

**PERBEDAAN PERSEPSI BIMBINGAN BELAJAR BAHASA INGGRIS  
SISWA KELAS XII SMA DI KECAMATAN SEBERANG ULU I**



**SKRIPSI**

**Nama : Esa Amalia Fitri**

**NIM : 212017414P**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2019**

**PERBEDAAN PERSEPSI BIMBINGAN BELAJAR BAHASA INGGRIS  
SISWA KELAS XII SMA DI KECAMATAN SEBERANG ULU I**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada  
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Esa Amalia Fitri**

**NIM : 212017414P**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2019**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Perbedaan Persepsi Bimbingan Belajar Bahasa Inggris  
Siswa Kelas XII SMA di Kecamatan Seberang Ulu I  
Nama : Esa Amalia Fitri  
NIM : 212017414P  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

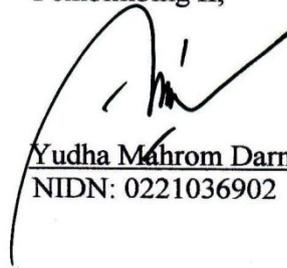
Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal Juli 2019

Pembimbing I,



DR. Diah Isnaini, S.E., M.Si.  
NIDN: 0207046311

Pembimbing II,

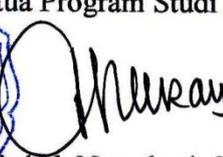


Yudha Mahrom Darma Saputra, S.E., M.Si.  
NIDN: 0221036902

Mengetahui,  
Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



  
Hj. Martubah Nurrahmi, S.E., M.Si.  
NIDN: 0216057001

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Esa Amalia Fitri  
NIM : 212017414P  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Perbedaan Persepsi Siswa Kelas XII SMA Terhadap Bimbingan Belajar Bahasa Inggris di Kecamatan Seberang Ulu I (Studi Kasus Bimbingan Belajar Budiwijaya, Queen, Ristek)

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Juli 2019



Esa Amalia Fitri

## ABSTRAK

**Esa Amalia Fitri / 212017414P / 2019 / Perbedaan Persepsi Bimbingan Belajar Bahasa Inggris Siswa Kelas XII SMA di Kecamatan Seberang Ulu I / Manajemen Pemasaran.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan persepsi bimbingan belajar Bahasa Inggris siswa kelas XII SMA di kecamatan Seberang Ulu I. Tujuannya untuk mengetahui perbedaan persepsi bimbingan belajar Bahasa Inggris siswa kelas XII SMA di kecamatan Seberang Ulu I. Penelitian ini termasuk penelitian komparatif. Variabel yang digunakan adalah persepsi yang dikembangkan menjadi sesuai dengan yang saya inginkan, mampu menimbulkan minat saya belajar, bergabung disini karena ajakan teman, sistem belajarnya sesuai dengan kemampuan saya, proses belajar menarik, jadwalnya teratur, tersedia buku paket, gurunya ramah, suasana belajar menyenangkan, ruang kelas nyaman, pelayanan ramah, biaya les murah, ada potongan harga/*discount*, lokasinya dekat. Populasi penelitian adalah semua siswa kelas XII SMA di Kecamatan Seberang Ulu I yang pernah mengikuti bimbingan belajar bahasa Inggris di Budiwijaya, Queen, Ristek, dan Gloria. Sampel penelitian diambil sebanyak 100 orang secara *purposive sampling*. Data yang diperlukan adalah data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis penelitian ini menggunakan *chi-square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) tidak ada perbedaan persepsi siswa kelas XII SMA berdasarkan indikator sesuai dengan yang saya inginkan, jadwalnya teratur, gurunya ramah, lokasinya dekat. 2) Ada perbedaan persepsi siswa kelas XII SMA berdasarkan indikator mampu menimbulkan minat saya belajar, bergabung disini karena ajakan teman, sistem belajarnya sesuai dengan kemampuan saya, proses belajar menarik, tersedia buku paket, suasana belajar menyenangkan, ruang kelas nyaman, pelayanan ramah, biaya les murah, ada potongan harga/*discount*.

