

**Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa  
Untuk memilih Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang  
Melalui Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Siswa Kelas XII SMA  
di Karawang Barat)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan minat siswa untuk memilih Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang melalui keunggulan bersaing. Ketatnya persaingan bisnis di sektor pendidikan di Indonesia dan tingginya minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikannya di Perguruan Tinggi khususnya di Kota Karawang, membuat UBP Karawang bersaing dengan kampus lain. Oleh karena itu Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang penting untuk melakukan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk memenangkan kompetisi antar perguruan tinggi serta untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan profesionalisme manajemen Perguruan Tinggi. Jenis penelitian adalah deskriptif dan verifikatif, data penelitian adalah data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data melalui kuesioner, sampel penelitian adalah 325 responden, metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *random sampling*. Penelitian ini diuji menggunakan uji validitas, reliabilitas, korelasi dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran terhadap minat memiliki pengaruh yang signifikan, keunggulan bersaing terhadap minat memiliki pengaruh yang tidak signifikan, bauran pemasaran terhadap keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan pengaruh simultannya bauran pemasaran dan keunggulan bersaing terhadap minat memiliki pengaruh yang signifikan.

**Kata Kunci :** Bauran Pemasaran, Keunggulan Bersaing, Minat Siswa

***Marketing Mix In An Effort To Increase The Interest Of Students To Choose The University Of Buana Perjuangan (UBP) Karawang Through Competitive Advantage (Case Study On High School Students Of XII<sup>th</sup> Grade In West Karawang)***

**ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the Marketing Mix In An Effort To Increase The Interest Of Students To Choose The University Of Buana Perjuangan (UBP) Karawang Through Competitive Advantage . The tight business competition in the education sector in Indonesia and the high interest of the community to continue their education in Higher Education, especially in the City of Karawang, makes UBP Karawang compete with other campuses. Therefore, the University of Buana Perjuangan (UBP) Karawang is important to carry out marketing services marketing strategies to win competitions between universities and to increase the acceleration of quality improvement and professionalism of Higher Education management. This type of research is descriptive and verification, research data are primary data and secondary data, data collection techniques through questionnaires, the research sample is 325 respondents, the sampling method uses non probability sampling with random sampling techniques. This research was tested using validity test, reliability, correlation and path analysis. The results showed that the marketing mix of interests had a significant effect, competitive advantage over interests had a non-significant effect, the marketing mix of competitive advantage had a significant effect while the simultaneous influence of the marketing mix and competitive advantage on interests had a significant effect.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Competitive Advantage, Student Interest*