

**PENGARUH STRATEGI *DIRECT MARKETING*
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMILIH
TAMAN KANAK-KANAK (TK) AMPERA KOTA CIREBON
SEBAGAI LEMBAGA PENDIDIKAN ANAK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI)



**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2023/ 1444 H**

**PENGARUH STRATEGI *DIRECT MARKETING*
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMILIH
TAMAN KANAK-KANAK (TK) AMPERA KOTA CIREBON
SEBAGAI LEMBAGA PENDIDIKAN ANAK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI)



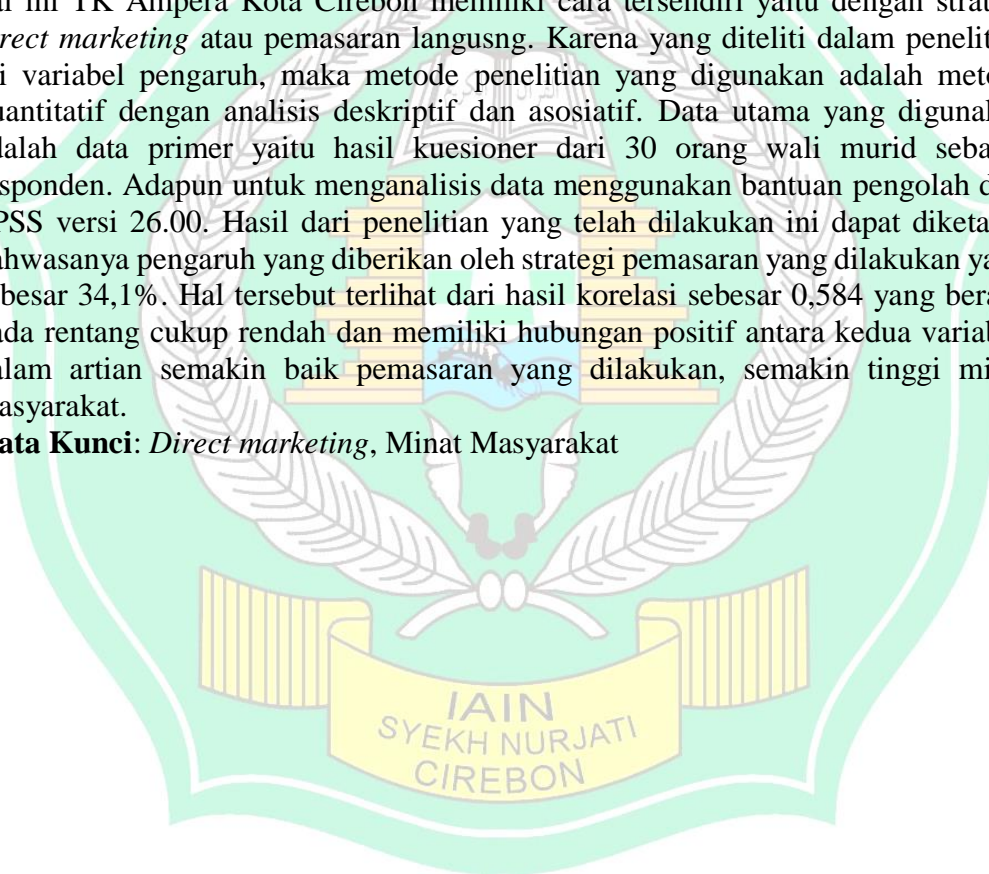
**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2023/ 1444 H**

ABSTRAK

Dea Delviana: Pengaruh Strategi *Direct Marketing* terhadap Minat Masyarakat Memilih Taman Kanak-Kanak (TK) Ampera Kota Cirebon sebagai Lembaga Pendidikan Anak

