

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENDAFTARAN DI MADRASAH
TSANAWIYAH WAHID HASYIM 02 DAU MALANG**

SKRIPSI

Oleh

Sonya Resita Puspita Asri

217720197



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM MA'HAD ALY AL-HIKAM
MALANG**

2025

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENDAFTARAN DI MADRASAH
TSANAWIYAH WAHID HASYIM 02 DAU MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'had Aly Al-Hikam Malang untuk
memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Manajemen
Pendidikan Islam

Oleh

Sonya Resita Puspita Asri

217720197

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM MA'HAD ALY AL-HIKAM**

MALANG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pendaftaran Di Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang” ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 30 April 2025.

Dewan Penguji,



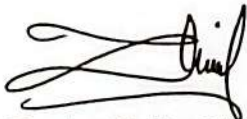
Jodang Setia Adi Anista R. S.Pd., M.E.

NIY 077.06.045



Anas Tania Januari S.H.I, M.E.

NIY 077.06.043



Zaedun Na'im M.Pd.I.

NIY 077.06.019

Ketua Penguji

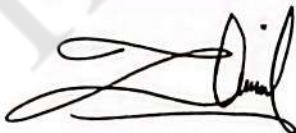
Penguji Utama

Sekretaris Penguji

Mengetahui,

Kaprodi

Manajemen Pendidikan Islam



Zaedun Na'im M.Pd.I.

NIY 077.06.019

Ketua

STPAI Ma'had Aly Al-Hikam



Dr. Muchamad Marcholiq, M.Pd

NIY 077.06.010

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sonya Resita Puspita Asri

NIM : 217720197

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Alamat : Desa Kucur RT 001, RW 001 Kec.Dau, Kab.Malang, Jawa Timur.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya. Kecuali yang tertulis dan disebutkan referensinya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai ketentuan yang berlaku.

Malang, 25 April 2025

Yang Menyatakan,



Sonya Resita Puspita Asri

NIM 217720197

MOTTO

"The art of marketing is the art of brand building. If you are not a brand, you are a commodity. Then price is everything and the low-cost producer is the only winner."

Marketing adalah seni membangun merek. Jika Anda bukan merek, Anda hanya komoditas. Maka harga adalah segalanya dan produsen berbiaya rendahlah yang menang.

(Philip Kotler)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberikan saya kekuatan, membekali saya dengan ilmu pengetahuan serta memperkenalkan saya dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan, akhirnya Karya Tulis Ilmiah yang sederhana ini dapat terselesaikan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan syafaatnya kelak di Hari Kiamat. Tiada lembar yang paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan, bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Terima kasih kepada kedua orangtuaku tercinta, Bapak Nur Da'wan Riyanto dan Ibu Rully Puji Astuti yang telah memberikan curahan kasih dan pengorbanan untuk anakmu tercinta dengan segala tawa dan tangis dari awal sampai akhirnya bisa sampai dititik ini sehingga penulis bisa menyelesaikan karya tulis ini dengan baik.
2. Terima kasih kepada adikku tersayang, Hafizh Rekagel Annabawi untuk kasih sayang dan segala perdebatan disetiap harinya. Tetap semangat, lakukan segala hal yang ingin kamu coba. Jangan khawatirkan apapun mbakmu akan selalu dipihakmu.
3. Terima kasih kepada temanku tersayang Astria Widiyanti dan Elya Durotul Munawaroh, atas segala dukungan dan bantuan kalian. Terima kasih telah mendengarkan segala keluh kesahku yang tidak diakan pernah terucap kepada oranglain. Semoga persahabatan kita tetap seperti saudara sampai nenek-

nenek.

4. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah melewati segala hal yang mungkin sedikit menyakitkan dan tetap bertahan. Tetap optimis untuk segala hal yang akan kamu lewati kedepannya. Tetap cantik dan semakin berseri.
5. Terima kasih kepada kalian yang telah mewarnai kehidupan penulis disaat kuliah. Terima kasih atas segala kesenangan dan kesedihan yang telah terjadi diantara kita. Semoga kebaikan selalu menyertaimu.
6. Untuk seseorang yang pernah singgah dihari-hari penulis terima kasih atas semua hal yang pernah kita lewati entah kesenangan maupun kesedihannya.

ABSTRAK

Asri, Sonya Resita Puspita. 2025. *Analisis Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pendaftaran Di Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang*. Skripsi. Program Sarjana Manajemen Pendidikan Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'had Aly Al-Hikam Malang. Pembimbing: Jodang Setia Adi Anista R, S.Pd., M.E.