**Kata Kunci:** persepsi siswa, faktor pribadi, faktor stimulus.

**Abstract**

**Esa Amalia Fitri / 212017414P / 2019 / The Differences of Students' Perceptions in English Tutoring Class XII High School Students in Seberang Ulu I Sub district / Marketing Management.**

*This research is formulated whether or not there were some differences of students' perceptions on English language tutoring in High School Class XII students in Seberang Ulu I Sub district. This research is aimed at determining the differences of students' perceptions on English language tutoring in High School Class XII students in Seberang Ulu I Sub district. This research was regarded as a comparative research. The variables used in this research was perceptions in line with the researcher's interest, in case of learning atmosphere, learning system, regular schedule, available textbooks, friendly friends and teacher, comfortable classrooms, friendly service, cheap tutoring fees, discounted rates, close location. The population of the research was all students of class XII SMA in Ulu I Sub district who had attended English language tutoring at Budiwijaya, Queen, Ristek, and Gloria. The sample used in this research was 100 students taken by purposive sampling. The data needed was primary data with a questionnaire data collection method. This research analysis used in this research was chi-square. The results showed that 1) there were no differences in perceptions of high school class XII students based on indicators and in keeping with the researcher's learning experience 2) There were differences in perceptions of high school class XII students based on indicators the researcher's learning experience.*

**Keywords: students' perceptions, personal factor, stimulus factor.**

PENGESAHAN

NO. 355/Abstract/LB/UMP/VII / 2019

Telah di Koreksi oleh

Lembaga Bahasa

Universitas Muhammadiyah Palembang

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barangsiapa yang menempuh jalan untuk mencari suatu ilmu, niscaya Allah memudahkannya ke jalan menuju Surga” (HR. Tirmidzi)

“Carilah ilmu sejak dari buaian hingga ke liang lahat” (HR. Tirmidzi)

“Menuntut ilmu itu wajib bagi setiap Muslim” (HR. Ibnu Majah)

“*Pray, Try, Believe & Ikhlas* (PTBI) merupakan kunci kesuksesan” (Penulis)

“Lakukan segala sesuatunya dengan penuh keikhlasan” (Penulis)

“Yakinlah bahwa Allah SWT tidak akan memberikan cobaan melebihi batas kemampuan hamba-Nya” (Penulis)

Kupersembahkan untuk:

- Kedua orang tuaku dan Keluarga besarku
- Kedua dosen pembimbingku
- Dosen-dosen di Universitas Muhammadiyah Palembang, khususnya pada jurusan Manajemen
- Pihak-pihak di Kantor Kecamatan Seberang Ulu I Palembang
- Bimbingan belajar Budiwijaya, Queen, Ristek, Gloria Palembang
- Almamaterku



## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkah, rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Perbedaan Persepsi Bimbingan Belajar Bahasa Inggris Siswa Kelas XII SMA di Kecamatan Seberang Ulu I”** dengan baik dan tepat waktu.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, kasih sayang, dan kerendahan hati, skripsi ini penulis mempersembahkan terkhusus kepada kedua orang tua Ayahanda Amrah dan almarhumah ibunda Dahliah yang telah sangat berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan, semangat, dan motivasi, serta telah membesarkan penulis dengan penuh rasa cinta, kasih sayang tanpa keluh kesah. Terima kasih Yaa Allah, Engkau telah memberikan penulis keluarga dan orang tua yang terbaik dalam hidup ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam–dalamnya kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si. selaku ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra, S.E., M.Si selaku pembimbing akademik dan pembimbing kedua yang telah membimbing selama perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Ibu DR. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M selaku pembimbing skripsi yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu DR. Sri Rahayu, S.E., M.M., dan ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si. selaku penelaah I dan penelaah II dalam seminar proposal penelitian.
7. Responden-responden penulis, yaitu siswa kelas XII SMA Negeri 9 Palembang, SMA Negeri 19 Palembang, dan SMA YWKA yang pernah mengikuti bimbingan belajar Bahasa Inggris di Budiwijaya, Queen, Ristek, dan Gloria.
8. Pihak Kecamatan Seberang Ulu I Palembang, bimbingan belajar Budiwijaya, Queen, Ristek, dan Gloria yang telah memberikan izin dan data terhadap penelitian penulis.

9. Bapak dan Ibu Dosen Serta Staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
10. Sahabat-sahabatku sekaligus sahabat hijrah: Annisa Arifin, Santi Asmarani, Aini, mbak Husnul, mbak Eva, anak-anak Yuk Ngaji Palembang, terkhususnya Key angkatan ke-3.
11. Sahabat-sahabatku semasa sekolah hingga sekarang: Fhilia, Senja, Mela, Indah, Nina, Echa.
12. Sahabat-sahabatku di kampus: adek Icha, Ichi, Tiwi, Della, Ageng, Ruli, Nuy, Maftukah, Isti.
13. Teman-temanku satu almamater.
14. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Akhir kalam dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Aamiin.

