Jurnal Darma Agung
Volume: 33, Nomor: 2, (2025), April: 263 - 269
https://dx.doi.org.10.46930/ojsuda.v33i2.5738
P-ISSN:0852-7296
E-ISSN:2654-3915

STRATEGI BAURAN PEMASARAN YAYASAN SEKOLAH DASAR KARTINI MEDAN

Syarifah Naila [1)], Endang Sulistya Rini [2)], Beby Karina Fawzeea Sembiring [3)]
Magister Manajemen Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia [1,2,3)]
Corresponding Author:
syarifahnaila.contact@gmail.com [1)]

Abstrak

SD Kartini Medan menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah pendaftaran siswa baru akibat persaingan ketat di sektor pendidikan dasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, SDM, bukti fisik, dan proses secara parsial terhadap keputusan orang tua dalam memilih SD Kartini Medan serta mengetahui pengaruh ketujuh variabel secara simultan terhadap keputusan orang tua murid. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F). Sampel penelitian sebanyak 127 orang tua murid yang diambil menggunakan rumus Slovin dengan teknik random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk, harga, lokasi, promosi, SDM , bukti fisik, dan proses berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua murid dalam memilih SD Kartini Medan. Secara simultan, variabel bauran pemasaran (7P) juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang optimal dapat meningkatkan daya tarik sekolah. Kesimpulannya, SD Kartini Medan perlu memperkuat strategi bauran pemasaran, terutama dalam aspek pemasaran digital dan inovasi layanan, guna meningkatkan daya saing dan jumlah siswa baru.

Kata Kunci: bauran pemasaran, pemasaran pendidikan, sekolah dasar, keputusan orang tua

Abstract

SD Kartini Medan faces challenges in increasing student enrollment due to intense competition in the primary education sector. This study aims to determine the partial influence of the marketing mix, which includes product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process, on parents' decisions in choosing SD Kartini Medan, as well as to analyze the simultaneous effect of these seven variables on parents' school selection decisions. The research employs multiple linear regression analysis with partial tests (t-test) and simultaneous tests (F-test). The sample consists of 127 parents, selected using Slovin's formula with a random sampling technique. The results indicate that, partially, the variables of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process have a positive effect on parents' decisions in choosing SD Kartini Medan. Simultaneously, the seven marketing mix variables (7P) also have a significant positive influence on parents' school selection decisions. These findings suggest that implementing an optimal marketing strategy can enhance the school's appeal. In conclusion, SD Kartini Medan needs to strengthen its marketing mix strategy, particularly in digital marketing and service innovation, to improve its competitiveness and increase student enrollment.

Keywords: marketing mix, educational marketing, elementary school, parents decision

PENDAHULUAN

Pentingnya pendidikan untuk kehidupan bangsa dan negara untuk dapat meningkatkan karakter, kecerdasan, dan kepribadian siswa (Mamelio et al, 2021). Pendidikan merupakan proses mengembangkan potensi setiap orang melalui pembelajaran. Peningkatan kualitas pendidikan akan meningkat apabila proses belajar mengajar di kelas benar-benar efektif. Menurut Wardoyo et al. (2022) banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan kualitas, antara lain guru, fasilitas pembelajaran, lingkungan sekolah, dan media pembelajaran. Faktor tersebut mempengaruhi besaran jumlah siswa SD, terutama jumlah murid SD Swasta. Berikut adalah data jumlah murid dan jumlah sekolah SD swasta Kota Medan di Kecamatan Medan Area dalam kurun waktu 7 tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Murid dan Jumlah Sekolah SD Swasta di Kecamatan Medan Area 2017-2023

Tahun	Jumlah Murid SD (Swasta)	Jumlah Sekolah SD (Swasta)

History:
Received : 25 Desember 2024
Revised : 10 Januari 2025
Accepted : 07 April 2025
Published : 29 April 2025

Publisher: LPPM Universitas Darma Agung
Licensed: This work is licensed under Attribution-NonCommercial-No Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)