Latar belakang dari penelitian ini adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai jenis pendidikan dan pentingnya kualifikasi akademik seorang guru dalam sebuah lembaga pendidikan, hal tersebut juga didukung dengan perbedaan biaya yang membuat masyarakat lebih memilih pendidikan dengan alasan “yang lebih murah”. Ironisnya masyarakat yang memilih pendidikan tersebut adalah masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi yang lebih. Akan tetapi hadirnya TK Ampera Kota Cirebon mematahkan paradigma tersebut, bahwa dengan sistem pendidikan yang lebih terstruktur yang didukung oleh kemampuan tenaga pendidik yang mumpuni akan lebih menjamin meningkatnya kualitas pendidikan. Dalam hal ini TK Ampera Kota Cirebon memiliki cara tersendiri yaitu dengan strategi *direct marketing* atau pemasaran langsung. Karena yang diteliti dalam penelitian ini variabel pengaruh, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan asosiatif. Data utama yang digunakan adalah data primer yaitu hasil kuesioner dari 30 orang wali murid sebagai responden. Adapun untuk menganalisis data menggunakan bantuan pengolah data SPSS versi 26.00. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini dapat diketahui bahwasanya pengaruh yang diberikan oleh strategi pemasaran yang dilakukan yaitu sebesar 34,1%. Hal tersebut terlihat dari hasil korelasi sebesar 0,584 yang berada pada rentang cukup rendah dan memiliki hubungan positif antara kedua variabel, dalam artian semakin baik pemasaran yang dilakukan, semakin tinggi minat masyarakat.

Kata Kunci: *Direct marketing*, Minat Masyarakat

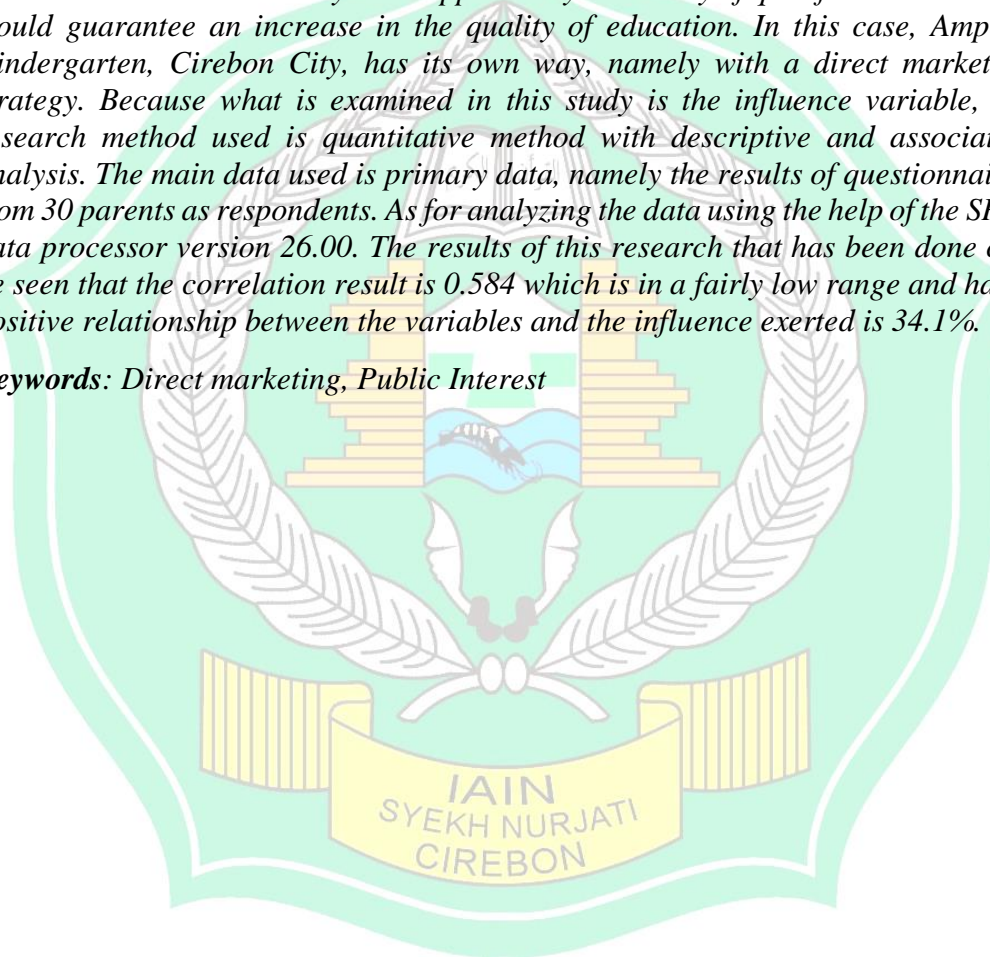


ABSTRACT

Dea Delviana: *The Effect of Direct Marketing Strategy on Public Interest in Choosing Ampera Kindergarten (TK) in Cirebon City as a Children's Education Institution*

