

## ABSTRAK

**Najia Fauziah As-Syihab. 1212010116. 2025. “Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan terhadap Kepuasan Layanan Bagi Peserta Didik (Penelitian di Madrasah Tsanawiyah Yasta Bunter Sumedang)”.**

Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan dan persaingan yang semakin ketat antar lembaga, institusi pendidikan dituntut untuk dikelola secara profesional, termasuk dalam hal memasarkan layanan yang mereka tawarkan. Pemasaran memiliki peran penting dalam menyampaikan nilai dan keunggulan lembaga, membangun hubungan baik dengan peserta didik dan orang tua, serta menciptakan kepuasan dan loyalitas terhadap layanan pendidikan yang diberikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran jasa pendidikan terhadap kepuasan layanan bagi peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Yasta Bunter Sumedang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu angket (kuesioner) yang terdiri dari 37 item pernyataan dengan jumlah responden 77 orang. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji instrument penelitian (validitas dan reliabilitas), uji analisis statistik (analisis persial per indikator), uji asumsi klasik (uji normalitas dan linearitas), dan uji hipotesis (uji t, uji regresi linear sederhana, dan uji koefisien determinasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTs Yasta Bunter tergolong pada kualifikasi “Cukup” dengan nilai rata-rata 3,06. (2) Kepuasan Layanan Bagi Peserta Didik di MTs Yasta Bunter tergolong pada kualifikasi “Cukup” dengan nilai rata-rata 3,18. (3) Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Layanan Bagi Peserta Didik, hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung  $5,197 > t$  tabel 1,665. Berdasarkan uji koefisien determinasi nilai R square diperoleh hasil sebesar 0,265 yang artinya bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan mempengaruhi kepuasan layanan bagi peserta didik sebesar 26,5%.

**Kata kunci: Strategi Pemasaran, Kepuasan Layanan, Peserta Didik**