2017	5536	17
2018	5282	17
2019	5369	18
2020	4558	18
2021	4826	18
2022	4885	19
2023	4863	19

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah murid SD Swasta di Kecamatan Medan Area menurun yang siginifikan dari tahun 2018, 2019-2023. Pada tahun 2019 sempat mengalami kenaikan, namun setelah itu terjadi penurunan hingga 2023. Kemudian, Tabel 1 juga menunjukkan terjadi kenaikan jumlah sekolah SD Swasta yang siginifikan di Kecamatan Medan Area. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan jumlah murid disebabkan adanya persaingan antar sekolah SD (swasta) di Kecamatan Medan Area. Penurunan ini berakibat pada penurunan jumlah siswa yang ada di sekolah SD Kartini yang merupakan salah satu sekolah SD Swasta di Kecamatan Medan Area. SD Kartini telah memberikan yang terbaik atas pelayanan jasa pendidikan kepada peserta didik serta orang tua murid sehingga memiliki citra yang baik dan menerima jumlah peserta didik cukup banyak. Namun, terjadi penurunan jumlah siswa dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 2. Data jumlah peserta didik SD Kartini dalam 5 tahun terakhir

Tahun Ajaran	Jumlah Pendaftaran Peserta Didik Baru	Jumlah Laki-Laki	Jumlah Perempuan	Jumlah seluruh siswa (kelas1/6)
2020/2021	60	28	32	480
2021/2022	61	31	29	420
2022/2023	50	23	27	320
2023/2024	30	13	17	260
2024/2025	20	8	12	187

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah peserta didik SD Kartini dalam kurung waktu 5 tahun terakhir mengalami penurunan yang signifikan selama 5 tahun terakhir. Strategi pemasaran dapat menjadi salah satu terobosan baru bagi sekolah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sekolah tentunya perlu memperhatikan hal-hal yang telah, sedang dan belum dilakukan untuk meningkatkan layanan bagi pelanggan jasa pendidikan melalui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai, tentunya dapat meningkatkan keputusan memilih sekolah. Untuk itu, dengan muncul nya sekolah-sekolah baru seharusnya Sekolah SD Kartini memberikan peningkatan informasi melalui strategi pemasaran. Salah satu strategi pemasaran adalah bauran pemasaran *(marketing mix).*

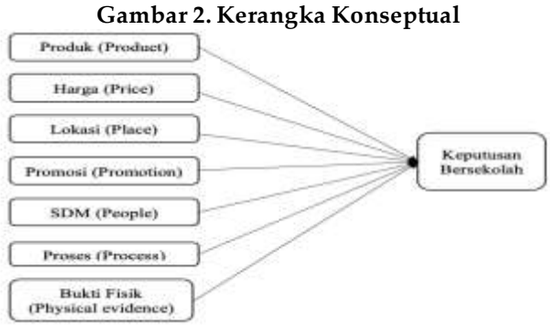
Marketing mix merupakan alat marketing paling tepat untuk pendekatan terhadap peserta didik. Namun, *marketing mix* klasik 4P (*product, price, place, dan promotions)* tidak cukup efisien dalam mendorong sebuah sekolah dasar, oleh karena itu teori ini dikembangkan menjadi 7P bauran pemasaran jasa dengan penambahan tiga elemen lainnya yaitu *process, physical environment, dan people*. Ketujuh elemen ini berperan sebagai tujuh strategi pemasaran jasa yang digunakan untuk mengembangkan strategi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Wirtz & Lovelock, 2016). Peneliti melakukan pra survey mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*). Responden berjumlah 30 orang yang merupakan orang tua siswa di Sekolah SD Kartini.

