

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN MEDIA PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN PESERTA DIDIK
PADA MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 CIAMIS**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memenuhi gelar Magister Pendidikan (M.Pd)
pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



Disusun oleh:

SITI EPA MASPUPAH

NIM: 2286010054

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
PROGRAM PASCASARJANA
TAHUN 2024 M / 1446 H**

LEMBAR PENGESAHAN
HASIL SIDANG MUNAQSYAH TESIS
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JUDUL TESIS

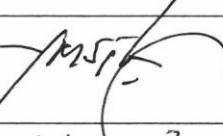


**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN MEDIA PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN PESERTA DIDIK
PADA MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 CIAMIS**

Disusun oleh :

SITI EPA MASPUPAH
NIM : 2286010054

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 18 November 2024
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Magister Pendidikan (M.Pd)


MENYETUJUI:

Dosen	Nama Dosen	Tanggal	Tanda Tangan
Penguji Utama	Dr. H. Tamsik Udin, M.Pd	20/11-2024	
Penguji 1	Dr. H. Taqiyuddin, M.Pd	20/11-2024	
Penguji 2	Dr. Dewi Cahyani, M.M., M.Pd	20/11-2024	

Mengetahui:
Pimpinan Sidang,


Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag
NIP. 19680408 199403 1 003

Sekretaris,


Dr. Dewi Cahyani, M.M., M. Pd
NIP. 19680728 199101 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Epa Maspupah
NIM : 2286010054
Pogram : Manajemen Pendidikan Islam
Program Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul: **Pengaruh *Brand Image* dan Media Promosi terhadap Keputusan Pilihan Peserta Didik pada Madrasah Aliyah Negeri 1 Ciamis**, secara keseluruhan adalah ASLI hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini dibuat dengan sejujur-jujurnya dan dengan penuh kesungguhan hati, disertai kesiapan untuk bertanggung jawab atas segala resiko yang mungkin terjadi, sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 16 Oktober 2024



SITI EPA MASPUPAH
NIM : 2286010054

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN MEDIA PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN PESERTA DIDIK
PADA MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 CIAMIS**

TESIS

Program Studi
Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Disusun oleh :

SITI EPA MASPUPAH
NIM : 2286010054

Telah disetujui pada tanggal 16 Oktober 2024

Mengetujui :

Pembimbing I



Dr. H. Taqiyuddi, M.Pd
NIP. 19630522 199403 1 003

Pembimbing II



Dr. Dewi Cahyani, M.M., M. Pd
NIP. 19680728 199101 2 001

Dr. H. Taqiyuddin, M.Pd
Program Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
.....

NOTA DINAS

Lampiran : 6 (Enam) Lembar

Perihal : ***Penyerahan Tesis***

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

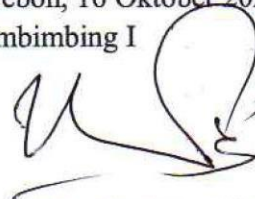
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis Saudari Siti Epa Maspupah yang berjudul "Pengaruh *Brand Image* dan Media Promosi terhadap Keputusan Pilihan Peserta Didik pada Madrasah Aliyah Negeri 1 Ciamis" telah dapat untuk diujikan. Bersama ini, kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Atas perhatian saudara, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Cirebon, 16 Oktober 2024
Pembimbing I



Dr. H. Taqiyuddin, M.Pd
NIP. 19630522 199403 1 003

Dr. Dewi Cahyani, M.M., M.Pd
Program Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
.....

NOTA DINAS

Lampiran : 6 (Enam) Lembar

Perihal : ***Penyerahan Tesis***

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis Saudari Siti Epa Maspupah yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Media Promosi terhadap Keputusan Pilihan Peserta Didik pada Madrasah Aliyah Negeri 1 Ciamis” telah dapat untuk diujikan. Bersama ini, kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Atas perhatian saudara, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Cirebon, 16 Oktober 2024
Pembimbing II



Dr. Dewi Cahyani, M.M., M.Pd
NIP. 19680728 199101 2 001

SITI EPA MASPUPAH, NIM: 2286010054. 2024. **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN PESERTA DIDIK PADA MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 CIAMIS.** TESIS. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRAK

Lembaga pendidikan sebagai penyedia jasa pendidikan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Faktor-faktor seperti brand image dan media promosi menjadi pertimbangan utama bagi calon peserta didik dalam memilih sekolah. Brand image yang kuat dapat memberikan kesan positif dan kepercayaan, sementara media promosi yang efektif dapat menyampaikan informasi yang menarik tentang jasa pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pilihan peserta didik pada MAN 1 Ciamis. (2) Untuk mengetahui pengaruh media promosi terhadap keputusan pilihan peserta didik pada MAN 1 Ciamis. (3) Untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan media promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pilihan peserta didik pada MAN 1 Ciamis.

Brand image atau citra merek merupakan sekumpulan asumsi yang ada dibenak konsumen yang dalam hal ini peserta didik terhadap suatu jasa pada lembaga pendidikan. Sedangkan, media promosi merupakan alat untuk mengkomunikasikan suatu produk (barang atau jasa), perusahaan, lembaga pendidikan agar dikenal oleh masyarakat luas. Kemudian, keputusan pilihan peserta didik dalam menentukan sekolah adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana peserta didik benar-benar memilih sekolah sebagai tempat untuk menimba ilmu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan hasilnya diinterpretasikan dengan analisis korelasional. Variabel bebas dan terikat pada penelitian ini antara lain: variabel bebas yaitu *Brand Image* (X_1) dan Media Promosi (X_2), sedangkan variabel terikatnya yaitu Keputusan Pilihan Peserta Didik (Y). Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada seluruh peserta didik kelas X MAN 1 Ciamis tahun ajaran 2023/2024 dan diambil sampel sebanyak 80 responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi dan uji regresi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif antara *brand image* (X_1) terhadap keputusan pilihan peserta didik (Y), dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai korelasinya sebesar 0,613. (2) Terdapat pengaruh positif antara media promosi (X_2) terhadap keputusan pilihan peserta didik (Y), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai korelasinya sebesar 0,684. (3) Terdapat pengaruh positif antara *brand image* (X_1) dan media promosi (X_2) secara bersama-sama terhadap keputusan pilihan peserta didik (Y), disesuaikan sebesar 0,761. Sedangkan nilai korelasi (r) sebesar 0,876 termasuk kategori yang sangat kuat.

Kata Kunci: *Brand Image*, Media Promosi, Keputusan Pilihan Peserta Didik

SITI EPA MASPUPAH, NIM: 2286010054. 2024. **THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PROMOTIONAL MEDIA ON STUDENTS' CHOICE DECISIONS AT MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 CIAMIS.** THESIS. Islamic Education Management Study Program. Siber Syekh Nurjati Cirebon State Islamic University.

ABSTRACT

Educational institutions as education service providers face increasingly tight competition. Factors such as brand image and promotional media are the main considerations for prospective students in choosing a school. A strong brand image can give a positive impression and trust, while effective promotional media can convey interesting information about educational services.

This research aims to: (1) To determine the effect of brand image on students' choice decisions at MAN 1 Ciamis. (2) To determine the effect of promotional media on students' choice decisions at MAN 1 Ciamis. (3) To determine the effect of brand image and promotional media together on students' choice decisions at MAN 1 Ciamis.

Brand image is a set of assumptions that exist in the minds of consumers, in this case students, towards a service at an educational institution. Meanwhile, promotional media is a tool to communicate a product (goods or services), company, educational institution to be recognized by the wider community. Then, the decision of the choice of students in determining the school is the stage in the decision-making process where students actually choose the school as a place to study.

The method used in this research is quantitative method and the results are interpreted by correlational analysis. The independent and dependent variables in this study include: independent variables, namely Brand Image (X1) and Promotional Media (X2), while the dependent variable is the Learner Choice Decision (Y). Data collection for this study used a questionnaire distributed to all 10th grade students of MAN 1 Ciamis in the 2023/2024 school year and a sample of 80 respondents was taken. The data analysis techniques used in this study are validity test, reliability test, classical assumption test, correlation test and regression test.