Penulis

## DAFTAR ISI

### Halaman

Halaman Sampul Luar	
Halaman Judul	
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Persembahan dan Motto .....	iii
Halaman Prakata .....	iv
Daftar isi.....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak .....	xiii
Abstract .....	xiv

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9

### **BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

A. Landasan Teori	
1. Perilaku Konsumen	
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	11
2. Persepsi.....	12
a. Proses Persepsi.....	13
b. Prinsip-prinsip dalam Persepsi Konsumen .....	14
c. Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi.....	15
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen .....	16
e. Dimensi Persepsi Konsumen .....	17

B. Penelitian Sebelumnya .....	18
C. Hipotesis .....	20

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	21
B. Lokasi Penelitian .....	21
C. Operasionalisasi Variabel .....	22
D. Populasi dan Sampel .....	22
E. Data Yang Diperlukan .....	25
F. Metode Pengumpulan Data .....	26
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	27

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian	
1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	30
2 Gambaran Karakteristik Responden .....	35
3 Karakteristik Jawaban Responden .....	38
4 Proses Pengujian .....	45
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
1 Indikator yang tidak membedakan .....	64
2 Indikator yang membedakan .....	65

### **BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	74
B. Saran .....	74

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel. I.1 Alamat Bimbingan Belajar Budiwijaya, Queen, Ristek, Gloria.....	5
Tabel I.2 Persepsi Siswa terhadap Bimbingan Belajar .....	6
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel .....	22
Tabel IV.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel IV.2 Karakteristik Responden berdasarkan Asal Sekolah .....	36
Tabel IV.3 Karakteristik Responden berdasarkan Tempat Bimbel .....	36
Tabel IV.4 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Bimbel.....	37
Tabel IV.5 Karakteristik Jawaban Responden mengenai Bimbel Budiwijaya .....	38
Tabel IV.6 Karakteristik Jawaban Responden mengenai Bimbel Queen .....	40
Tabel IV.7 Karakteristik Jawaban Responden mengenai Bimbel Ristek .....	42
Tabel IV.8 Karakteristik Jawaban Responden mengenai Bimbel Gloria .....	44
Tabel IV.9 Hasil Uji Crosstab Indikator Sesuai dengan yang Saya Inginkan.....	45
Tabel IV.10 Hasil Uji Chi Square Indikator Sesuai dengan yang Saya Inginkan.....	46
Tabel IV.11 Hasil Uji Crosstab Indikator Mampu Menimbulkan Minat Saya Belajar .....	47
Tabel IV.12 Hasil Uji Chi Square Indikator Mampu Menimbulkan Minat Saya Belajar .....	47
Tabel IV.13 Hasil Uji Crosstab Indikator Bergabung Disini Karena Ajakan Teman.....	48

Tabel IV.14 Hasil Uji Chi Square Indikator Bergabung Disini Karena Ajakan Teman.....	48
Tabel IV.15 Hasil Uji Crosstab Indikator Sistem Belajarnya Sesuai dengan Kemampuan Saya .....	49
Tabel IV.16 Hasil Uji Chi Square Indikator Sistem Belajarnya Sesuai dengan Kemampuan Saya .....	50
Tabel IV.17 Hasil Uji Crosstab Indikator Proses belajar menarik.....	51
Tabel IV.18 Hasil Uji Chi Square Indikator Proses belajar menarik.....	51
Tabel IV.19 Hasil Uji Crosstab Indikator Jadwalnya teratur .....	52
Tabel IV.20 Hasil Uji Chi Square Indikator Jadwalnya teratur .....	52
Tabel IV.21 Hasil Uji Crosstab Indikator Tersedia buku paket.....	53
Tabel IV.22 Hasil Uji Chi Square Indikator Tersedia buku paket.....	53
Tabel IV.23 Hasil Uji Crosstab Indikator Gurunya ramah .....	54
Tabel IV.24 Hasil Uji Chi Square Indikator Gurunya ramah .....	55
Tabel IV.25 Hasil Uji Crosstab Indikator Suasana belajar menyenangkan .....	56
Tabel IV.26 Hasil Uji Chi Square Indikator Suasana belajar menyenangkan ....	56
Tabel IV.27 Hasil Uji Crosstab Indikator Ruang Kelas Nyaman .....	57
Tabel IV.28 Hasil Uji Chi Square Indikator Ruang Kelas Nyaman .....	57
Tabel IV.29 Hasil Uji Crosstab Indikator Pelayanan Ramah .....	58
Tabel IV.30 Hasil Uji Chi Square Indikator Pelayanan Ramah.....	58
Tabel IV.31 Hasil Uji Crosstab Indikator Biaya Les Murah .....	59
Tabel IV.32 Hasil Uji Chi Square Indikator Biaya Les Murah.....	59
Tabel IV.33 Hasil Uji Crosstab Indikator Ada Potongan Harga/ <i>discount</i> .....	60
Tabel IV.34 Hasil Uji Chi Square Indikator Ada Potongan Harga/ <i>discount</i> .....	60
Tabel IV.35 Hasil Uji Crosstab Indikator Lokasinya Dekat .....	61