Kata Kunci : *Promosi Media Sosial, Kepercayaan, Keputusan Pendaftaran.*

Di era digital, media sosial menjadi alat promosi yang efektif, termasuk dalam bidang pendidikan. Sekolah perlu memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube untuk memperluas jangkauan informasi dan membangun kepercayaan masyarakat. Promosi yang tepat melalui media sosial dapat membantu calon siswa dalam menentukan pilihan sekolah dan meningkatkan citra lembaga pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi media sosial terhadap minat dan kepercayaan masyarakat, serta mengkaji penyebab menurunnya jumlah peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau, guna merumuskan strategi peningkatan yang tepat.

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh promosi media sosial terhadap pengambilan keputusan pendaftaran di Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang dan mengukur pengaruh kepercayaan terhadap pengambilan keputusan pendaftaran di Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang

Metode penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif, data yang diperoleh dari angket dan dokumentasi, dengan uji regresi linier sederhana, uji multikolonieritas, uji normalitas, dan untuk uji Hipotesis dengan menggunakan uji t, uji f dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian Analisis Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pendaftaran Di Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang dengan jumlah sampel dalam penelitian 138 responden, penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan, hal ini didapat dari hasil uji regresi linier sederhana X_1 $0.490 > 0,05$ dan X_2 $0.585 > 0,05$ sehingga melalui uji regresi linier sederhana ini dikatakan kategori sedang, untuk uji multikolonieritas terdapat hasil nilai tolerance X_1 $0,854 > 0.100$ dan X_2 nilai tolerance $0,854 > 0.100$ maka disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas pada variabel dependen, untuk uji normalitas terdapat hasil nilai signifikansi $0.200 > 0.05$, maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal, Sedangkan untuk hasil uji t_{hitung} X_1 dengan nilai 4.439 dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1.655 dan X_2 dengan nilai 6.617 dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1.655 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial terhadap variabel Y. untuk uji f terdapat hasil f_{hitung} $50.279 > f_{tabel}$ 3,91, sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa variabel independen memiliki pengaruh secara simultan. Berdasarkan uji determinasi pengaruh variabel promosi (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap variabel preferensi konsumen (Y) adalah sebesar 42% dan sisanya 58% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

ABSTRACT

Asri, Sonya Resita Puspita. 2025. *An Analysis of the Influence of Social Media Promotion and Trust on Decision-Making for Enrollment at Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang*. Undergraduate Thesis. Bachelor's Program in Islamic Education Management, Ma'had Aly Al-Hikam College of Islamic Religion, Malang. Advisor: Jodang Setia Adi Anista R, S.Pd., M.E.

Keywords: Social Media Promotion, Trust, Enrollment Decision.

In the digital era, social media has become an effective promotional tool, including in the field of education. Schools need to leverage platforms such as Instagram, Facebook, TikTok, and YouTube to expand the reach of information and build public trust. Proper promotion through social media can help prospective students in choosing schools and improve the institution's image. This study aims to analyze the influence of social media promotion on public interest and trust, as well as examine the causes of the declining number of new student enrollments at Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau, in order to formulate appropriate improvement strategies.

The purpose of this study is to measure the influence of social media promotion on enrollment decision-making at Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang and to measure the influence of trust on enrollment decision-making at Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang

This research uses a quantitative method, with data collected through questionnaires and documentation. Data analysis includes simple linear regression tests, multicollinearity tests, normality tests, and hypothesis testing using t-tests, F-tests, and the coefficient of determination test.

The results of the analysis, based on a sample of 138 respondents, indicate a significant influence. Simple linear regression results show $X1 = 0.490 > 0.05$ and $X2 = 0.585 > 0.05$, which indicates a moderate category. The multicollinearity test showed tolerance values for $X1 = 0.854 > 0.100$ and $X2 = 0.854 > 0.100$, indicating no multicollinearity issues. The normality test resulted in a significance value of $0.200 > 0.05$, indicating normally distributed residuals. For the t-test, the t-value for $X1$ is 4.439 compared to the t-table value of 1.655, and for $X2$, the t-value is 6.617 compared to the t-table value of 1.655, indicating that there is no partial influence on variable Y . However, the F-test result shows $F_{count} = 50.279 > F_{table} = 3.91$, indicating that the independent variables have a simultaneous influence. The coefficient of determination test shows that the influence of promotion ($X1$) and trust ($X2$) on consumer preference (Y) is 42%, while the remaining 58% is influenced by other variables not discussed in this study.

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur bagi Allah SWT karena atas berkat rahmat, rahim, dan karunia-Nya sehingga penulis diberi kemudahan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Analisis Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pendaftaran Di Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang”* dengan baik.

