

## ABSTRAK

### PENGARUH *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, LOKASI DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH MADRASAH ALIYAH RADEN INTAN AIR HITAM LAMPUNG BARAT 2018

Oleh

**NURUL KHAROMATUL LAIL**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya persaingan yang semakin ketat antar sekolah dalam mendapatkan jumlah siswa, maka banyak upaya yang dilakukan Madrasah Aliyah Raden Intan Lampung Barat guna merangsang calon konsumen untuk memilih jasa yang dikelolanya. Salah satunya dengan meningkatkan strategi bauran pemasaran. Upaya-upaya tersebut belum tentu mempengaruhi target pasar dalam mengambil suatu keputusan memilih Madrasah Aliyah Raden Intan Lampung Barat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* (produk, harga, lokasi dan promosi) terhadap keputusan siswa memilih sekolah Madrasah Aliyah Raden Intan Lampung Barat 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Madrasah Aliyah Raden Intan Lampung Barat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 54 siswa yang dijadikan sebagai responden dan teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, lokasi dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan siswa memilih sekolah Madrasah Aliyah Raden Intan baik secara simultan maupun parsial.

**Kata kunci** : Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Keputusan Siswa, Dan Pemasaran Jasa

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ( A PRODUCT, THE PRICE, LOCATION AND PROMOTION ) OF THE DECISION CHOOSE A SCHOOL STUDENTS MADRASAH ALIYAH RADEN INTAN LAMPUNG BARAT 2018**

**By**

**NURUL KHAROMATUL LAIL**

The problem in this research is the increasingly fierce competition in the school. Atar get the number of students, the many efforts made by the private vocational school in Madrasah Aliyah Raden Intan Lampung Barat in order to encourage potential customers to choose the services they manage. One of them by increasing the marketing mix. Such efforts do not necessarily affect the target market in taking a decision selecting Private vocational school in Madrasah Aliyah Raden Intan Lampung Barat. The purpose of this research is to know the influence of marketing mix (a product, the price, location and promotion) of the decision students choose a school Madrasah Aliyah Raden Intan Lampung Barat 2018. The method which is used in this research is descriptive verification with ex post facto approach and survey. The population in this research is all students Madrasah Aliyah Raden Intan Lampung Barat. The sample used in this research as many as 54 students that serve as respondents and sampling technique is probability sampling with simple random sampling. The result of this research shows is that all marketing mix consisting of the product, the price of, the location and promotion have an significant and positive of the decision students choose a school Madrasah Aliyah Raden Intan simultaneously as well as partially.

**Keywords:** products , price , location , promotion , the decision students and marketing service.