

ABSTRAK

Putri Diah Citra Suci : *Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas dan Kepercayaan Orang Tua / Wali Murid Terhadap Minat Siswa Memilih Sekolah (Studi pada SMK YP 17 Bandung)*

Bauran pemasaran, kualitas dan kepercayaan merupakan faktor penting bagi pemasaran jasa pendidikan dalam mempengaruhi minat siswa sehingga memilih sekolah tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan merupakan metode populasi. Kemudian subjek penelitian ini adalah siswa SMK YP 17 Bandung dengan menggunakan sampel sebanyak 51 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas dan reabilitasnya. Sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan promosi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat siswa dari hasil uji t hitung sebesar -0,1305 dengan signifikansi 0,119. Produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat siswa dari hasil uji t hitung sebesar 2,132 dengan signifikansi 0,039. Harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat siswa dari hasil uji t hitung sebesar 0,530 dengan signifikansi 0,599. Lokasi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat siswa dari hasil uji t hitung sebesar 1,22 dengan signifikansi 0,232. Kualitas tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat siswa dari hasil uji t hitung sebesar 2,287 dengan signifikansi 0,027. Kepercayaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat siswa dari hasil uji t hitung sebesar 3,250 dengan signifikansi 0,02. Terdapat pengaruh antara promosi, produk, harga, lokasi, kualitas dan kepercayaan secara signifikan dan bersama sama atau simultan terhadap minat siswa di tunjukan dengan nilai F hitung sebesar 5,915 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan dapat di tulis persamaan regresi $Y = X_1. 3,27 + X_2. 0,122 + X_3. 0,250 + X_4. 0,136 + X_5. 0,229 + X_6. 0,357 + X_7. 0,520$. Dengan besar pengaruh prosentase sebesar 44,6% sisanya 55,4% di pengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci : bauran pemasaram, promosi, produk, harga, tempat, kualitas, kepercayaan, minat

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG