

## ABSTRAK

**Yeni Yuliansah, NIM: 7131141127, Pengaruh Atribut Produk dan *Customer Service* Terhadap Keputusan Siswa Memasuki Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Kelas IX Manajemen Pemasaran (MP) Di SMK Negeri 1 Sipirok. Program Studi Pendidikan Tataniaga. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Medan.**

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan utama yaitu apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara atribut produk dan *customer service* dengan keputusan siswa. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk dan *customer service* dengan keputusan siswa kelas IX Manajemen Pemasaran (MP) di SMK Negeri 1 Sipirok.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 orang siswa. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah angket dengan masing-masing menggunakan skala Linkert dan Ordinal. Untuk menganalisis data, penulis menggunakan regresi linear berganda dan untuk menguji hipotesis dengan rumus uji t dan uji F.

Dari hasil analisis data yang dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji parsial diperoleh  $t_{hitung} = 2,972$  dan  $2,509$  sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar  $2,024$  sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Untuk menguji hipotesis secara simultan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar  $9,505$  sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar  $3,24$  taraf signifikan  $95\%$ . Ternyata  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $67,670 > 3,24$ . Hal ini diketahui bahwa, ada pengaruh yang positif dan signifikan antara atribut produk dan *customer service* dengan keputusan siswa SMK Negeri 1 Sipirok.

Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa atribut produk dan *customer service* memiliki pengaruh dengan keputusan siswa. Saran peneliti adalah atribut produk dan *customer service* yang tinggi sangat berpengaruh dengan keputusan siswa. Oleh karena itu, keduanya harus mendapat perhatian yang lebih pelayanan atau fasilitas yang diberikan oleh sekolah agar peserta didik dapat memilih sekolah yang ingin mereka masuki.

***Kata Kunci: Atribut Produk, Customer Service, Keputusan Siswa***

## Abstract

**Yeni Yuliansah, NIM: 7131141127, The influence of product attribute and customer service on the student decision to come in at vocational high school marketing management XI class in SMK NEGERI 1 SIPIROK**

This research is to answered the main problem about the influence who positive and significant between product attribute and customer service with the student decision. Therefore the purpose of this research is to know the impact of product attribute and customer service on the student decision to come in at vocational high school marketing management XI class in SMK NEGERI 1 SIPIROK

The sample in this research is the student at marketing management XI class, which is 40 people. The sampling technique in this research is using by total sampling method and the data collection thechnique is questionnaires which is use by likert scala and ordinal. To analysis the data, the investigator use regression test, t test and F test.

Based on data analysis with partially test the investigator get  $t_{count} = 2,972$  and  $2,509$  and  $t_{table} = 2,024$  so  $t_{count} > t_{table}$ . And than to get the hipotesis with simultaneous test the investigator get  $F_{count}$  is  $9,505$  and  $F_{table}$  is  $3,24$  with significant  $95\%$ , so  $F_{count} > F_{table}$ ,  $67,670 > 3,24$ . There is a positive and significant between product atribut and customer service on the student decision to come in at vocational high school marketing management XI class in SMK NEGERI 1 SIPIROK

The conclusion in this research is the product atribut and the customer service has a positive and significant influence on the student decision. The suggest from the investigator is product attribute and high customer service is very important to the student decision. Therefore, both of them need to get the extract attention or more fasilitator who give by the school so the student can choose wherever school they want.

***Keyword : Product Atribute, customer service, the student decision***