

ABSTRAK

SILVIA DESTA RINANDA (12090118) Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (*Marketing Mix* Jasa) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Pendidikan Bahasa Inggris Di *Melbourne English School* Padang Tahun 2018. Di bawah bimbingan Ibu Sri Wahyuni, M.Pd dan Bapak Syailendra Eka Saputra, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : 1) pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa inggris di MES Padang; 2) pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa inggris di MES Padang; 3) pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa inggris di MES Padang; 4) pengaruh proses terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa inggris di MES Padang; 5) pengaruh bukti fisik terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa inggris di MES Padang ; 6) pengaruh harga, lokasi, promosi, proses dan bukti fisik secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa inggris di MES Padang.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan asosiatif, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelajar pendidikan bahasa inggris di MES Padang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Random Sampling* dimana jumlah sampel sebanyak 103 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di MES Padang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,169 dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,733 > t_{tabel} sebesar 1,66055 dengan nilai signifikan $0,007 < = 0,05$. (2) lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di MES Padang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,240 dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,907 > t_{tabel} sebesar 1,66055 dengan nilai signifikan $0,000 < = 0,05$. (3) promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di MES Padang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,233 dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,648 > t_{tabel} sebesar 1,66055 dengan nilai signifikan $0,000 < = 0,05$. (4) proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di MES Padang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,673 dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,606 > t_{tabel} sebesar 1,66055 dengan nilai signifikan $0,000 < = 0,05$ (5) bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di MES Padang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,275 dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,499 > t_{tabel} sebesar 1,66055 dengan nilai signifikan $0,000 < = 0,05$ (6) harga, lokasi, promosi, proses dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pendidikan bahasa Inggris di MES Padang. Dimana diperoleh nilai F_{hitung} 40,776 > F_{tabel} 2,31 dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < = 0,05$. Hal ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan kepada bimbek MES selalu menjaga dan meningkatkan produk jasanya, memberikan harga yang standar, bisa memilih lokasi yang lebih strategis lagi, meningkatkan promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan meningkatkan fasilitas disetiap ruangan kelas agar keputusan konsumen untuk les di MES lebih meningkat.