The results obtained from this study indicate that: (1) There is a positive influence between brand image (X1) on students' choice decisions (Y), with a significance value of 0.000 and a correlation value of 0.613. (2) There is a positive influence between promotional media (X2) on students' choice decisions (Y), with a significance value of 0.000 and a correlation value of 0.684. (3) There is a positive influence between brand image (X1) and promotional media (X2) together on students' choice decisions (Y), with a significance value of 0.000 and an adjusted coefficient determination value of 0.761. While the correlation value (r) of 0.876 is included in the very strong category.

Keywords: Brand Image, Promotion Media, Student Choice Decision

سببت أيضا مسفوفه، نيم: ٢٠٢٤ . ٢٢٨٦٠١٠٠٥٤ .
أثري صورة العالمة التجارية ووسائل الترويج على قرار
اختيار الطالب يف الدرسة الثانوية حكومية الإسلامية ١ سياميس
أطروحة. برنامج دراسة إدارة الرتببة الإسلامية.
برنامج الدراسات العليا يف اجلامعة الإسلامية احكومية يف سيرب الشيخ نورجايت سرببيون.

الخص

تواجه الملؤسسات التعليمية كمقدمي خدمات تعليمية منافسة شديدة على حنو متزايد. تعترب عوامل مثل
صورة العالمة التجارية والوسائط الترويجية من العنبرات الرئيسية للطالب احلمتلني يف اختيار امدرسة. ميكن لصورة العالمة التجارية القوية أن تعطي
انطباعاً إيجابياً وثقاً، بينما ميكن للوسائط الترويجية الفعالة أن تنقل معلومات مثرية
لالهتنام حول اخدمات التعليمية.

صورة العالمة التجارية هي جموعة الفرضاض الملوجودة يف أذهان المستهلكي، ويف هذه احلالة
من
الطالب، جتاه خدمة ما يف مؤسسة تعليمية. ويف الوقت نفسه، فإن وسائل العالم الترويجية هي أداة لتوصيل املنتج (السلع أو اخدمات) أو الشركة أو
املؤسسة التعليمية ليعرفها اجملتمع الأوسع. مث أبيت بعد ذلك قرار اختيار الطالب

حنديد امدرسة وهي امرحلة يف عملية اختاذا القرار حيث خيتار الطالب فعلياً امدرسة ميكن للدراسة. يهدف هذا البحث إل: (١)

ملعرفة أثري صورة العالمة التجارية على قرار اختيار الطالب يف امدرسة يف

الثانوية احكومية الإسلامية ١ سياميس. (٢) ملعرفة أثري وسائل الترويج على قرار اختيار الطالب يف امدرسة الثانوية احكومية الإسلامية ١ سياميس. (٣) ملعرفة
التأثري امشركك لصورة العالمة التجارية ووسائل الترويج على قرار اختيار
الطالب يف امدرسة الثانوية احكومية الإسلامية ١ سياميس.

الطريقة امستخدمة يف هذا البحث هي الطريقة الكمية ومث تفسري النتائج ابستخدام التحليل الرتببائي.

املتغريات امستقلة والتابعة يف هذا البحث هي: املتغري امستقل صورة العالمة التجارية (X1) ووسائل الترويج (X2)، بينما املتغري التابع هو قرار
اختيار الطالب (Y). مث مبع بيبانت البحث ابستخدام استبيان مث توزيعه على مبيع طالب الصف العاشر يف امدرسة الثانوية احكومية الإسلامية
I تشيلايميس العام الدراسي ٢٠٢٣/٢٠٢٤ ومث أخذ

عينة من ٨٠ مستجيباً. تقنيات حنليل البيبانت امستخدمة يف هذا البحث هي اختبار الصالحية، اختبار الملوثوقية،

اختبار الفرضاض الكالسيكية، اختبار الرنباط واختبار الحنذار. أظهرت نتائج هذا

البحث ما يلي: (١) يوجد أثري موجب بني صورة العالمة التجارية (X1) على

قرارات اختيار الطالب (Y)، بقيمة داللة 0.000 وقيمة ارتباط 0.613. (٢) يوجد أثري موجب بني الوسائط

الترويجية (X2) على قرارات اختيار الطالب (Y)، بقيمة داللة 0.000 وقيمة ارتباط 0.684. (٣) يوجد أثري موجب بني صورة العالمة

التجارية (S) والوسائط الترويجية (S2) معاً على قرارات اختيار الطالب (ص)، بقيمة داللة 0.000 وقيمة ارتباط معدلة 0.761. يف حني أن

قيمة الرنباط (r) البالغة 0.876 تندرج ضمن فئة الرنباط

ج د.