The background of this study is the lack of public understanding of the type of education and the importance of a teacher's academic qualifications in an educational institution, this is also supported by the difference in costs that makes people prefer education for "cheaper" reasons. Ironically, the people who choose this education are people who have more economic capacity. However, the presence of Ampera Kindergarten in Cirebon City broke this paradigm, that with a more structured education system supported by the ability of qualified educators, it would guarantee an increase in the quality of education. In this case, Ampera Kindergarten, Cirebon City, has its own way, namely with a direct marketing strategy. Because what is examined in this study is the influence variable, the research method used is quantitative method with descriptive and associative analysis. The main data used is primary data, namely the results of questionnaires from 30 parents as respondents. As for analyzing the data using the help of the SPSS data processor version 26.00. The results of this research that has been done can be seen that the correlation result is 0.584 which is in a fairly low range and has a positive relationship between the variables and the influence exerted is 34.1%.





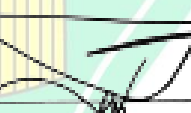

Keywords: *Direct marketing, Public Interest*



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "Pengaruh Strategi *Direct Marketing* terhadap Minat Masyarakat Memilih Taman Kanak-Kanak (TK) Ampera Kota Cirebon sebagai Lembaga Pendidikan Anak" oleh Dea Delviana dengan NIM 1908109059, telah di-*munaqasyah*-kan pada hari Selasa tanggal 07 Maret 2023 di hadapan dewan penguji dan dinyatakan lulus.

Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Tim <i>Munaqasyah</i>	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan Dr. H. Taqiyuddin, M.Pd NIP. 19630522 199403 1 003	16 - 03 - 23	
Sekretaris Jurusan Dr. Mumun Munawaroh, M.Si NIP. 19701222 1996032001	17 - 03 - 23	
Penguji I Dr. H. Taqiyuddin, M.Pd NIP. 19630522 199403 1 003	16 - 03 - 23	
Penguji II Drs. H. Subatma, M.Pd NIP. 19651007 199203 1 003	21 - 03 - 23	
Pembimbing I Drs. H. Subur, M.Ag NIP. 19600707 199103 1 001	19 - 03 - 23	
Pembimbing II Dra. Imroatul Fatimah, M.Ag NIP. 19681027 201411 2 002	15 - 03 - 23	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan



H. Hafiduddin, M.Ag
NIP. 19720107 200312 1 001

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH STRATEGI *DIRECT MARKETING*
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMILIH
TAMAN KANAK-KANAK (TK) AMPERA KOTA CIREBON
SEBAGAI LEMBAGA PENDIDIKAN ANAK**

Disusun Oleh:

Dea Delviana

NIM. 1908109059

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Subur, M.Ag

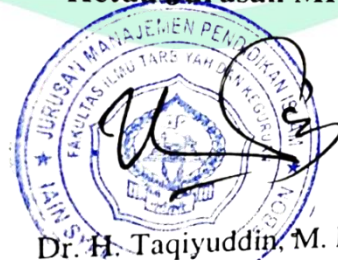
NIP. 19600707 199103 1 001

Dra. Imroatul Fatimah, M.Ag

NIP. 19681027 201411 2 002

Mengetahui:

Ketua Jurusan MPI



Dr. H. Taqiyuddin, M. Pd

NIP. 196305221994031003

NOTA DINAS

Kepada
Yth. Ketua Jurusan MPI
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr Wb

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi berikut ini:

Nama : Dea Delviana

NIM : 1908109059

Judul : Pengaruh Strategi *Direct Marketing* terhadap Minat Masyarakat Memilih Taman Kanak-Kanak (TK) Ampera Kota Cirebon sebagai Lembaga Pendidikan Anak

Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk di-*munqazyah*-kan.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Pembimbing I

Cirebon, 28 Februari 2023

Pembimbing II


Drs. H. Subur, M.Ag

NIP. 19600707 199103 1 001


Dra. Imroatul Fatimah, M.Ag

NIP. 19681027 201411 2 002

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Strategi *Direct Marketing* terhadap Minat Masyarakat Memilih Taman Kanak-Kanak (TK) Ampera Kota Cirebon sebagai Lembaga Pendidikan Anak” ini beserta seluruh isinya merupakan karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi atau apapun yang dijatuhkan kepada saya dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya yang telah saya buat ini.

Cirebon, 28 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



Dea Delviana

NIM.1908109059

BIODATA PENULIS



Nama : Dea Delviana
NIM : 1908109059
TTL : Bandung, 14 Januari 2002
Alamat : Kp. Ciburial Rt 03 Rw 10 Desa Alamendah
Kec. Rancabali Kab. Bandung

ORANG TUA

Nama Ayah : H. Achmad Syahid Fusy
Alamat : Kp. Ciburial Rt 03 Rw 10 Desa Alamendah Kec. Rancabali
Kab. Bandung
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Tuti Alawiyah
Alamat : Kp. Ciburial Rt 03 Rw 10 Desa Alamendah Kec. Rancabali
Kab. Bandung
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2007-2015 : Sekolah Dasar (SD) Negeri Babakan Jampang II
Kab. Bandung
Tahun 2015-2017 : Madrasah Tsanawiyah (MTs) ALIF AL ITTIFAQ
Kab. Bandung
Tahun 2017-2019 : Madrasah Aliyah (MA) ALIF AL ITTIFAQ Kab. Bandung

MOTO

“Berusaha atas segala sesuatu yang bisa kita ubah, bersabar atas segala sesuatu yang tidak bisa kita ubah, dan bijaksana dalam melihat segala sesuatu yang bisa kita ubah ataupun yang tidak bisa kita ubah”



LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur yang sangat mendalam kepada Allah Swt yang telah meridhoi dan mempermudah segalanya terutama dalam hal penyusunan skripsi ini, maka dari itu skripsi ini akan saya persembahkan kepada:

1. Orang tua tercinta, Bapak H. Achmad Syahid Fusy dan Ibu Tuti Alawiyah yang selalu mendoakan setiap waktu, membimbing, memotivasi serta mendukung dengan penuh cinta dan kasih sayang yang sangat tulus dan tak terhingga.
2. Dea Delviana, diri saya sendiri. Terimakasih telah berusaha.
3. Kakak dan Ipar saya, Nur Asti Oktavia dan Deden Nugraha yang selalu mendukung dan membantu secara moril dan materil dengan kasih sayang yang tulus.
4. Adik saya, Novia Tri Astuti yang menjadi alasan saya bertahan sampai saat ini.
5. Sahabat saya, Tri Parwinia Oktaviani yang sampai detik ini selalu hadir menemani dan mendukung setiap keputusan yang saya buat.
6. Seluruh teman-teman MPI B (2019) khususnya Wiwin Widia, Mita, Peni Hermayanti, Afifatus Sakiyah, Dhea Denti Utami, Mala Nurfadilah dan Baridah Amalia yang selalu bekerjasama dalam banyak hal hingga saya dapat menemukan arti kebersamaan dalam keberagaman.
7. Seluruh teman-teman KKN dan PLP, khususnya Elda Suci Putri Aida, Ari Nur Farida, Fitria Rindiyani Irawan dan Sri Damayanti yang selalu saling mendukung untuk berkembang bersama.
8. Orang-orang yang sudah menyempatkan waktu untuk mendoakan saya.
9. Semua kerabat dan keluarga yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Tentunya puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang mana telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita yakni Nabi Besar Muhammad SAW, kepada keluarga, sahabat dan semoga kita termasuk kedalam golongan umatnya yang mendapatkan syafa'at di hari akhir. Alhamdulillah, penulis dapat merampungkan skripsi yang berjudul **“PENGARUH STRATEGI *DIRECT MARKETING* TERHADAP MINAT MASYARAKAT MEMILIH TAMAN KANAK-KANAK (TK) AMPERA KOTA CIREBON SEBAGAI LEMBAGA PENDIDIKAN ANAK”** ini dengan lancar dan tepat pada waktunya yang ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang *munaqasyah* guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon yang tercinta.

