



Home / Archives / Vol 16 No 2 (2019): Year 2019 / Articles

ADAKAH KETERKAITAN SMALL GROUP LEARNING METHOD DAN PRICE TERHADAP BUYING INTEREST EDUCATION? (STUDI KASUS DI EBEN HAEZAR)

Liliana Dewi
Universitas Ciputra

PDF

Published
2020-01-06

Abstract

This research is based on data of the total number of students of Eben Haezar Learning Center Kenjeran in the last 2 years shows the student graphic is sale decreasing. The result shows that price and small group

How to Cite
Dewi, L. (2020). ADAKAH KETERKAITAN SMALL GROUP LEARNING METHOD DAN PRICE TERHADAP BUYING INTEREST EDUCATION?

Open Journal Systems

Language

Bahasa Indonesia

English

GoogleScholar

Information

For Readers

For Authors

from researchers, not only in Asia but also globally.

Published: 2020-01-06

Articles

[PENGARUH PERCEIVED RISK DAN ONLINE COSTUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI TOKOPEDIA](#)

indonesia

nuri purwanto

175-186



[FAKTOR-FAKTOR PELAKSANAAN PP 23 TAHUN 2018 TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI JAKARTA DENGAN KESADARAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING](#)

Endro Andayani

187-214



[DESAIN PROTOTYPING SISTEM INFORMASI MANAJEMEN LAYANAN RESERVASI HOTEL X BERBASIS WEB](#)

Alexander Wirapraja

215-238



[ADAKAH KETERKAITAN SMALL GROUP LEARNING METHOD DAN PRICE TERHADAP BUYING INTEREST EDUCATION? \(STUDI KASUS DI EBEN HAEZAR\)](#)

Liliana Dewi

239-255



[English](#)

[GoogleScholar](#)

Information

[For Readers](#)

[For Authors](#)

[For Librarians](#)

Current Issue

[ATOM 1.0](#)

[RSS 2.0](#)

[RSS 1.0](#)

**ADAKAH KETERKAITAN *SMALL GROUP LEARNING METHOD* DAN
PRICE TERHADAP *BUYING INTEREST* EDUCATION?
(STUDI KASUS DI EBEN HAEZAR)**

Victor Wijaya Ngantung¹, Liliana Dewi²
Universitas Ciputra¹²
Ldewi@ciputra.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh data jumlah siswa Eben Haezar Learning Center Kenjeran dalam 2 tahun terakhir yang menunjukkan grafik siswa mengalami penurunan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan metode pembelajaran small group berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci: Pendidikan, Harga, Metode Pembelajaran Small Group, Minat Beli

ABSTRACT

This research is based on data of the total number of students of Eben Haezar Learning Center Kenjeran in the last 2 years shows the student graphic is sale decreasing. The result shows that price and small group learning method affect purchasing interest.

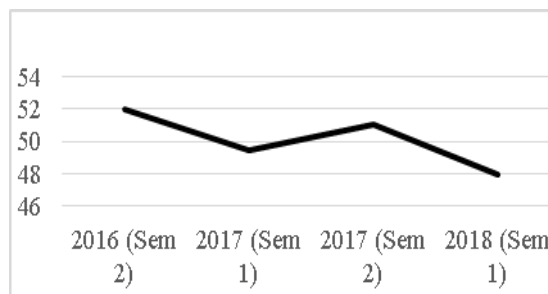
Keywords: Education, Price, Small Group Learning Method, Buying Interest

PENDAHULUAN

Eben Haezar *Learning Center* Kenjeran merupakan salah satu bimbingan belajar yang berdiri di bidang usaha jasa bimbingan pendidikan yang berlokasi di Jl. Lebak Jaya III no 57, Surabaya. Suatu hal yang membedakan Eben Haezar *Learning Center* dengan tempat kursus lainnya yaitu kami merupakan jasa bimbingan belajar *small group*. *Small group* disini artinya, siswa tetap belajar secara berkelompok, tetapi dibatasi hingga 6 siswa dengan jenjang yang sama. Tujuan utama dari model ini adalah agar siswa tetap dapat belajar dengan fun bersama teman, tetapi materi yang diajarkan adalah sesuai dengan kebutuhan siswa tersebut. Sehingga siswa dapat lebih fokus tetapi juga dapat berdiskusi dengan teman belajarnya.