الفتاحية: صورة العالمة التجارية، وسائل الترويج، قرار اختيار الطالب القوي الكلمات

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman, Islam, dan ikhsan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan sebaik-baiknya dan semoga memberi manfaat bagi yang membacanya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW., beserta keluarga, para sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman.

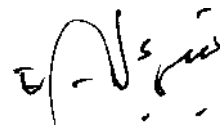
Tesis ini disusun sebagai tugas akhir dan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen Pendidikan Islam (M.Pd) pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjan Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon. Selama penulisan tesis ini, penulis menyadari bahwa tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang dialami. Namun, berkat do'a, perjuangan, kesungguhan hati, dan dorongan serta masukan-masukan yang baik dari berbagai pihak untuk menyelesaikan tesis ini, semua dapat teratasi. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
2. Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag. Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
3. Dr. Dewi Cahyani, M.M., M.Pd. Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon dan selaku Dosen Pembimbing Tesis telah bersedia memberikan pikiran dan waktu sibuknya membimbing dalam penyusunan tesis.
4. Dr. H. Taqiyuddin, M.Pd, Dosen Pembimbing Utama Tesis telah bersedia memberikan pikiran dan waktu sibuknya membimbing dalam penyusunan tesis.
5. Dosen dan Staf Akademik Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberikan ilmunya.
6. Tenaga kependidikan MAN 1 Ciamis yang telah memberikan dukungan, do'a dan izin selama penelitian ini.
7. Orang tua, keluarga dan teman-teman mahasiswa seperjuangan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjan Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Ucapan terimakasih juga dihaturkan kepada pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, namun turut membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini, penulis tidak dapat membalasnya dengan apapun, semoga Allah SWT yang akan membalas dengan balasan yang sebaik-baiknya di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam pembuatan tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki tesis ini. Dengan selalu mengharap ridha Allah SWT, semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya, Aamiin.

Cirebon, 15 Oktober 2024



SITIEPA MASPUPAH

NIM : 2286010054

RIWAYAT HIDUP



Penulis yang akrab disapa Eva ini memiliki nama lengkap Siti Epa Maspupah, lahir di Majalengka 01 Januari 2000 dan bertempat tinggal di Dusun Wantah RT/RW (007/003), Desa Sukajadi, Kecamatan Lemahsugih, Kabupaten Majalengka. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan bapak H. Daryono dan ibu Hj. Sunartini.

Adapun riwayat pendidikan penulis:

1. Sekolah Dasar Negeri Sukajadi 2 (2006-2012)
2. Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Lemahsugih (2012-2015)
3. Madrasah Aliyah Negeri 1 Darussalam Ciamis (2015-2018), Program Keagamaan
4. Institut Agama Islam Darussalam Ciamis (2018-2022), Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI). Tahun 2022 membuat Skripsi dengan judul **“Nilai-nilai Pendidikan Akhlak dalam *Webtoon* Komik Nasehat Islami Karya Ilham Randa”**.
5. Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, tahun 2023 program pascasarjana studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Tahun 2024 melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (Tesis) dengan judul **“Pengaruh Brand Image dan Media Promosi Terhadap Keputusan Pilihan Peserta Didik Pada Madrasah Aliyah Negeri 1 Ciamis”**.

MOTTO

إِن مَعَ رِيِّهِ يَسْرًا
لُجُوعًا

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan (Q.S. Al-Insyirah: 6)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah berkat rahmat Allah SWT. Semangat doa, dan dukungan penuh dari orang-orang terdekat. Akhirnya tesis ini dapat di selesaikan dengan sebaik-baiknya.

