

ABSTRACT

Yogi Grantiyono. 2014. "The Influence of Service Marketing Mix in Choosing MI Nurul Huda Pagar Batu Village, Saronggi District". A thesis. Faculty of Economic. University of Trunojoyo Madura. Advisor I: Nirma Kurriwati, SP., M. Si. Advisor II: Suyono, SE., MSM.

The purpose of this study determined the simultaneously and partially influence of six marketing mix variables used that consist of products, place, promotion, people, physical evidence, dan process in selecting MI Nurul Huda Pagarbatu village, Saronggi district, Sumenep region.

The study applied quantitative method. The population were is all parents of MI Nurul Hudas student from 1-6 class. Sampling technique wes Purposive Sampling because it set the samples randomly that will be used for the research based on the criteria. The total samples used 126 respondents. Data analysis technique applied multiple linear regressions. The result of study shows that products, promotion, dan physical evidence variables simultaneously and partially influence the decisions of selecting MI Nurul Huda. Products variable dominantly influence the decision of selecting MI Nurul Huda.

Keywords: Marketing mix, products, place, promotion, people, physical evidence, process, and decision to choose.

ABSTRAK

Yogi Grantiyono. 2014. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Untuk Memilih MI Nurul Huda Desa Pagar Batu, Kecamatan Saronggi". Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Dosen Pembimbing I: Nirma Kurriwati, SP., M. Si. Dosen Pembimbing II: Suyono, SE., MSM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh enam variable bauran pemasaran yang saya pakai yang terdiri dari products, place, promotion, people, physical evidence, dan process secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan memilih pada MI Nurul Huda di Desa Pagarbatu, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh wali murid MI Nurul Huda dari kelas 1-6. Teknik sampling yang digunakan adalah Purposive Sampling karena menetapkan sampel secara acak yang akan dipakai untuk penelitian sesuai dengan kriteria. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 126 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel products, promotion, dan physical evidence berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan memilih MI Nurul Huda. Variabel *products* berpengaruh dominan terhadap keputusan memilih MI Nurul Huda.

Kata Kunci : bauran pemasaran, products, place, promotion, people, physical evidence, process, dan keputusan memilih.