

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Pengaruh Budaya Madrasah, Promosi, dan Citra Lembaga terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Memilih Sekolah pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar” ini ditulis oleh Fikria Rifqi Zahara dengan Pembimbing Dr. Agus Zaenul Fitri, M.Pd dan Prof. Dr. H. Achmad Patoni M.Ag.

Kata Kunci: Budaya Madrasah, Promosi, Citra Lembaga, Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh, perlu adanya upaya yang dilakukan oleh setiap Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar untuk memperkuat daya saingnya. Hal itu perlu dilakukan agar Madrasah tersebut banyak menjadi pilihan bagi setiap siswa yang ingin melanjutkan pendidikan di jenjang Madrasah Tsanawiyah, dengan melalui peningkatan budaya madrasah, promosi, dan citra lembaga dalam pengambilan keputusan bagi siswa memilih sekolah.

Berdasarkan masalah yang dijadikan fokus penelitian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana budaya madrasah, promosi dan citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 2) Adakah hubungan antara budaya madrasah, promosi, dan citra lembaga pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 3) Adakah hubungan pengaruh budaya madrasah terhadap promosi pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 4) Adakah hubungan antara pengaruh promosi terhadap citra lembaga pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 5) Adakah hubungan antara budaya madrasah terhadap citra lembaga pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 6) Apakah ada pengaruh budaya madrasah terhadap pengambilan keputusan siswa memilih sekolah pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 7) Apakah ada pengaruh promosi terhadap pengambilan keputusan siswa memilih sekolah pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 8) Apakah ada pengaruh citra lembaga terhadap pengambilan keputusan siswa memilih sekolah pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 9) Apakah ada pengaruh budaya madrasah, promosi, dan citra lembaga secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan siswa memilih sekolah pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 10) Apakah ada pengaruh antara budaya madrasah terhadap pengambilan keputusan siswa memilih sekolah melalui promosi pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 11) Apakah ada pengaruh antara budaya madrasah pengambilan keputusan siswa memilih sekolah melalui citra lembaga pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?; 12) Apakah ada pengaruh antara promosi terhadap melalui pengambilan keputusan siswa memilih sekolah melalui citra lembaga pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Kota Blitar?