Tesis ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua penulis (Abah Daryono/Atep dan Mimi Sumartini) atas ketulusannya dalam mengasuh, mendidik, membesarkan, membimbing, senantiasa berkorban jiwa dan raga, dan medo'akan penulis dengan penuh kasih sayang serta keikhlasan di dalam iringan do'a.
2. Keluarga besar Aman yang selalu ada dan mendo'akan penulis.
3. Saudara-saudaraku (Almh. Siti Maesaroh dan Almh. Siti Iis Nurjanah) semoga ditempatkan ditempat terbaik disisi-Nya.
4. Adik bungsu Milatul Hasanah yang selalu memberi semangat dan mendo'akan disetiap langkah penulis.
5. Teman-teman MPI A, yang selalu ada dan menguatkan penulis.
6. Semua sahabat (Teh Ina, Teh Amer, Teh Awa dan Teh Ani), teman kos penulis (Wulan dan Lisa) dan teman-teman seperjuangan penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang saling memotivasi pembuatan tesis ini.
7. Last but not least, untuk diriku sendiri yang sejauh ini sudah berjuang dengan keras dan selalu mengusahakan yang terbaik.

Terimakasih banyak semuanya.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam tesis ini berpedoman pada SK Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	-
ت	Ta	T	-
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	-
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sin	S	-
ش	Syin	Sy	-
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	-	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	-
ف	Fa	F	-
ق	Qaf	Q	-
ك	Kaf	K	-
ل	Lam	L	-
م	Mim	M	-
ن	Nun	N	-
و	Wau	W	-
ه	Ha	H	-
ء	Hamzah	..’..	Apostrof (tetapi lambang ini tidak digunakan untuk hamzah di awal kata)
ي	Ya	Y	-

Bila secara teknis ada kesulitan dalam mengikuti pedoman tersebut, dapat dipilih alternatif lain, dengan catatan digunakan secara konsisten. salah satu alternatifnya adalah seperti pedoman di bawah ini.

ARAB	LATIN	ARAB	LATIN
ا	A	ط	th
ب	B	ظ	zh
ت	T	ع	'
ث	Ts	غ	gh
ج	J	ف	f
ح	H	ق	q
خ	Kh	ك	k
د	D	ل	l
ذ	Dz	م	m
ر	R	ن	n
ز	Z	و	w
س	S	ه	h
ش	Sy	ء	'
ص	Sh	ي	y
ض	Dl	-	

Catatan :

1. â = a panjang
2. î = i panjang
3. û = u Panjang
4. Kata sandang alif+lam (ال) baik diikuti oleh huruf qamariyah maupun syamsiyah ditulis al. Contoh : السلام ditulis al-Islâm. Bila diikuti huruf syamsiyah huruf al diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti الرسالة ditulis al-Risâlah.
5. Nama orang, istilah hukum, dan nama-nama lain yang sudah dikenal di Indonesia, tidak terikat oleh pedoman ini. Contoh : Abdullah, Syariah, shalat, dan zakat.
6. Konsonan rangkap yang disebabkan oleh syaddah ditulis rangkap, contoh : رِدَّةٌ ditulis riddah.
7. Ta marbûthah di akhir kata : Bila dimatikan ditulis h, seperti بدعة ditulis bid'ah : kecuali sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat dan zakat. Bila dihidupkan karena dirangkaikan dengan kata lain ditulis t, contoh ditulis *Karomat al-awlya'*

DAFTAR ISI

	hal.
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
ملخص	viii
KATA PENGANTAR	ix
RIWAYAT HIDUP	xi
MOTTO & PERSEMBAHAN	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR BAGAN.....	xviii
DAFTAR GRAFIK	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	5
C. Tujuan	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Brand Image</i>	8
2. Media Promosi.....	22
3. Keputusan Pilihan Peserta Didik	41
B. Penelitian Terdahulu	52
C. Kerangka Berpikir dan Hipotesis.....	56
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Metode dan Jenis Penelitian.....	59
B. Jenis Data	59