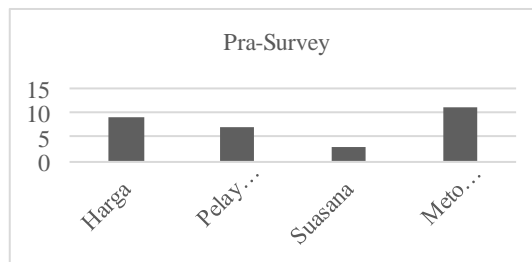
Target pasar utama dari Eben Haezar *Learning Center* adalah orangtua yang memiliki anak yang sedang menempuh pendidikan formal (SD-SMA) dengan keadaan finansial menengah atas. Untuk segmen geografis kami menargetkan orang-orang yang berlokasi di Surabaya timur khususnya daerah Kenjeran. Media publikasi yang selama ini kami gunakan adalah penyebaran brosur secara berkala, dan banner. Tetapi kebanyakan dari customer kami berasal dari word of mouth, yaitu rekomendasi dari saudara atau rekan mereka yang pernah belajar di Eben Haezar *Learning Center*. Saat ini Eben Haezar *Learning Center* cabang Kenjeran

sendiri sudah memiliki kurang lebih 50 siswa dari jenjang TK – SMA.



Gambar 1.1 Rata-Rata Jumlah Siswa Eben Haezar *Learning Center* Kenjeran tahun 2016-2018
Sumber: Perusahaan Eben Haezar *Learning Center* Kenjeran

Berdasarkan Gambar 1.1 data jumlah siswa dalam 2 tahun terakhir menunjukkan stagnansi bahkan penurunan. Seiring berjalannya waktu, sekarang cukup banyak kompetitor yang bermunculan dengan metode yang sama dengan Eben Haezar *Learning Center*, dengan harga yang lebih murah, sehingga cukup banyak customer yang beralih ke bimbingan belajar lain.



Gambar 1.2 Hasil Pra-Survey Faktor Minat Beli Bimbingan Belajar

Sumber: Data Penulis

Berdasarkan Gambar 1.2 peneliti melakukan pra-survey yang diberikan kepada 15 orang di sekitar Eben Haezar Learning Center Kenjeran yang terdiri atas ibu-ibu yang mempunyai anak yang sedang menempuh pendidikan SD-SMA. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner langsung dan tertutup. Menurut Arikunto (2010:194) kuesioner langsung adalah kuesioner yang dikirim langsung kepada orang yang dimintai pendapat dan kuesioner tertutup merupakan kuesioner yang menghendaki jawaban pendek, atau jawabannya diberikan dengan membubuhkan tanda tertentu. Daftar pertanyaan disusun dengan disertai alternatif jawaban, responden diminta untuk memilih salah satu jawaban atau lebih dari alternatif yang disediakan.

Dalam kuesioner tersebut, responden diminta untuk memilih dua dari empat pilihan yang tersedia. Pilihan jawaban meliputi harga, pelayanan, suasana, dan metode pembelajaran. Pilihan jawaban tersebut didapatkan dari hasil focus group discussion dengan orangtua siswa yang memutuskan untuk berhenti dan melanjutkan di tempat bimbingan belajar lain, sehingga didapatkan empat faktor tersebut sebagai alasan konsumen pindah ke kursus lain. Hasil yang didapatkan adalah 37% responden memilih metode pembelajaran. Sedangkan 30% responden memilih harga. Sisanya, sebanyak 23% memilih pelayanan dan 10% memilih suasana sebagai faktor yang menentukan minat responden dalam mendaftarkan anak mereka ke suatu bimbingan belajar. Berdasarkan hasil yang didapatkan penulis memilih faktor metode pembelajaran *small group* dan harga sebagai variabel bebas yang akan diteliti, beserta minat beli sebagai variabel terikat. Oleh karena itu, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Efek Harga dan Metode Pembelajaran *Small Group* terhadap Minat Beli Eben Haezar”.

LANDASAN TEORI

Harga

Menurut Simamora (2001:62 dalam Nurhayati 2017), harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk. Dengan

demikian, harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga juga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi market share-nya. Bagi perusahaan, harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih. Secara umum pengertian harga adalah nilai pertukaran dari suatu produk atau jasa.

