

ABSTRAK

Ihsan Kamil (1192010069) “Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pendidikan terhadap Minat Peserta Didik Melanjutkan Studi di Madrasah (Penelitian di Madrasah Aliyah Negeri Plus Keterampilan Se-Kabupaten Garut)”

Persaingan dalam dunia pendidikan merupakan hal yang lumrah, tidak sedikit madrasah yang ditinggalkan oleh peserta didiknya, dengan keprofesionalan pihak madrasah dalam memahami pemasaran jasa pendidikan maka akan memperbesar kemungkinan dalam mempertahankan serta memajukan lembaganya. Pemilihan alat pemasaran jasa pendidikan yang tepat pula dapat memberikan pengaruh yang signifikan dalam memasarkan lembaganya.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis bauran pemasaran (*marketing mix*) pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri Plus Keterampilan Se-Kabupaten Garut; 2) menganalisis minat peserta didik melanjutkan studi di Madrasah Aliyah Negeri Plus Keterampilan Se-Kabupaten Garut; 3) menganalisis pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) pendidikan terhadap minat peserta didik melanjutkan studi di Madrasah Aliyah Negeri Plus Keterampilan Se-Kabupaten Garut.

Penelitian ini bersifat *ex post facto*, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket/kuesioner serta didukung dengan dokumentasi dan wawancara. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji analisis parsial per indikator, uji asumsi klasik (uji normalitas, homogenitas, dan linearitas), serta uji hipotesis (uji regresi linier sederhana).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri Plus Keterampilan Se-Kabupaten Garut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,67, Nilai tersebut masuk kedalam kualifikasi tinggi, dikarenakan berada pada rentang 3,40 – 4,19. Kemudian, Minat Peserta Didik Melanjutkan Studi di Madrasah Aliyah Negeri Plus Keterampilan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,53, Nilai tersebut termasuk kedalam kualifikasi tinggi, dikarenakan berada pada rentang 3,40 – 4,19. Berdasarkan uji hipotesis bauran pemasaran (*marketing mix*) pendidikan berpengaruh pada minat peserta didik melanjutkan studi di Madrasah, dibuktikan dengan hasil analisis regresi linier sederhana yang menunjukkan koefisien determinasi sebesar 29,8% (dibulatkan menjadi 30%) maka berpengaruh positif dan masuk kedalam klasifikasi cukup tinggi, dikarenakan berada dalam rentang 17 – 48%, sedangkan 70% lainnya merupakan faktor lain yang memengaruhi minat peserta didik, serta dibuktikan pula dengan hasil perhitungan uji t sebesar 6,283, yang lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98609 pada taraf signifikansi 5% yang berarti bahwa hipotesis alternatif diterima.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Minat Peserta Didik