

ABSTRAK

Vanni Hadiani (1304704), “**Pengaruh Dimensi *Self-Efficacy* terhadap Keputusan Memilih Jurusan Pemasaran (Survei Pada Siswa Kelas I di SMKN 1 Kota Bandung)**” Dibawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M.

Keputusan dalam mendukung karir kejuruan merupakan salah satu tugas perkembangan yang paling penting dalam transisi dari akhir remaja hingga dewasa muda. Perkembangan menuntut seseorang yang lebih berkualitas, serta dituntut memiliki kemampuan (*skill*) dan pengetahuan (*knowledge*) yang lebih dalam dunia kerja. Ketidakmerataannya pemilihan jurusan pemasaran di tingkat Sekolah Menengah Kejuruan merupakan sebuah persoalan yang akan berdampak pada tingkat kebutuhan tenaga kerja. Semakin rendahnya lulusan dari bidang pemasaran, semakin rendah pula tenaga kerja yang memiliki potensi pemasaran. Sedangkan, dalam dunia karir dibutuhkan tenaga pekerjaan yang tinggi dalam bidang pemasaran. Ketika menghadapi suatu pilihan, keyakinan individu terhadap kemampuan mereka (*self-efficacy*) akan mempengaruhi cara individu dalam bereaksi terhadap situasi yang menekan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran tingkat *self-efficacy* dan keputusan pemilihan pada siswa kelas I SMKN 1 Kota Bandung dan memperoleh temuan besarnya pengaruh dimensi *self-efficacy* terhadap keputusan memilih jurusan pemasaran pada siswa kelas I SMKN 1 Kota Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif, Metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik *simple random sampling* dan jumlah sampel 215 siswa. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*) dengan alat bantu *software* komputer SPSS. Berdasarkan hasil penelitian, variabel *self-efficacy* yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap keputusan pemilihan adalah dimensi kemampuan menilai diri sendiri, sedangkan pengaruh yang terendah adalah tingkat kemampuan seseorang. Upaya meningkatkan nilai keputusan pemilihan yaitu sekolah diharuskan membuat strategi yang dapat memberikan pengalaman yang meninggalkan kesan positif bagi siswa yang akan membangun hubungan dengan pelanggan hingga dapat meningkatkan keputusan memilih jurusan.

Kata Kunci: *Self-Efficacy*, Keputusan Pemilihan, Kemampuan Menilai Diri Sendiri, Tingkat Kemampuan Seseorang, Kekuatan Seseorang dalam Mencapai Keberhasilan

ABSTRACT

Vanni Hadiani (1304704) **The Effect Of Self-Efficacy To Decision In Selecting Marketing Departement (Survey In First Grade Students At SMK Negeri 1 Bandung)** under guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M.

Decision in supporting vocational career is one of the most important part of development roles in transition from end juvenile to early adult. In the real life, the development insists somebody not only has more quality but also has full of skill and knowledge. Inequality of selecting marketing departement at vocational school level is a problem that will give an impact in employee need level. The lower quality of graduated student from marketing departement, the lower capability of employee in marketing. While in working place, employee that has higher quality in marketing is needed. When facing a choice, individual belief to their capability (self-efficacy) Will give an effect to individual way in responding the pressing situation. The purpose of this research is not only to know the description of self-efficacy level and selecting decision of first grade students in SMK Negeri 1 Bandung but also to get data about the effect of self-efficacy dimention againts decision to select marketing departement in SMK Negeri 1 Bandung. Kind of research which is used is decriptive and verificative. Research method that is used is explanatory survey with simple random sampling technique. And the number of sampel that involves in this research is 215 respondents. Data analysis technique used is path analysis with computer software SPSS. According to the research results, self-efficacy variables that have the highest influence on the selection decisions are the dimensions of the ability to judge themselves, while the lowest is the level of influence a person's ability. Effort to enhance the selecting decision value is with strategy that is created by school which will give the experience that gives a good impression to students who Will build a relation with customers until it can enhance the decision of selecting departement.

Keyword : Self-Efficacy, Decision Making, The Ability to Judge Themselves, The Level of Influence a Person's Ability, The Power of Someone in Achieving Success

Vanni Hadiani, 2017

PENGARUH DIMENSI SELF-EFFICACY TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH JURUSAN PEMASARAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu