a t-value of 3.260 and a significance level of 0.001. Simultaneously, promotion and brand image have a positive and significant effect on students' enrollment decisions, as indicated by an F-value of 19.931 with a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.254 indicates that 25.4% of the variation in students' enrollment decisions can be explained by promotion and brand image, while the remaining 74.6% is influenced by other factors not examined in this study. These findings suggest that strengthening promotional strategies and enhancing the school's brand image are essential efforts to increase prospective students' intention to enroll at SMK NU Al-Farisi Tarogong Kaler Garut.

Keywords: Promotion, Brand Image, Student Enrollment Decision.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah : 6-7)

“Berbagai cobaan dan hal yang buat kau ragu, jadikan percikan tuk’ menerpa tekadmu, jalan hidupmu hanya milikmu sendiri, rasakan nikmatnya hidupmu hari ini”

(Baskara Putra-Hindia)

“Hadapi semuanya langsung dimuka, apapun yang terjadi tidak apa, setiap hari ku bersyukur melihatmu berselimut harapan,berbekal cerita”

(Baskara Putra-Hindia)

Persembahkan

Terimakasih Untuk diriku sendiri, setiap doa, usaha, kerja keras, kesabaran, serta keberanian untuk terus melangkah meskipun pernah diliputi rasa lelah, takut, dan ragu. Semua proses, mengantarkan pada pencapaian ini. Hari ini menjadi bukti bahwa tidak ada usaha yang sia-sia. akhirnya kita sampai di tujuan, mari dirayakakan.

Kepada musisi tanah air berkat lagu-lagu indahny, hindia, feast, lomba sihir, perungu, the adams, alkateri, rumahsakit, dongker, the panturas, tulus, nadin amizah Dll. yang menemani penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih telah menulis karya apik yang dilagukan dengan harmoni yang indah. Terima kasih telah menciptakan lirik yang tak hanya bisa dinyanyikan, tapi bisa dirasa dan dihidupi. Karyamu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, dan nabi Muhammas SAW atas segala nikmat yang telah ia berikan kepada kita semua seta ridho dan hidyah-Nya. Sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Adapun judul skripsi yang saya ajukan ialah “PENGARUH PROMOSI DAN BRND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MENDAFTAR DI SMK NU AL-FARISI TAROGONG KALER GARUT”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat yang harus dipenuhi untuk dapat mencapai gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis jurusan Manajemen Universitas Sali Al-Aitaam Bandung. Tidak disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam menyelesaikan laporan ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta yang berada di sekeliling saya yang mendukung dan membantu selama penyusunan skripsi. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Fatimah Nurjannati Iskandar, S.E., M.Ak. Selaku Rektor Universitas Sali Al-Aitaam yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Sali Al-Aitaam.
2. Dr. Yusnaini, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sali Al-Aitaam yang telah memberikan arahan dan dukungan selama proses studi
3. Yesi Suhartini, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi manajemen yang senantiasa memberikan bimbingan, motivasi, serta masukan kepada penulis.
4. Andri Asmari, S.E., M.M, Selaku pembimbing skripsi, atas ketersediannya dalam meluangkan waktu pikiran, juga perhatiannya dengan penuh kesabaran untuk memberikan bimbingan dan arahan, dan saran bagi penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Rizka Noristaman, S.E.,M.M Dan Adrie Charviandi, S.E.,M.M selaku Penguji proposal skripsi, terimakasih atas saran, kritik dan bimbingan bagi penulis bagi penulis sehingga dapat melanjutkan ke penelitian selanjutnya.

6. Deasy Sandya, S.E., M.M. Selaku dosen wali yang senantiasa memberikan masukan serta saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu
7. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Sali Al-Aitaam, khususnya Fakultas Ekonomi dan bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
8. Pihak SMK NU Al-Farisi Tarogong Kaler Garut, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam proses pengambilan data awal penelitian.
9. Teruntuk kedua orang tua tercinta, Bapak Sutrisno Dan Ibu Enah yang telah senantiasa memberikan segala doa dan dukungan serta materi yang tidak pernah putus.
10. Teruntuk kakak Nopi Purnamasari dan Ahmad Rafali yang telah senantiasa memberikan segala doa dan dukungan, fasilitas serta motivasi yang tidak pernah putus.
11. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen dan semua pihak yang telah memberikan bantuan serta semangat dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran.

Bandung, 16 juli 2026

Penulis



Siti Nurul Hasanah

Nim. 2261201076

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.1 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.6.1 Manfaat Teoritis (Akademis)	13
1.6.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Manajemen	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.3 Pemasaran Jasa	23
2.1.4 Pemasaran Jasa Pendidikan.....	27
2.1.5 Promosi.....	31
2.1.6 Brand image	36
2.1.7 Keputusan Mendaftar	38
2.1 kerangka berpikir.....	43
2.4 Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Metode Penelitian.....	46