Adapun jenis pendekatan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Alasan penggunaan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah karena penelitian ini bermaksud menguji hipotesis. Jenis penelitian ini adalah penelitian *ex-post facto*. Penelitian *ex-post facto* merupakan penelitian yang bertujuan menemukan penyebab yang memungkinkan perubahan perilaku, gejala atau fenomena yang disebabkan oleh suatu peristiwa, perilaku atau hal-hal yang menyebabkan perubahan pada variable bebas yang secara keseluruhan sudah terjadi. Teknik pengumpulan data dalam tesis ini menggunakan penyebaran kuesioner dengan 258 responden, observasi, dan dokumentasi terhadap siswa kelas VII MTsN Se-Kota Blitar.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa: 1) Budaya madrasah, promosi, citra lembaga pada Madrasah Tsanawiyah Negeri di Kota Blitar sudah terlaksana dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan budaya madrasah yang secara terus menerus dilaksanakan; 2) Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan untuk melihat kontribusi (besarnya sumbangan) variabel bebas, yaitu budaya madrasah (X_1), variabel promosi (X_2) dan citra lembaga (X_3) terhadap variabel terikat yaitu pengambilan keputusan (Y) diperoleh nilai sebesar sebesar 0,724 atau sama dengan 72,4%.;3) Diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0.572 artinya tingkat kekuatan hubungan (korelasi) antara variabel budaya madrasah dengan promosi keduanya kuat dan berkorelasi positif atau hubungan keduanya searah; 4) Diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0.466 artinya tingkat kekuatan hubungan (korelasi) antara promosi dengan citra lembaga cukup kuat dan berkorelasi positif atau hubungan keduanya searah; 5) Diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0.527 artinya tingkat kekuatan hubungan (korelasi) antara budaya madrasah dengan citra lembaga keduanya cukup kuat dan berkorelasi positif atau hubungan keduanya searah; 6) Berdasarkan dari hasil analisis data pada tabel di atas hasil uji t diperoleh nilai thitung = 16.223 dengan taraf nilai signifikan $\alpha = 0.05$ maka diperoleh ttabel = 1.650 sehingga thitung = 16.223 > ttabel = 1.650. Artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel budaya madrasah (X_1) terhadap pengambilan keputusan (Y). Sedangkan kontribusi (besarnya sumbangan) variabel budaya madrasah (X_1) terhadap pengambilan keputusan (Y) sebesar 50.7%; 7) Berdasarkan dari hasil analisis data pada tabel di atas hasil uji t diperoleh nilai thitung = 18.025 dengan taraf nilai signifikan $\alpha = 0.05$ maka diperoleh ttabel = 1.650 sehingga thitung = 18.025 > ttabel = 1.650. Artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan secara variabel promosi (X_2) terhadap pengambilan keputusan (Y). Sedangkan kontribusi (besarnya sumbangan) variabel promosi (X_2) terhadap pengambilan keputusan (Y) sebesar 55.9%; 8) Berdasarkan dari hasil analisis data pada tabel di atas hasil uji t diperoleh nilai thitung = 13.825 dengan taraf nilai signifikan $\alpha = 0.05$ maka diperoleh ttabel = 1.650 sehingga thitung = 13.825 > ttabel = 1.650. Artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel citra lembaga (X_3) terhadap pengambilan keputusan (Y). Sedangkan kontribusi (besarnya sumbangan) variabel citra lembaga (X_3) terhadap pengambilan keputusan (Y) sebesar 42.7%; 9) Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh F hitung sebesar 221.968 dengan signifikansi (Sig.) 0,000. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan sangat signifikan antara budaya madrasah, promosi, dan citra lembaga secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan siswa; 10) Pengaruh X_1 terhadap Y melalui X_2 terdapat rumus $(PYX_1) \times (PYX_2) \times (rX_1X_2)$ diperoleh data terdapat pengaruh tidak langsung budaya madrasah (X_1) terhadap pengambilan keputusan (Y) melalui promosi (X_2) sebesar 7,8 %. Jadi ada pengaruh antara budaya madrasah terhadap pengambilan keputusan melalui promosi pada MTsN Se-Kota Blitar; 11) Pengaruh X_1 terhadap Y melalui X_3 terdapat rumus $(PYX_1) \times (PYX_3) \times (rX_1X_3)$ diperoleh data terdapat pengaruh tidak langsung budaya madrasah (X_1) terhadap pengambilan keputusan (Y) melalui citra lembaga (X_3) sebesar 4,6%. Jadi ada pengaruh antara budaya madrasah terhadap pengambilan keputusan melalui citra lembaga pada MTsN Se-Kota Blitar; 12) Pengaruh X_2 terhadap Y melalui X_3 terdapat rumus $(PYX_2) \times (PYX_3) \times (rX_2X_3)$ diperoleh data terdapat pengaruh tidak langsung promosi (X_2) terhadap pengambilan keputusan (Y) melalui citra lembaga (X_3) sebesar 5,9%. Jadi ada pengaruh antara promosi terhadap pengambilan keputusan melalui citra lembaga pada MTsN Se-Kota Blitar.

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Madrasah Culture, Promotion, and Institutional Image on Students' Decision Making in Choosing Schools at Public Madrasah Tsanawiyah in Blitar City" was written by Fikria Rifqi Zahara with Dr. Agus Zaenul Fitri, M.Pd and Prof. Dr. H. Achmad Patoni M.Ag.

Keywords: Madrasah Culture, Promotion, Institutional Image, Decision Making in Choosing a School

This research is motivated by the need for efforts made by each State Madrasah Tsanawiyah throughout the City of Blitar to strengthen their competitiveness. This needs to be done so that these Madrasahs become many choices for every student who wants to continue their education at the Madrasah Tsanawiyah level, through improving the culture of the Madrasah, promotion, and the image of the institution in making decisions for students choosing schools.

