

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of education service mix to the image of favorite schools in SMP Negeri 2 Bandung Respondents involved in this study as many as 125 parents of students who send their children in SMP Negeri 2

Bandung, The method used is a non probability sampling technique.

Data collection is done by distributing questionnaires and analytical methods Data performed by multiple linear regression using SPSS 22 software. The result of the research shows that partially positive effect of marketing service mix is Product (X1), Place (X2), Person (X3), Process (X4), Physical Evidence (X5) to school image. Then Based on the results of F test, the results showed that the marketing service mix simultaneously affect the image of favorite schools.

The coefficient of determination in can be significant, This means that the favorite school image is influenced by the variables of the education service marketing mix, namely, Product (X1), Place (X2), Person (X3), Process (X4), Physical Evidence (X5) while the rest can be explained By another variable not examined in this study.

Keywords: service mix, image of favorite schools

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap citra sekolah pada SMP Negeri 2 Bandung.

Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 125 siswa atau orang tua siswa yang menyekolahkan anak di SMP Negeri 2 Bandung, metode yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial bauran pemasaran jasa pendidikan berpengaruh positif terhadap citra sekolah.

Kemudian berdasarkan hasil uji F, hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa pendidikan secara simultan mempengaruhi citra sekolah. Nilai koefisien determinasi diperoleh signifikan, hal ini berarti kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel bauran pemasaran yaitu *produk, tempat, proses, Sumber daya Manusia* dan *Bukti fisik* sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Citra Sekolah Favorit