Gambar 1. Hasil Pra-Survey



Berdasarkan data hasil pra-survey menurut Gambar 1 terbukti bahwa dari 30 orang, sekitar 16% memilih harga, sekitar 17% memilih produk dan 20% memilih lokasi. Selebihnya memilih 8% promosi, memilih 14% sumber daya manusia, memilih 13 % proses, dan memilih 12% bukti fisik. Dapat disimpulkan bahwa persentase terbesar adalah Harga, Produk dan Tempat. Semua elemen ini, jika dioptimalkan, dapat menjadi daya tarik yang kuat untuk SD Kartini. Namun, belum diketahui secara pasti sejauh mana masing-masing elemen dalam strategi bauran pemasaran ini memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih SD Kartini. Selain itu, diperlukan analisis untuk menentukan elemen mana yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini, (2) menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini, (3) menganalisis pengaruh tempat terhadap keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini, (4) menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini, (5) menganalisis pengaruh sumber daya manusia terhadap keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini, (6) menganalisis pengaruh proses terhadap keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini, (7) menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini, (8) menganalisis apakah variabel 7P berpengaruh secara simultan terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini.

Gambar 2. Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual di atas yang menjadi landasan dalam penelitian ini, Maka yang menjadi hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut : (H1) Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini(Y), (H2) : Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini(Y), (H3) Tempat (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini(Y), (H4) : Promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini(Y), (H5) Orang (X5) berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini(Y), (H6) Proses (X6) berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini(Y), (H7) Bukti Fisik (X7) berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini(Y), (H8) Variabel 7P (X8) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini(Y).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan di Yayasan Perguruan Sekolah Dasar Kartini Medan yang beralamat di Jalan Amaliun No. 157 Medan, Sumatera Utara. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* atau sengaja dengan pertimbangan bahwa Sekolah Dasar Kartini merupakan salah satu sekolah yang mengalami penurunan peserta didik

yang signifikan. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2024. Data dalam penelitian menggunakan jenis data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini populasi yang terdapat pada jumlah peserta didik di SD Kartini pada tahun ajaran 2024 adalah seluruh orang tua dari peserta didik mulai dari kelas 1-6. Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling. Teknik pengambilan sampel secara acak dari suatu populasi (*simple random sampling*). Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat signifikasi 5% yaitu sebanyak 127 responden (orang tua murid). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Menurut Sugiyono (2022), analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti ketika peneliti ingin memprediksi bagaimana variabel dependen (kriteria) akan berubah seiring dengan perubahan dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor. Dalam analisis regresi linier berganda, variabel independen tersebut digunakan untuk memprediksi atau menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Pada penelitian ini di lakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hipotesis. Oleh karena itu, diperlukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini melalui empat tahap yaitu uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini uji yang dilakukan yaitu, uji normalitas, uji multikolinearritas dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		127
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05637245
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.050
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah SPSS (2024)

Suatu model regresi dikatan baik apabila tidak terjadi multikolineritas. Multikolineritas diidentifikasi dengan menggunakan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Suatu regresi tidak terjadi multikolineritas apabila nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil uji multikolineritas pada masing-masing variabel dapat dilihat pada hasil dibawah ini:

Gambar 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.240	.591		.405	.686		
	Produk	.242	.060	.176	4.031	.000	.299	3.348
	Harga	.225	.066	.167	3.378	.001	.233	4.286
	Lokasi	.248	.069	.174	3.601	.000	.244	4.097
	Promosi	.168	.064	.125	2.631	.010	.252	3.967
	SDM	.252	.067	.146	3.752	.000	.377	2.650
	Proses	.225	.057	.175	3.928	.000	.288	3.473
	Bukti Fisik	.105	.045	.127	2.349	.020	.196	5.102

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Sekolah

Sumber: Data diolah SPSS (2024)

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Glejser untuk melihat nilai sig. Apabila nilai sig antar variabel independen dengan absolut residual >0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau disebut variabel residual identik. Berikut hasil pengolahan data.

Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.581	.340		1.708	.090
	Produk	.038	.035	.180	1.103	.272
	Harga	.048	.038	.234	1.266	.208
	Lokasi	.029	.040	.133	.734	.464
	Promosi	-.072	.037	-.350	-1.965	.052
	SDM	-.005	.039	-.019	-.132	.895
	Proses	-.003	.033	-.015	-.093	.926
	Bukti Fisik	-.012	.026	-.093	-.461	.646

a. Dependent Variable: ABS_Res

Sumber: Data diolah SPSS (2024)

Pada penelitian ini terdapat 1 variabel terikat yakni keputusan memilih sekolah dan 5 variabel bebas yaitu, produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, proses, dan bukti fisik. Pengolahan regresi linier dilakukan menggunakan softwere dengan program SPSS 26. Berikut hasil pengolahan data.