Tabel IV.36 Hasil Uji Chi Square Indikator Lokasinya Dekat .....	62
Tabel IV.37 Rangkuman Hasil Penelitian.....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Jadwal Penelitian
Lampiran 2	Data Tabulasi Kuesioner
Lampiran 3	Kuesioner
Lampiran 4	Z tabel
Lampiran 5	X <sup>2</sup> tabel
Lampiran 6	Hasil SPSS
Lampiran 7	<i>Fotocopy</i> Hasil Bebas Plagiat
Lampiran 8	<i>Fotocopy</i> Kartu Bimbingan
Lampiran 9	<i>Fotocopy</i> Surat Riset
Lampiran 10	<i>Fotocopy</i> Sertifikat Aik
Lampiran 11	<i>Fotokopi</i> Sertifikat Toefl
Lampiran 12	Biodata Penulis

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Terdapat banyak perusahaan yang menawarkan barang/produknya di dalam dunia bisnis. Perusahaan-perusahaan tersebut terbagi menjadi perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa. Kedua perusahaan tersebut melakukan aktivitas pemasaran. Pemasaran itu sendiri merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain (Kotler dalam Tjiptono, 2008: 3).

Selain itu juga, pemasaran dapat diartikan sebagai fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan (*customer*), menentukan pasar sasaran yang paling dapat dilayani dengan baik oleh perusahaan dan merancang produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut (Kotler dan Amstrong dalam Subianto, 2007:166). Oleh sebab itu, pemasaran dinilai sangat penting karena peranannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut sangatlah bervariasi dan berubah-ubah sesuai dengan perkembangan perekonomian saat ini. Selain itu juga, perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dikarenakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan aktivitas pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memahami perilaku

konsumen agar kegiatan pemasarannya dapat berjalan seefektif dan seefisien mungkin.

Perilaku konsumen itu sendiri merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang ataupun kelompok dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang ataupun jasa ekonomis yang berujung pada proses pengambilan keputusan dan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Winardi dalam Subianto (2007: 168), perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat suatu keputusan pembelian. Secara garis besar, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terbagi menjadi dua, yakni faktor internal dan eksternal (Yakin, 2016: 1). Faktor internal adalah faktor yang ada pada diri konsumen itu sendiri, sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang ada dari luar diri konsumen itu sendiri.

Adapun faktor-faktor perilaku konsumen menurut Kotler (2008: 25), terdiri dari (1) Faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan ini terdiri dari: budaya, subbudaya, dan kelas sosial. (2) Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial. (3) Faktor Pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. (4) Faktor psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh

empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

Salah satu faktor dalam perilaku konsumen dilihat dari faktor psikologis adalah persepsi. Persepsi merupakan proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus-menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, dan perasa (Slameto, 2010: 102). Dengan kata lain, persepsi dapat diartikan sebagai pandangan, gambaran atau anggapan tentang suatu objek yang diindera dengan stimulus panca inderanya.

Persepsi terhadap suatu barang atau jasa bagi setiap orang tidaklah sama atau dengan kata lain, mungkin akan berbeda. Hal ini dikarenakan oleh proses pembentukan persepsi itu sendiri, yang dimulai dari stimuli panca indera hingga berujung pada penetapan persepsi individu tersebut.