Tak lupa sholawat dan salam senantiasa selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing manusia dalam jalan yang penuh dengan kegelapan menuju jalan yang terang penuh cahaya. Serta kepada keluarganya dan para sahabat-sahabatnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari dukungan beberapa pihak yang telah mendukung segenap hati sehingga dapat terselesaikan. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada beberapa pihak, yaitu kepada :

1. Dr. Mochamad Nurcholiq, M.Pd. selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'had Aly Al-Hikam Malang.
2. Zaedun Na'im M.Pd.I. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Sekolah Tinggi Islam Ma'had Aly Al-Hikam Malang.
3. Jodang Setia Adi Anista R., S.Pd., M.E. selaku dosen pembimbing yang senantiasa tidak pernah lelah untuk memberi waktunya untuk mengarahkan, membimbing, dan memotivasi penulis.

4. Segenap Bapak dan Ibu dosen STAI Ma'had Aly Al Hikam Malang yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh studi di kampus ini.
5. Almamaterku tercinta STAI Ma'had Aly Al Hikam Malang beserta semua staf kependidikan yang telah melayani dengan baik.
6. Kedua orang tua penulis, yang senantiasa tercurahkan waktunya untuk mendoakan, mendukung, memotivasi penulis dalam setiap waktu.
7. Pengasuh serta Keluarga Besar Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau yang telah memberikan kesempatan penulis dalam melaksanakan penelitian.
8. Kepala sekolah, Guru, siswa-siswi, staf, dan karyawan Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau yang bersedia memberikan waktunya untuk membantu penulis dalam melaksanakan penelitian.
9. Teman-teman Program Studi Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Karya tulis skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Sehingga, peneliti memohon maaf bila dalam penulisan terjadi kesalahan. Masukan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan yang lebih baik.

Malang, 25 April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
PEDOMAN TRASLITERASI.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Hipotesis Penelitian.....	11
F. Asumsi Penelitian	11
G. Ruang Lingkup Penelitian	12

H. Orisinalitas Penelitian.....	12
I. Definisi Operasional.....	19
BAB II	22
KAJIAN PUSTAKA	22
A. Kajian Teori.....	22
1. Promosi.....	22
2. Media Sosial.....	33
3. Kepercayaan.....	40
B. Kerangka Berfikir.....	50
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	52
B. Variabel Penelitian	53
C. Populasi Dan Sampel.....	54
D. Pengumpulan Data	56
E. Instrumen Penelitian.....	58
F. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	62
G. Prosedur Penelitian.....	64
H. Analisis Data.....	64
BAB IV	69
HASIL PENELITIAN	69
A. Sejarah Madrasah.....	69
B. Visi Misi Dan Tujuan Madrasah.....	71
C. Struktur Organisasi Madrasah.....	72

D. Data Guru.....	72
E. Data Siswa	73
F. Sertifikat Akreditasi	74
G. Analisis Data.....	74
BAB V.....	95
PEMBAHASAN.....	95
1. Pengaruh promosi media sosial terhadap pengambilan keputusan pendaftaran di Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang.....	95
2. Pengaruh kepercayaan terhadap pengambilan keputusan pendaftaran di Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim 02 Dau Malang.....	97
BAB VI	100
PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Implikasi	102
C. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	111
RIWAYAT HIDUP	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Siswa.....	9
Tabel 1. 2 Orisinalitas Penelitian.....	16
Tabel 3. 1 Jumlah Populasi.....	54
Tabel 3. 2 Skala likert	57
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Angket Promosi.....	60
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Angket Kepercayaan	61
Tabel 3. 5 Kisi-kisi Angket Keputusan.....	62
Tabel 4. 1Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4. 2 Pengujian Karakteristik Usia	75
Tabel 4. 3 Tanggapan responden terhadap Variabel Promosi Media Sosial.....	76
Tabel 4. 4 Tanggapan responden terhadap Variabel Kepercayaan.....	77
Tabel 4. 5 Tanggapan responden terhadap Variabel Pengambilan Keputusan Pendaftaran	79
Tabel 4. 6 Uji Validitas pada Variabel X Hasil Promosi Media Sosial.....	80
Tabel 4. 7 Uji Validitas pada Variabel X2 Kepercayaan.....	81
Tabel 4. 8 Uji Validitas pada Variabel Y Kepercayaan.....	82
Tabel 4. 9 Tabel Reliabilitas.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	72
Gambar 4. 2 Sertifikat Akreditasi	74
Gambar 4. 3 Diagram.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	111
Lampiran 2 Surat Balasan	112
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Skripsi.....	113
Lampiran 4 Koesioner Penelitian	114
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas.....	117
Lampiran 6 R Tabel	129
Lampiran 7 T Tabel	130
Lampiran 8 F Tabel.....	131
Lampiran 9 Dokumentasi	132