Based on the problems that are the focus of the research, the formulation of the problems in this research are: 1) How is the madrasah culture, promotion and institutional image in Blitar City State Madrasah Tsanawiyah?; 2) Is there a relationship between madrasah culture, promotion, and the image of the institution at Blitar City State Madrasah Tsanawiyah?; 3) Is there a relationship between the influence of madrasah culture on promotions at Blitar City State Madrasah Tsanawiyah?; 4) Is there a relationship between the influence of promotion on the image of the institution at Blitar City State Madrasah Tsanawiyah?; 5) Is there a relationship between madrasah culture and the image of the institution at Blitar City State Madrasah Tsanawiyah?; 6) Is there an influence of madrasah culture on students' decision making in choosing a school at State Madrasah Tsanawiyah in the City of Blitar?; 7) Is there any effect of promotion on the decision making of students choosing schools at Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Blitar City?; 8) Is there any influence of the institution's image on the decision making of students choosing a school at Madrasah Tsanawiyah Negeri Se-Blitar City?; 9) Is there an influence of madrasah culture, promotion, and the image of the institution together on the decision making of students choosing schools at Blitar City State Madrasah Tsanawiyah?; 10) Is there any influence between the culture of the madrasah on the decision making of students choosing a school through promotions at State Madrasah Tsanawiyah in Blitar City?; 11) Is there any influence between madrasah culture in the decision making of students choosing a school through the image of the institution at Blitar City State Madrasah Tsanawiyah?; 12) Is there an influence between promotion and through the decision making of students choosing a school through the image of the institution at State Madrasah Tsanawiyah in Blitar City?

The use of a quantitative approach in this study is because this study intends to test the hypothesis. This type of research is ex-post facto research. Ex-post facto research is research that aims to find causes that allow changes in behavior, symptoms or phenomena caused by an event, behavior or things that cause changes in the independent variables that have taken place as a whole. The data collection technique in this thesis used questionnaires with 258 respondents, observation, and documentation of class VII students of MTsN throughout Blitar City.

The results of this study indicate that: 1) Madrasah culture, promotion, institutional image at the State Madrasah Tsanawiyah in Blitar City have been well implemented. This is shown by the continuous implementation of the madrasa culture; 2) Based on the Coefficient of Determination Test (R^2) used to see the contribution (amount of contribution) of the independent variables, namely madrasah culture (X1), promotion variables (X2) and institutional image (X3) to the dependent variable, namely decision making (Y), the value obtained equal to 0.724 or 72.4%.; 3) A correlation coefficient of 0.572 is obtained, meaning that the level of strength of the relationship (correlation) between the variables of madrasa culture and promotion is both strong and positively correlated or the relationship between the two is unidirectional; 4) A correlation coefficient of 0.466 is obtained, meaning that the level of strength of the relationship (correlation) between promotion and the image of the institution is quite strong and has a positive correlation or the relationship between the two is in the same direction; 5) A correlation coefficient of 0.527 is obtained, meaning that the level of strength of the relationship (correlation) between the culture of the madrasa and the image of both institutions is quite strong and has a positive correlation or the relationship between the two is in the same direction; 6) Based on the results of data analysis in the table above, the t test results obtained $t_{count} = 16,223$ with a significant level of $\alpha = 0.05$, then $t_{table} = 1,650$ so that $t_{count} = 16,223 > t_{table} = 1,650$. This means that there is a partially significant influence between the madrasah culture variable (X1) on decision making (Y). Meanwhile, the contribution (amount of contribution) of the madrasah culture variable (X1) to decision making (Y) the influence of the madrasah culture variable (X1) on decision making (Y) of 50.7%; 7) Based on the results of data analysis in the table above, the results of the t test obtained $t_{count} = 18,025$ with a significant level of $\alpha = 0.05$, then $t_{table} = 1,650$ so that $t_{count} = 18,025 > t_{table} = 1,650$. This means that there is a significant influence on the promotion variable (X2) on decision making (Y). While the contribution (amount of donation) of the promotion variable (X2) to decision making (Y) the magnitude of the influence of the promotion variable (X2) to decision making (Y) is 55.9%; 8) Based on the results of data analysis in the table above, the t test results obtained $t_{count} = 13,825$ with a significant level of $\alpha = 0.05$, then $t_{table} = 1,650$ so that $t_{count} = 13,825 > t_{table} = 1,650$. This means that there is a partially significant influence between the institutional image variable (X3) on decision making (Y). Meanwhile, the contribution (amount of donation) of the institutional image variable (X3) to decision making (Y). The effect of institutional image variable (X3) on

