

MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH SEBAGAI SALAH SATU KUNCI
KEBERHASILAN DILIHAT DARI BAURAN PEMASARAN (Studi Kasus SMA Islam
Harapan Ibu)

ADRIAN PRAYOGA

Jurusan Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi “UPN Veteran Jakarta”

ABSTRAK

Manajemen Pendidikan adalah suatu kegiatan atau rangkaian yang berupa proses pengelolaan usaha kerja sama sekelompok manusia yang tergabung dalam organisasi pendidikan, untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan sebelumnya agar efektif dan efisien. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk semakin meningkatkan kepuasan pelanggan karena pendidikan merupakan proses yang sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang diterapkan oleh sekolah SMA Islam Harapan Ibu dengan tingkat kepuasan yang diperoleh siswa/siswi. Saya melakukan penelitian ini dengan bantuan Microsoft excel dan SPSS 17. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran dengan variabel *produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan fasilitas fisik* berpengaruh signifikan terhadap *kepuasan*. Hasil ini diperoleh dari

Kata kunci : Strategi Pemasaran. *Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Fasilitas Fisik, dan Kepuasan.*

MARKETING MANAGEMENT SCHOOL AS ONE OF THE KEY SUCCESS SEEN FROM
MARKETING MIX (Studi Kasus SMA Islam Harapan Ibu)

ABSTRACT

Education Management is an activity or series of the form of business process management cooperative group of people who are members of educational organizations, to achieve the educational goals set previously to be effective and efficient. School as an educational service agencies need to learn and have the initiative to further improve customer satisfaction because education is a circular process of mutual influence and sustainable.

This study aimed to determine the effect of the marketing mix is applied by Islamic High School Mother's Hope by the level of satisfaction obtained by the student / students. I did some research with the help of Microsoft Excel and SPSS 17. These results indicate that the variable of the marketing mix of product, price, place, promotion, people, processes, and physical facilities, significant effect on satisfaction. These results were obtained from

Keywords: Marketing Strategies. Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Facilities, and Satisfaction.