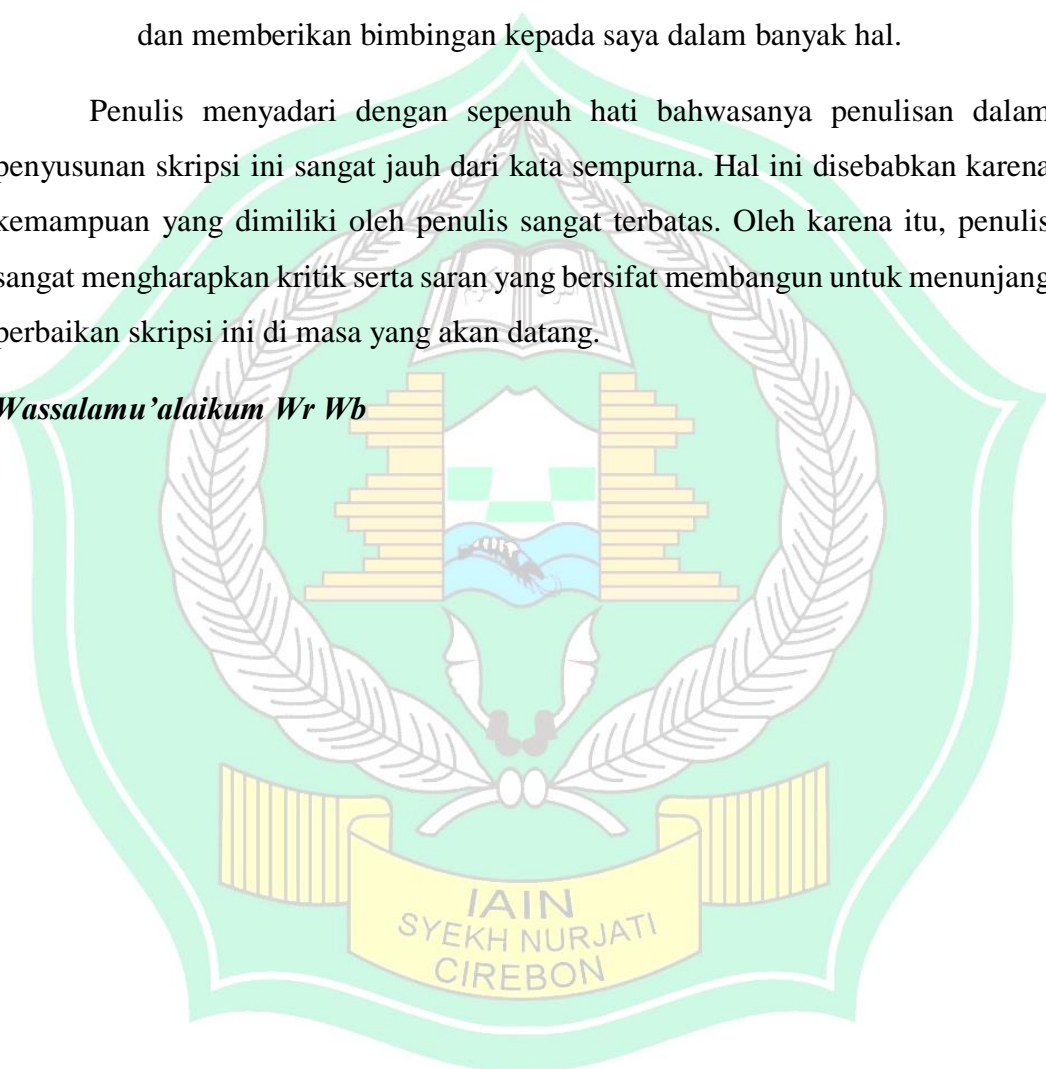
Disamping hal tersebut, skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang turut memberikan dukungan baik moral maupun materil serta motivasi yang tentunya membangkitkan semangat penulis untuk merampungkan skripsi ini. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih setulus-tulusnya kepada yang terhormat, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Saifuddin, M.Ag, Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. H. Taqiyuddin, M.Pd, Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam.
4. Bapak Drs. H. Subur, M.Ag, pembimbing I yang telah bersedia dan sabar atas arahan juga bimbingan yang telah diberikan demi kelancaran skripsi ini.