decision making (Y) is 42.7%; 9) The results of the hypothesis test show that at the 95% confidence level ($\alpha = 0.05$) an F count of 221,968 is obtained with a significance (Sig.) 0.000. Thus, there is a positive and very significant influence between madrasa culture, promotion, and institutional image together on student decision making; 10) The effect of X1 on Y through X2 is the formula $(PYX1) \times (PYX2) \times (rX1X2)$ obtained from data that there is an indirect influence of madrasa culture (X1) on decision making (Y) through promotion (X2) of 7.8%. So there is an influence between madrasah culture on decision making through promotions at MTsNs throughout Blitar City; 11) The effect of X1 on Y through X3 is the formula $(PYX1) \times (PYX3) \times (rX1X3)$ obtained from data that there is an indirect influence of madrasah culture (X1) on decision making (Y) through institutional image (X3) of 4.6%. So there is an influence between madrasah culture on decision making through the image of the institution at MTsN throughout Blitar City; 12) The effect of X2 on Y through X3 has the formula $(PYX2) \times (PYX3) \times (rX2X3)$ obtained from data that there is an indirect effect of promotion (X2) on decision making (Y) through institutional image (X3) of 5.9%. So there is an influence between promotion on decision making through the image of the institution at MTsN throughout Blitar City.

ملخص

رسالة الماجستير تحت العنوان تأثير ثقافة المدرسة والترويج والصورة المؤسسية على صنع القرار لدى الطلاب في اختيار مدرسة في المدرسة العامة السنوية في مدينة بليتار "كتبها فكريا رفقي زاهارا ، تحت الإشراف: الدكتور أكوس زينول فطرى الماجستير و الدكتور احمد فطنى الماجستير

الكلمات الأساسية : ثقافة المدرسة , ترقية , الصورة المؤسسية , اتخاذ القرار في اختيار المدرسة

الدافع وراء هذا البحث هو الحاجة إلى بذل جهود من قبل كل مدرسة ولاية سنوية في جميع أنحاء مدينة بليتار لتعزيز قدرتها التنافسية. يجب القيام بذلك حتى تصبح هذه المدارس اختيارات عديدة لكل طالب يرغب في مواصلة تعليمه على مستوى المدرسة السنوية ، من خلال تحسين ثقافة المدرسة ، والترقية ، وصورة المؤسسة في اتخاذ القرارات للطلاب الذين يختارون المدارس .