	hal.
C. Populasi dan Sampel.....	60
D. Tempat dan Waktu Penelitian.....	61
E. Definisi Operasional Variabel.....	62
F. Teknik Pengumpulan Data.....	63
G. Teknik Pengolahan Data.....	68
H. Teknik Analisis Data.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
A. HASIL PENELITIAN.....	74
1. Objek Penelitian.....	74
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1) terhadap Keputusan.....	76
3. Pengaruh Media Promosi (X_2) terhadap Keputusan	78
4. Pengaruh X_1 dan X_2 Secara Bersama-sama terhadap.....	81
B. PEMBAHASAN.....	89
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan.....	89
2. Pengaruh Media Promosi terhadap Keputusan	95
3. Pengaruh X_1 dan X_2 Secara Bersama-sama terhadap.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

	hal.
Tabel 3.1 Data Responden Penelitian	61
Tabel 3.2 Waktu Penelitian	61
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian/Kuesioner <i>Brand Image</i>	64
Tabel 3.4 Instrumen Penelitian/Kuesioner Media Promosi.....	64
Tabel 3.5 Instrumen Penelitian/Kuesioner Keputusan Pilihan.....	64
Tabel 4.1 Hasil Uji t <i>Brand Image</i> (X_1) terhadap Keputusan.....	76
Tabel 4.2 Nilai Korelasi <i>Brand Image</i> (X_1) terhadap Keputusan.....	78
Tabel 4.3 Hasil Uji t Media Promosi (X_2) terhadap Keputusan	79
Tabel 4.4 Nilai Korelasi Media Promosi (X_2) terhadap Keputusan	80
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Uji Normalitas	81
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Autokorelasi dengan Uji Durbin Watson	82
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Autokorelasi dengan Uji <i>Runs Test</i>	83
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Uji Multikoleniaritas	84
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Uji Heteroskedastisitas.....	84
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	86
Tabel 4.11 Hasil Korelasi Bersama-sama X_1 dan X_2	88
Tabel 4.12 Data Peserta Didik Tahun Ajaran 2020/2021-2024/2025(X_2).....	102

DAFTAR BAGAN

	hal.
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	57
Bagan 3.1 Konstelasi Variabel Penelitian	63
Bagan 4.1 Pengaruh Variabel Penelitian	89

DAFTAR GRAFIK

	hal.
Grafik 4.1 Kurva Hasil Uji t (variabel X_1 terhadap Y).....	77
Grafik 4.2 Kurva Hasil Uji t (variabel X_2 terhadap Y).....	79
Grafik 4.3 Normal P-P Plot Regression.....	82
Grafik 4.4 Grafik Scatterpot	85
Grafik 4.5 Kurva Hasil Uji F.....	87
Grafik 4.6 Data Peserta Didik Tahun Ajaran 2020/2021-2024/2025.....	103

DAFTAR GAMBAR

	hal.
Gambar 4.1 Data Lulusan MAN 1 Ciamis dan Dokumentasi Prestasi	91
Gambar 4.2 Beberapa Fasilitas MAN 1 Ciamis	92
Gambar 4.3 Prestasi yang Diraih Oleh Pendidik MAN 1 Ciamis	93
Gambar 4.4 Ekstrakurikuler MAN 1 Ciamis.....	94
Gambar 4.5 Kegiatan Amal dan Kemah Dakwah MAN 1 Ciamis.....	95
Gambar 4.6 Akun Resmi Media Sosial Instagram MAN 1 Ciamis	97
Gambar 4.7 Akun Resmi Media Sosial Facebook MAN 1 Ciamis.....	98
Gambar 4.8 Akun Resmi Media Sosial Tiktok MAN 1 Ciamis.....	98
Gambar 4.9 Akun Resmi Media Sosial Youtube MAN 1 Ciamis.....	99
Gambar 4.10 Brosur PPDB dan <i>Event</i> Lomba	100

DAFTAR LAMPIRAN

	hal.
Lampiran 1 Lembar Persetujuan Uji Coba Instrumen Penelitian I.....	112
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Uji Coba Instrumen Penelitian II.....	113
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	114
Lampiran 4 Skor Data Hasil Perhitungan Kuesioner	118
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen.....	120
Lampiran 6 Data Keadaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan MAN 1	123
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian	125
Lampiran 8 SK Penelitian	126
Lampiran 9 Surat Pengantar Penelitian	127
Lampiran 10 Surat Persetujuan Tempat Penelitian	128