Pemahaman tentang persepsi dapat dilakukan untuk melihat perilaku konsumen terhadap berbagai bimbingan belajar yang menawarkan jasanya. Berbagai lembaga yang menawarkan jasa bimbingan belajar bersaing satu sama lain. Lembaga-lembaga tersebut dapat meningkatkan kualitas jasa pelayanan pendidikan adalah dengan mengetahui kebutuhan siswa dengan cara melakukan analisis persepsi siswa terhadap jasa pelayanan pendidikan. Terdapat banyak bimbingan belajar di kota Palembang saat ini. Banyaknya jumlah bimbingan belajar tersebut menyebabkan persaingan yang semakin pesat di dunia pendidikan nonformal. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bimbingan belajar yang sejenis di

daerah yang sama. Dengan semakin banyaknya bimbingan belajar tersebut, maka bimbingan belajar itu harus dapat bersaing dengan para pesaingnya agar tujuan yang ingin dicapai dapat terwujud.

Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam persaingan tersebut adalah dengan memilih strategi pemasaran yang baik guna menarik siswa dalam mengambil keputusan untuk memilih bimbingan belajar dari perusahaan yang ditawarkan. Setiap bimbingan belajar yang ada, harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku siswa dengan baik agar siswa dapat mengambil keputusan untuk memilih bimbingan belajar tersebut.

Bimbingan belajar yang tersedia saat ini beraneka jenis, salah satunya adalah bimbingan belajar Bahasa Inggris. Ada banyak bimbingan belajar Bahasa Inggris di Palembang, diantaranya seperti *English First (EF)*, *Brotherhood English Course*, LIA, Global, Budiwijaya, Queen, Ristek, Gloria. Keempat bimbel terakhir merupakan bimbel yang berada di wilayah Seberang Ulu I, tepatnya berlokasi seperti yang terlihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel I.1**

No	Nama Bimbingan Belajar	Alamat
1	Budiwijaya	Jalan Lintas Sumatera, Kel. 2 Ulu Kec. Seberang Ulu I, Palembang, Sumatera Selatan 30254
2	Queen	Jalan KH. Wahid Hasyim Kel. 2 Ulu Kec. Seberang Ulu I, Palembang
3	Ristek	Jalan KH. Wahid Hasyim No. 1007 Kel. 5 Ulu Kec. Seberang Ulu I Palembang
4.	Gloria	Jalan KH. Wahid Hasyim Kec. Seberang Ulu I, Palembang

Sumber : Google Map bimbel, Palembang , (Seberang Ulu I).

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat keempat bimbel tersebut berada di lokasi yang tidak berjauhan. Selain itu, lokasinya memiliki letak yang cukup strategis, yakni di pinggir jalan raya. Letaknya tersebut memudahkan siswa dalam mendapatkan transportasi umum dan dekat dengan banyak usaha di sekitar, seperti *minimarket*, rumah makan, warung, *counter* pulsa, dan lain sebagainya, sehingga dapat membantu siswa dalam membeli kebutuhan yang mereka perlukan karena jaraknya yang cukup dekat.

Persepsi siswa terhadap keempat bimbel tersebut beragam. Hal ini dapat dilihat dari hasil pra-riset mengenai persepsi siswa terhadap beberapa atribut yang dimiliki oleh keempat bimbel tersebut:

**Tabel I.2**  
**Persepsi Siswa Terhadap Bimbingan Belajar**

No	Nama Bimbel	Biaya	Lokasi	Kualitas Belajar
1	Budiwijaya	1	2	3
2	Queen	3	3	2
3	Ristek	3	2	1
4	Gloria	2	2	3
Jumlah		9	9	9

Sumber : Wawancara Pra-riset, 2019

Berdasarkan tabel pra riset pada keempat bimbingan belajar dipersepsikan memiliki lokasi yang tidak berjauhan dan letaknya strategis, yaitu sama-sama terletak di pinggir jalan raya. Adapun untuk biaya dan kualitas belajar siswa memiliki persepsi yang berbeda. Bimbel Budiwijaya dan Gloria dipersepsikan unggul dalam hal kualitas belajar, dikarenakan proses belajar-mengajarnya yang baik dan tersedianya buku paket untuk belajar. Sedangkan bimbel Ristek dan Queen dipersepsikan unggul dalam hal biaya, karena biaya bimbelnya tergolong cukup terjangkau. Lebih lanjut diuraikan beberapa penilaian siswa terhadap keempat bimbel tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Budiwijaya *English Course* adalah bimbingan belajar Bahasa Inggris yang sudah terkenal di Indonesia. Kualitas belajarnya dipersepsikan baik karena

proses belajar-mengajarnya yang juga baik dan tersedianya buku paket tambahan yang telah disediakan oleh pihak bimbel. Namun biaya yang ditawarkan tergolong tinggi dibandingkan kedua bimbel lainnya. Selain itu juga, Budiwijaya ini memiliki lokasi yang strategis, yakni di pinggir jalan raya, sama halnya dengan kedua bimbel lainnya. Budiwijaya ini memiliki banyak cabang yang terbagi ke dalam beberapa daerah, seperti Budiwijaya cabang Plaju, Lemabang, Bukit, dan Kenten.

2. Queen adalah bimbingan belajar MIPA dan Bahasa Inggris yang tidak terlalu dikenal seperti bimbel Budiwijaya. Lokasinya pun terletak di pinggir jalan raya, dinilai cukup strategis dan mudah dijangkau. Bimbel Queen ini tergolong cukup murah dibandingkan dengan bimbel Budiwijaya namun tidak semurah bimbel Ristek. Dari hal kualitas belajar, bimbel Queen ini dinilai cukup.
3. Ristek adalah bimbingan belajar MIPA dan Bahasa Inggris yang tidak terlalu dikenal sama halnya dengan bimbel Queen, dan hanya terdapat satu cabang. Bimbel Ristek ini terletak di pinggir jalan raya, sama halnya dengan ketiga bimbel lainnya. Dari hal biaya, bimbel ini memiliki keunggulan, yaitu biayanya cukup terjangkau dibandingkan bimbel Budiwijaya dan Queen. Namun dalam hal kualitas belajar Bahasa Inggris, bimbel Ristek ini dinilai kurang baik.
4. Gloria *English Course* adalah bimbingan belajar Bahasa Inggris yang sudah terkenal di Indonesia. Dilihat dari segi kualitas belajarnya, bimbingan belajar Gloria ini dipersepsikan baik karena proses belajar-mengajarnya

yang juga baik dan tersedianya fasilitas yang lengkap oleh pihak bimbel. Namun dari segi biaya, bimbingan belajar Gloria ini tergolong tinggi dibandingkan ketiga bimbel lainnya. Selain itu juga, Gloria ini memiliki lokasi yang strategis, yakni di pinggir jalan raya, sama halnya dengan ketiga bimbel lainnya. Bimbingan belajar Gloria ini memiliki banyak cabang yang terbagi ke dalam beberapa daerah, seperti Gloria cabang Merdeka, Sekip, dan Sudirman.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Perbedaan Persepsi Bimbingan Belajar Bahasa Inggris Siswa Kelas XII SMA di Kecamatan Seberang Ulu I**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalahnya adalah adakah perbedaan persepsi bimbingan belajar Bahasa Inggris siswa kelas XII SMA di kecamatan Seberang Ulu I

#### **C. Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan persepsi bimbingan belajar Bahasa Inggris siswa kelas XII SMA di kecamatan Seberang Ulu I

#### **D. Manfaat penelitian**

##### 1. Bagi penulis

Kegunaan penelitian ini terhadap penulis yaitu agar dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang didapat selama menjadi mahasiswa Muhammadiyah Palembang, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

##### 2. Bagi almamater

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bacaan dan sarana referensi dalam belajar para mahasiswa universitas Muhammadiyah Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amronah. 2014. Persepsi Siswa Terhadap Pelaksanaan Layanan Bimbingan Pribadi. *Psikopedagogia* vol. 3, No. 2.
- Cindy Devina Gaviota Nusantari, Kuntoro Budiyanto, Lisdiana. 2012. Persepsi Siswa Kelas XII SMA Negeri Terhadap Lembaga Bimbingan Belajar. *Unnes Journal of Biology Education*.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : PT Indeks
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Puspowarsito, H. A. H. 2009. *Metode Penelitian Organisasi: Dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: Humaniora.
- Rabty Anistia Noor, Rustiyarso, Maria Ulfah. 2015. Persepsi Siswa SMA Negeri 1 Pontianak Terhadap Lembaga Bimbingan Belajar.
- Riduwan. (2014) . *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: alfabeta
- Saban Echdar. 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiha . 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Susila dan Suyanto. 2018. *Metodologi Penelitian Cross Sectional*. Klaten: Bosscript.
- Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen* . Bogor : Ghalia Indonesia
- Ujang sumarwan, 2014. *Perilaku konsumen teori dan penerapannya da pemasaran* ,Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Yakin, M. Fahrul Ainul. 2016. *Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Pakaian Wanita di Pasar Pagi Samarinda*. *Jurnal Ekonomi*.