بناءً على المشكلات التي يركز عليها البحث ، فإن صياغة المشكلات في هذا البحث هي: (1) كيف تكون ثقافة المدرسة والترويج والصورة المؤسسية في مدينة بليتار ، مدرسة ولاية سنوية؟ (2) هل هناك علاقة بين ثقافة المدرسة والترويج لها وصورة المؤسسة في مدرسة ولاية بليتار بمدرسة سنوية؟ (3) هل هناك علاقة بين تأثير ثقافة المدرسة على الترتيبات في مدينة بليتار مدرسة ولاية السنوية؟ (4) هل هناك علاقة بين تأثير الترويج على صورة المؤسسة في مدينة بليتار بمدرسة سنوية؟ (5) هل هناك علاقة بين ثقافة المدرسة وصورة المؤسسة في مدرسة ولاية بليتار في مدرسة السنوية؟ (6) هل هناك تأثير لثقافة المدرسة على اتخاذ الطلاب القرار في اختيار مدرسة في مدرسة الولاية السنوية في مدينة بليتار؟ (7) هل هناك أي تأثير للترقية على اتخاذ قرار اختيار الطلاب للمدارس في مدرسة تسناوية نيجري سي-بليتار سيتي؟ (8) هل هناك أي تأثير لصورة المؤسسة على اتخاذ قرار اختيار الطلاب للمدرسة في مدرسة سنوية نيجري سي-بليتار سيتي؟ (9) هل هناك تأثير لثقافة المدرسة والترويج لها وصورة المؤسسة معًا على اتخاذ القرار بشأن اختيار الطلاب للمدارس في مدرسة ولاية بليتار في مدرسة ولاية السنوية؟ (10) هل هناك أي تأثير بين ثقافة المدرسة على اتخاذ قرار اختيار الطلاب للمدرسة من خلال الترتيبات في مدرسة الدولة السنوية في مدينة بليتار؟ (11) هل هناك أي تأثير بين ثقافة المدرسة في اتخاذ القرار عند اختيار الطلاب للمدرسة من خلال صورة المؤسسة في مدرسة ولاية بليتار في مدرسة سنوية؟ (12) هل هناك تأثير بين الترقية ومن خلال اتخاذ القرار عند اختيار الطلاب للمدرسة من خلال صورة المؤسسة في مدرسة الدولة السنوية بمدينة بليتار؟

نوع النهج في هذا البحث هو البحث الكمي. سبب استخدام المنهج الكمي في هذا البحث هو أن هذا البحث يهدف إلى اختبار الفرضية. هذا النوع من البحث هو بحث بأثر رجعي. البحث بأثر رجعي هو البحث الذي يهدف إلى إيجاد الأسباب التي تسمح بتغييرات في السلوك أو الأعراض أو الظواهر الناجمة عن حدث أو سلوك أو أشياء تسبب تغييرات في المتغيرات المستقلة التي حدثت ككل. استخدمت تقنية جمع البيانات في هذه الأطروحة استبيانات مع 258 مستجيبًا وملاحظة وتوثيق لطلاب الصف السابع من في المدرسة العامة السنوية في مدينة بليتار.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن: (1) تم تنفيذ ثقافة المدرسة ، والترويج ، والصورة المؤسسية في مدرسة الدولة