3.2 Objek Penelitian	46
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian	47
3.3.1 Tempat Penelitian.....	47
3.4. Variabel dan Operasionalisasi Variabel	48
3.4.1 Variabel Penelitian	48
3.4.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	48
3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	50
3.5.1 Populasi	50
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data	52
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	53
3.8 Teknik Analisis Data	54
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	54
3.8.2 Uji Validitas	54
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	55
3.8.4 Uji Asumsi Klasik	55
3.8.5 Analisis Regresi Linear berganda	56
3.8.6 Uji Hipotesis.....	57
BAB IV PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1 Sejarah Singkat Sekolah Smk Nu Al-Farisi Tarogong Kaler Garut	59
4.1.2 Visi Misi Sekolah.....	61
4.1.3 Struktur Organisasi Sekolah.....	62
4.2 Profile Responden	63

4.3 Teknik Analisis Data	65
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	65
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94
4.4 Hasil Penelitian Dan Pembahasan	95
4.4.1 pengaruh promosi terhadap keputusan pendaftaran siswa di SMK NU Al-Farisi Tarogong Kaler Garut	95
4.4.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Siswa Mendaftar Di SMK NU Al-Farisi Tarogong Kaler Garut	97
4.4.3 Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Siswa Mendaftar Di SMK NU AL-Farisi Tarogong Kaler Garut	97
BAB V PENUTUP.....	99
5.1 kesimpulan	99
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 data tingkat pengangguran terbuka	2
Tabel 1 2 data jumlah pendaftar SMK NU Al-farisi.....	3
Tabel 1 3 total penskoran variabel promosi	4
Tabel 1 4 total penskoran variabel brand image	
Tabel 1 5 total penskoran variabel keputusan mendaftar	5
Tabel 2.1 penelitian selanjutnya	32
Tabel 3.1 jadwal penelitian	36
Tabel 3.2 operasional variabel penelitian	37
Tabel 3.3 total siswa tahun ajaran 2025/2026	39
Tabel 3.4 jumlah populasi dan sampel.....	40
Tabel 3.5 ketentuan instrumen penelitian.....	42
Tabel 4.1 identitas SMK NU Al-farisi Tarogong Kaler garut	52
Tabel 4.2 deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	56
Tabel 4.3 deskripsi responden berdasarkan usia	57
Tabel 4.4. deskripsi responden berdasarkan kejuruan	57
Tabel 4.5 pernyataan X1.1 Variabel promosi	58
Tabel 4.6 pernyataan X1.2 variabel promosi	59
Tabel 4.7 pernyataan X1.3 variabel promosi	60
Tabel 4.8 pernyataan X1.4 variabel promosi	61
Tabel 4.9 pernyataan X1.5 variabel promosi	62
Tabel 4.10 pernyataan X1.6 variabel promosi	63
Tabel 4.11 pernyataan X1.7 variabel promosi	64
Tabel 4.12 pernyataan X1.8 variabel promosi	65
Tabel 4.13 pernyataan X1.9 variabel promosi	66
Tabel 4.14 pernyataan X2.1 variabel brand image	67
Tabel 4.15 pernyataan X2.2 variabel brand image	68

Tabel 4.16 pernyataan X2.3 variabel brand image	69
Tabel 4.17 pernyataan X2.4 variabel brand image	70
Tabel 4.18 pernyataan X2.5 variabel brand image.....	71
Tabel 4.17 pernyataan X2.6 variabel brand image	72
Tabel 4.18 pernyataan X2.7 variabel brand image.....	73
Tabel 4.19 pernyataan X2.8 variabel brand image	74
Tabel 4.20 pernyataan X2.9 variabel brand image	75
Tabel 4.22 pernyataan Y1 variabel keputusan mendaftar.....	76
Tabel 4.23 pernyataan Y2 variabel keputusan mendaftar	77
Tabel 4.24 pernyataan Y3 variabel keputusan mendaftar	78
Tabel 4.25 pernyataan Y4 variabel keputusan mendaftar	79
Tabel 4.26 pernyataan Y5 variabel keputusan mendaftar	80
Tabel 4.27 pernyataan Y6 variabel keputusan mendaftar	81
Tabel 4.28 pernyataan Y7 variabel keputusan mendaftar	82
Tabel 4.29 pernyataan Y8 variabel keputusan mendaftar	83
Tabel 4.30 pernyataan Y9 variabel keputusan mendaftar	84
Tabel 4.31 hasil uji validitas	85
Tabel 4.32 hasil uji realibilitas	86
Tabel 4.33 hasil uji normalitas	87
Tabel 4.34 hasil uji multikolineritas	88
Tabel 4.35 hasil uji autokorelasi.....	89
Tabel 4.36 hasil uji linieritas	88
Tabel 4.37 hasil uji analisis regresi berganda	89
Tabel 4.38 hasil uji t (persial).....	89
Tabel 4.39 hasil f (simultan)	90
Tabel hasil uji koefisien determinasi R.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Grafik Promosi Pra Survei	Error! Bookmark not defined.	4
Gambar 1 2 Grafik Brand Image Pra Survey		5
Gambar 1 3 Grafik Keputusan Mendaftar.....		7
Gambar 2 1 Kerangka berpikir.....		43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat pengantar izin penelitian skripsi	106
Lampiran 2 surat keterangan penerimaan penelitian	107
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 4 Penyajian Data Kuesioner Dan Responden	110
Lampiran 5 hasil output spss.....	113
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi	114
Lampiran 7 Evluasi Seminar Proposal.....	115