5. Ibu Dra. Imroatul Fatihah, M.Ag, dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi demi terselesainya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan MPI atas bimbingan serta ilmu yang telah diberikan selama saya menempuh pendidikan sarjana ini.
7. Ibu Ritaningsih, S.Pd.AUD, Kepala Sekolah TK Ampera Kota Cirebon.
8. Seluruh guru dan murid TK Ampera Kota Cirebon yang telah menerima dan memberikan bimbingan kepada saya dalam banyak hal.

Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwasanya penulisan dalam penyusunan skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan karena kemampuan yang dimiliki oleh penulis sangat terbatas. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun untuk menunjang perbaikan skripsi ini di masa yang akan datang.

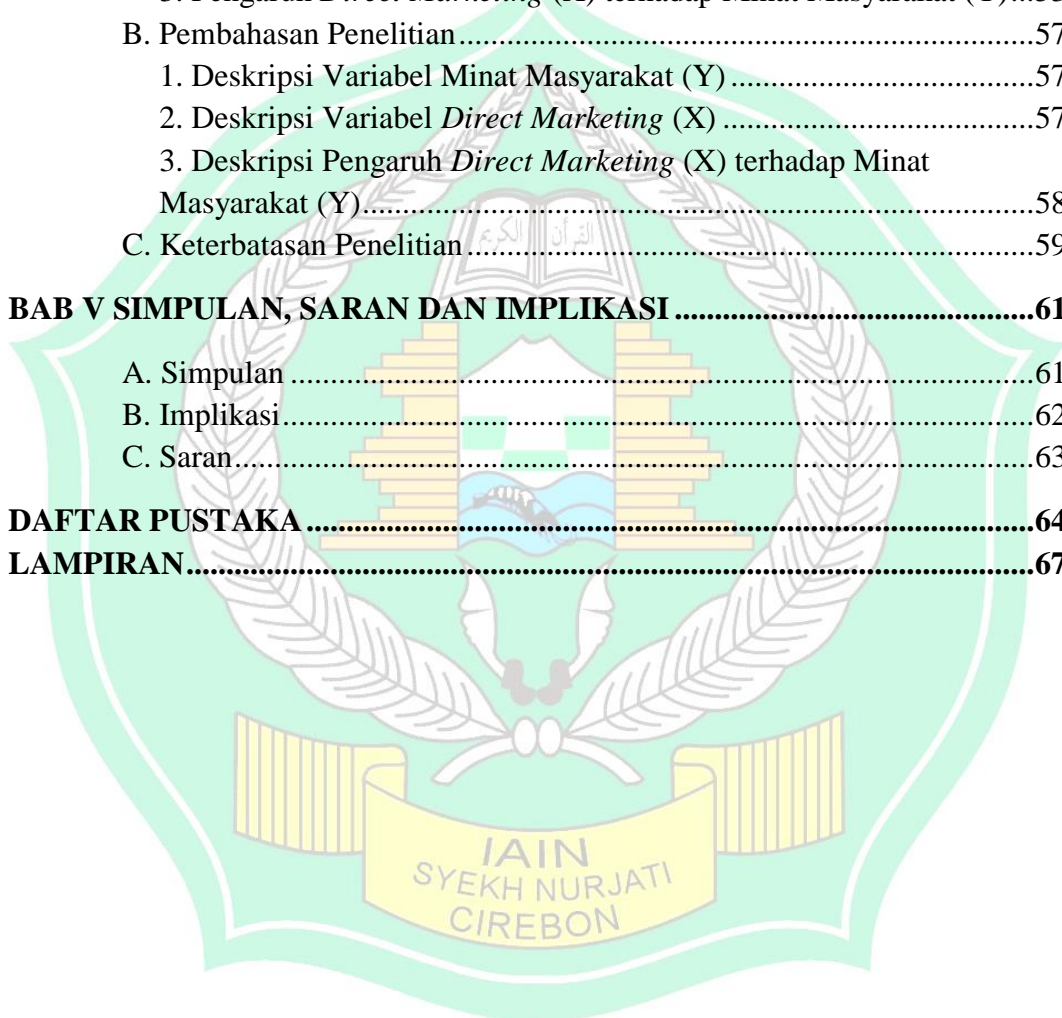
Wassalamu'alaikum Wr Wb



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS.....	v
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vi
BIODATA PENULIS.....	vii
MOTO	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Teori	8
1. Strategi Pemasaran	8
2. Minat Masyarakat.....	11
3. Lembaga Pendidikan	13
B. Hubungan Antar Variabel	15
C. Penelitian Terdahulu	16
D. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
A. Metode Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	24
C. Sumber Data.....	25
D. Populasi dan Sampel	25
E. Operasional Variabel Penelitian	26
F. Teknik Pengumpulan Data	28

G. Instrumen Penelitian	30
H. Teknik Analisis Data.....	31
I. Hipotesis Statistik	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian	36
1. Variabel Minat Masyarakat (Y)	36
2. Variabel <i>Direct Marketing</i> (X).....	44
3. Pengaruh <i>Direct Marketing</i> (X) terhadap Minat Masyarakat (Y)...	53
B. Pembahasan Penelitian.....	57
1. Deskripsi Variabel Minat Masyarakat (Y)	57
2. Deskripsi Variabel <i>Direct Marketing</i> (X)	57
3. Deskripsi Pengaruh <i>Direct Marketing</i> (X) terhadap Minat Masyarakat (Y).....	58
C. Keterbatasan Penelitian.....	59
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI.....	61
A. Simpulan	61
B. Implikasi.....	62
C. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Rincian Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	24