Menurut Stanton (2008 dalam Rozikin, et al., 2015), indikator yang mencirikan harga yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Metode Pembelajaran *Small Group*

Menurut Martinis Yamin dan Bansu I Ansari (2009:71 dalam Asih et al., 2018) model pembelajaran *small group* di definisikan sebagai model pembelajaran yang menyuruh siswa berkerja sama dalam suatu kelompok dari pada menjelaskan secara klasikal. Tujuan dari model pembelajaran ini adalah untuk meningkatkan motivasi dan hasil belajar siswa dengan menerapkan model

pembelajaran *small group*.

Usman (2002:39 dalam Suprapti 2017) menyebutkan prinsip-prinsip yang perlu dipegang dalam pelaksanaan model pembelajaran kooperatif tipe *small group* antara lain:

- a. Melibatkan peserta didik secara aktif dalam diskusi yang diadakan.
- b. Diperlukan ketertiban dan keteraturan dalam mengemukakan pendapat secara bergilir yang dipimpin oleh seorang ketua atau moderator.
- c. Masalah yang didiskusikan disesuaikan dengan perkembangan dan kemampuan peserta didik.
- d. Guru berusaha mendorong peserta didik yang kurang aktif untuk melakukan atau mengeluarkan pendapatnya.
- e. Peserta didik dibiasakan menghargai pendapat orang lain dalam menyetujui atau menentang pendapat.

Minat Beli

Menurut Kotler & Keller (2013:137 dalam Salim et al., 2017) minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka akan memperkuat

minat beli, ketidakpuasan akan menghilangkan minat beli. Indikator minat beli terdiri dari: ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan, ketersediaan produk dan kemudahan dalam membeli, situasi pembelian yang menyenangkan, terpenuhinya kebutuhan (Kinnear et al., 1995 dalam Fure, 2013).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan populasi dari seluruh konsumen yang berpotensi untuk menggunakan jasa Eben Haezar *Learning Center* Kenjeran. Oleh karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel digunakan menggunakan perhitungan rumus Wibisono yang dirumuskan dengan:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{E} \right]^2$$

dimana:

n = ukuran sampel

Z_{α/2} = Nilai standard daftar luar normal standard bagaimana tingkat kepercayaan (α) 95%

σ = standard deviasi populasi

E = tingkat ketepatan yang digunakan dengan mengemukakan dasarnya error maksimum (5%)

$$n = \left[\frac{1,96 \cdot 0,25}{0,05} \right]^2$$

$$n = 97$$

Adapun metode sampling pada penelitian ini menggunakan metode insidental.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil pengujian validitas pada variabel harga (X1) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa seluruh instrumen dari variabel harga memiliki *sig.* < 0,05, yaitu sebesar 0,000 sehingga seluruh instrumen dari variabel harga dapat dinyatakan valid. Hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,601 nilai tersebut > nilai kritis (0,6) sehingga instrumen dari variabel harga dapat dinyatakan *reliable*. Hasil pengujian validitas pada metode pembelajaran *small group* (X2) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa seluruh instrumen dari variabel metode pembelajaran *small*

group memiliki *sig.* < 0,05, yaitu sebesar 0,000 sehingga seluruh insrumen dari variabel metode pembelajaran *small group* dapat dinyatakan valid.

Hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,692 nilai tersebut > nilai kritis (0,6) sehingga insrumen dari variabel metode pembelajaran *small group* dapat dinyatakan *reliable*. Hasil pengujian validitas pada variabel minat beli (Y) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa seluruh instrument dari variabel minat beli memiliki *sig.* < 0,05, yaitu sebesar 0,000 sehingga seluruh insrumen dari variabel minat beli dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,646 nilai tersebut > nilai kritis (0,6) sehingga insrumen dari variabel minat beli dapat dinyatakan *reliable*.

Analisis Regresi Berganda

Hasil perhitungan persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,844 + 0,494 X_1 + 0,277 X_2 + \epsilon$$

Dimana:

Y = minat beli

X_1 = harga

X_2 = metode pembelajaran *small group*

ϵ = kesalahan

Persamaan regresi linier menunjukkan bahwa ketika nilai variabel harga dan metode pembelajaran *small group* bernilai 0 maka nilai minat beli adalah 0,844. Persamaan regresi linier menunjukkan bahwa variabel harga bernilai 0,494 sehingga secara statistik dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan variabel harga sebanyak satu satuan, maka variabel minat beli akan naik sebesar 0,494 dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas lain yaitu metode pembelajaran *small group* tetap.