التسناوية في مدينة بليتار ، بشكل جيد. يتضح هذا من خلال التطبيق المستمر لثقافة المدرسة. (2) بناءً على معامـل التحديد (R2) المستخدم لمعرفة مساهمة (مقدار المساهمة) المتغيرات المستقلة وهي ثقافة المدرسة (X1) ومتغيرات الترقية (X2) والصورة المؤسسية (X3) للمتغير التابع ، أي اتخاذ القرار (Y) ، القيمة التي تم الحصول عليها تساوي 0.724 أو 72.4٪ (3). تم الحصول على معامـل ارتباط 0.572 ، مما يعني أن مستوى قوة العلاقة (الارتباط) بين متغيري ثقافة المدرسة والترقية هو كلاهما قوية ومترابطة بشكل إيجابي أو أن العلاقة بين الاثنين أحادية الاتجاه ؛ (4) تم الحصول على معامـل ارتباط 0.466 بمعنى أن مستوى قوة العلاقة (الارتباط) بين الترقية وصورة المؤسسة قوي للغاية وله ارتباط إيجابي أو أن العلاقة بينهما في نفس الاتجاه. (5) تم الحصول على معامـل ارتباط 0.527 أي أن مستوى قوة العلاقة (الارتباط) بين ثقافة المدرسة وصورة المؤسسات قوي للغاية وله ارتباط إيجابي أو أن العلاقة بينهما في نفس الاتجاه (6) استنادًا إلى نتائج تحليل البيانات الواردة في الجدول أعلاه ، تم الحصول على نتائج اختبار t $tcount = 16223$ بمستوى هام من $\alpha = 0.05$ ، ثم جدول $ttable = 1,650$ بحيث يكون $tcount = 16223 > ttable = 1,650$. هذا يعني أن هناك تأثيرًا مهمًا جزئيًا بين متغير ثقافة المدرسة (X1) على اتخاذ القرار (Y) وفي الوقت نفسه ، مساهمة (مقدار المساهمة) لمتغير ثقافة المدرسة (X1) في اتخاذ القرار (Y) تأثير متغيرات ثقافة المدرسة (X1) على اتخاذ القرار (Y) من 50.7٪ ؛ (7) بناءً على نتائج تحليل البيانات الواردة في الجدول أعلاه ، تم الحصول على نتائج اختبار t $tcount = 18025$ بمستوى هام قدره $\alpha = 0.05$ ، ثم جدول $ttable = 1,650$ بحيث يكون $tcount = 18025 > ttable = 1,650$. هذا يعني أن هناك تأثيرًا كبيرًا على متغير الترقية (X2) على اتخاذ القرار (Y). بينما مساهمة (مبلغ التبرع) لمتغير الترقية (X2) في اتخاذ القرار (Y) فإن حجم تأثير متغير الترقية (X2) على اتخاذ القرار (Y) هو 55.9٪ ؛ (8) بناءً على نتائج تحليل البيانات الواردة في الجدول أعلاه ، تم الحصول على نتائج اختبار t $tcount = 13825$ بمستوى هام قدره $\alpha = 0.05$ ، ثم جدول $ttable = 1,650$ بحيث يكون $tcount = 13825 > ttable = 1,650$ وهذا يعني أن هناك تأثيرًا كبيرًا جزئيًا بين متغير الصورة المؤسسية (X3) على اتخاذ القرار (Y). بينما مساهمة (مبلغ التبرع) لمتغير الصورة المؤسسية (X3) في اتخاذ القرار (Y). تأثير متغير الصورة المؤسسية (X3) على اتخاذ القرار (ص) هو 42.7٪ (9) تظهر نتائج اختبار الفرضية أنه عند مستوى ثقة 95٪ ($\alpha = 0.05$) تم الحصول على عدد F من 221,968 مع دلالة (Sig.) 0.000. وبالتالي ، هناك تأثير إيجابي وهام للغاية بين ثقافة المدرسة والترويج والصورة المؤسسية معًا في عملية صنع القرار لدى الطلاب ؛ (10) تأثير X1 على Y إلى X2 هو الصيغة $(rX1X2) \times (PYX1) \times (PYX2)$ التي تم الحصول عليها من البيانات التي تشير إلى وجود تأثير غير مباشر لثقافة المدرسة (X1) على اتخاذ القرار (Y) من خلال الترويج (7.8٪ X2). لذلك هناك تأثير بين ثقافة المدرسة على اتخاذ القرار من خلال الترتيبات في المدرسة العامة التسناوية في مدينة بليتار جميع أنحاء مدينة بليتار. (11) تأثير X1 على Y إلى X3 هو الصيغة $(PYX1) \times (PYX3) \times (rX1X3)$ التي تم الحصول عليها من البيانات التي تشير إلى وجود تأثير غير مباشر لثقافة المدرسة (X1) على اتخاذ القرار (Y) من خلال الصورة المؤسسية (X3) من 4.6٪. لذلك هناك تأثير بين ثقافة المدرسة على اتخاذ القرار من خلال صورة المؤسسة في المدرسة العامة التسناوية في مدينة بليتار في جميع أنحاء مدينة بليتار ؛ (12) تأثير X2 على Y حتى X3 له الصيغة $(PYX2) \times (PYX3) \times (rX2X3)$ التي تم الحصول عليها من

البيانات التي تشير إلى وجود تأثير غير مباشر للترقية (X2) على اتخاذ القرار (Y) من خلال الصورة المؤسسية (5.9% X3). لذلك هناك تأثير بين الترقية على اتخاذ القرار من خلال صورة المؤسسة في شبكات في المدرسة العامة السنوية في مدينة بليتار في جميع أنحاء مدينة بليتار.