Tabel 3. 2 Alternatif jawaban dengan Skala Likert	30
Tabel 3. 3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi (r) Positif	33
Tabel 3. 4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi (r) Negatif.....	34
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Minat Masyarakat (Y).....	36
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Hasil Rata-Rata Angket Variabel Minat Masyarakat (Y)41	
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat (Y)	43
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Reliabel Variabel Minat Masyarakat (Y)	44
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Variabel <i>Direct Marketing</i> (X)	45
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Hasil Rata-Rata Angket Variabel <i>Direct Marketing</i> (X). 50	
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Direct Marketing</i> (X)	52
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Reliabel Variabel <i>Direct Marketing</i> (X)	53
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Normalitas (<i>Kolmogorov Smirnov</i>).....	54
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Korelasi	55
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Signifikansi.....	55
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	56



IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Profil TK Ampera Kota Cirebon	67
Lampiran 1. 2 Struktur Kepengurusan Lembaga TK Ampera Kota Cirebon	68
Lampiran 1. 3 Surat Ijin Operasional TK Ampera Kota Cirebon	69
Lampiran 1. 4 Surat Pengantar Penelitian.....	70
Lampiran 1. 5 Surat Menerima Permohonan Tempat Penelitian.....	71
Lampiran 1. 6 Surat Keputusan Bimbingan (Lama)	72
Lampiran 1. 7 Surat Keputusan Bimbingan (Terbaru).....	73
Lampiran 1. 8 Kartu Bimbingan	74
Lampiran 1. 9 Surat Selesai Melakukan Penelitian	75
Lampiran 1. 10 Kisi-Kisi Instrumen	76
Lampiran 1. 11 Instrumen Penelitian	79
Lampiran 1. 12 Tabulasi Variabel X.....	83
Lampiran 1. 13 Tabulasi Variabel Y.....	84
Lampiran 1. 14 Hasil Output SPSS Uji Validitas Variabel X	85
Lampiran 1. 15 Hasil Output SPSS Uji Validitas Variabel Y	86
Lampiran 1. 16 r Tabel.....	87
Lampiran 1. 17 t Tabel	88
Lampiran 1. 18 Dokumentasi Penelitian di Lapangan.....	89