Persamaan regresi linier menunjukkan bahwa variabel metode pembelajaran *small group* bernilai 0,277 sehingga secara statistik dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan variabel metode pembelajaran *small group* sebanyak satu satuan, maka variabel minat beli akan naik sebesar 0,277 dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas lain yaitu harga tetap.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji statistik F bernilai 0,000. Nilai tersebut $\leq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) dan metode pembelajaran *small group* (X2) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli (Y).

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel harga sebesar 0,000. Nilai tersebut $\leq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y). Nilai signifikansi uji t variabel metode pembelajaran *small group* sebesar 0,006. Nilai tersebut $\leq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel metode pembelajaran *small group* (X2) secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y).

Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai R atau koefisien korelasi sebesar 0,568 atau 56,8%. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan linier variabel bebas (harga dan metode pembelajaran *small group*) terhadap variabel terikat (minat beli) bernilai cukup kuat dan positif. Hubungan linier yang kuat dan positif menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki peranan yang besar bagi variabel terikat. Maka, semakin baik harga & metode pembelajaran *small group* maka semakin baik pula minat beli.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* (R^2) atau koefisien determinasi sebesar 0,323 atau 32,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebesar 0,323 atau 32,3%. Sedangkan sisanya (77,7%) ditimbulkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai sigifikansi dari uji normalitas adalah sebesar 0,2. Nilai signifikansi tersebut $> 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa residual berdistribusi normal.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF pada kedua variabel bebas adalah sebesar 1,09 (< 10), sedangkan nilai toleransi pada kedua variabel bebas tersebut sebesar 0,917 ($> 0,1$), sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas pada variabel bebas dalam model regresi.

Hasil uji heteroskedasitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel harga (X1) sebesar 0,939 dan variabel metode pembelajaran *small group* (X2) sebesar 0,982. Kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas.

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai kedua variabel bebas yaitu harga (X1) dan metode pembelajaran *small group* (X2) dapat dinyatakan berhubungan linier terhadap variabel terikat yaitu minat beli (Y) karena memiliki nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini antara lain :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli sehingga hipotesis pertama (H1) dapat diterima.
2. Metode pembelajaran *small group* berpengaruh signifikan pada minat beli, sehingga hipotesis kedua (H2) dapat diterima.
3. Hal tersebut menunjukkan apabila Eben Haezar *Learning Center* Kenjeran memperbaiki variabel harga dan metode pembelajaran *small group* maka minat beli konsumen akan meningkat, dan sebaliknya.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini antara lain :

1. Eben Haezar *Learning Center* Kenjeran perlu memperbaiki strategi *pricing* yang cocok dengan dengan konsumen sekitar. Eben Haezar *Learning Center* Kenjeran perlu mempromosikan memperbaiki sistem pembelajaran *small group*.
2. Disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang dapat memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Amizawati Mohd. et al. (2016). Pricing For Higher Education Institutions: A Value-Based Approach. *International Journal of Educational Management, Vol. 30 Issue: 6, pp.929-940*
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asih, H. P. S. et al. (2015). Penerapan Sistem Among Dengan Small Group Work Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Matematika. Yogyakarta: *Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*.

- Fadlilah, Kamilia. (2017). Analisis Kualitas Perilaku Pelayanan Dalam Mempengaruhi Minat Beli Konsumen. Kudus: *Undergraduate thesis, STAIN Kudus*.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fure, Hendra. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. Manado: *Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 273-283*.
- Ghozali, H. I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Holaway, Richard. (2016). An Investigation of the Trends in Pricing for Christian Higher Education and Its Relationship to Perceived Quality. Tenisse: *George Fox University*.
- Nurhayati, Siti. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. Yogyakarta: *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017*.
- Pramesti, Getut. (2016). *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Rozikin, et al. (2015). Pengaruh Harga, Iklan Televisi Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza Di Dealer Nasmoco Pemuda Semarang. Semarang: *Universitas Pandanaran Semarang*.
- Salim, Yusrah Ubaid & Widaningsih, Sri. (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris Di Lembaga Kursus Bahasa Northern Lights Education Center (NLEC) Bandung. Bandung: *e- Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017*.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suprpti, Nany. (2015). Meningkatkan Aktivitas Dan Hasil Belajar Ipa Materi Perubahan Kenampakan Permukaan Bumi Dan Benda Langit Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Small Group Discussion. Kalimantan Selatan: *Sagacious Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Sosial Vol. 3 No. 2 Januari-Juni 2017*.