Gambar 6. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.240	.591		.405	.686
	Produk	.242	.060	.176	4.031	.000
	Harga	.225	.066	.167	3.378	.001
	Lokasi	.248	.069	.174	3.601	.000
	Promosi	.168	.064	.125	2.631	.010
	SDM	.252	.067	.146	3.752	.000
	Proses	.225	.057	.175	3.928	.000
	Bukti Fisik	.105	.045	.127	2.349	.020

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Sekolah

Sumber: Data diolah SPSS (2024)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau individu Adapun kriteria pengambilan keputusan yakni dalam pengujian ini menggunakan tingkat kepercayaan sig 5% atau α = 0,05. Drajat kebebasan (df) sebesar 120 dan pengujian dua sisi diperoleh dari nilai t tabel yakni 1,980. Ho diterima apabila ketika t hitung > t tabel dan sig < 0,05. Sedangkan apabila Ho ditolak apabila nilai t hitung < t tabel dan sig > 0,05. Berikut hasil pengolahan data.

Gambar 7. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	.240	.591		.405	.686		
	Produk	.242	.060	.176	4.031	.000	.299	3.348
	Harga	.225	.066	.167	3.378	.001	.233	4.286
	Lokasi	.248	.069	.174	3.601	.000	.244	4.097
	Promosi	.168	.064	.125	2.631	.010	.252	3.967
	SDM	.252	.067	.146	3.752	.000	.377	2.650
	Proses	.225	.057	.175	3.928	.000	.288	3.473
	Bukti Fisik	.105	.045	.127	2.349	.020	.196	5.102

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Sekolah

Sumber: Data diolah SPSS (2024)

Uji F dilakukan cara dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel (df=n-k) menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05. Adapun kriteria pada pengujan ini apabila F hitung < F tabel atau nilai sig > 0,05 Ho diterima, namun apabila Fhitung > Ftabel atau nilai sig. < 0,05 maka Ha diterima. Adapun hasil olahan data untuk melihat nilai Fhitung sebagai berikut:

Gambar 8. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1933.095	7	276.156	233.721	.000[b]
	Residual	140.606	119	1.182		
	Total	2073.701	126			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Sekolah

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, SDM, Proses, Produk, Promosi, Lokasi, Harga

Sumber: Data diolah SPSS (2024)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Berikut nilai koefisien determinasi.

Gambar 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.966[a]	.932	.928	1.087

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, SDM, Proses, Produk, Promosi, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Memilih Sekolah

Sumber: Data diolah SPSS (2024)

B. Pembahasan

Pembahasan merupakan bagian terpenting dari keseluruhan isi artikel ilmiah. Komponen informasi yang ada dipembahasan yaitu: pustaka terkait hipotesis utama, reviewe temuan yang paling penting, penjelasan yang paling logis berdasarkan teori atau ilmu pengetahuan yang ada, serta spekulasi kemungkinan yang logis dari hasil /temuan. Memberi batasan dari generalisasi yang terlalu jauh dari hasil temuannya, penjelasan implikasi dari hasil risetnya, rekomendasi dari riset selanjutnya, fokus pada hasil utamanya, dan kemudian hubungkan pesan atau simpulan hasil utamanya dengan tujuan dan judul naskah.

Variabel produk berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini Medan. Produk didapatkan nilai t hitung sebesar 4,031> t tabel 1,980 dan nilai sig 0,00 < 0,05, dengan demikian dapat diketahui hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu variabel produk berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini Medan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Moh. Rafid Dhiaulhaq (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari variabel produk terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Variabel Harga berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini Medan. Harga didapatkan nilai t hitung sebesar 3,378 > t tabel 1,980 dan nilai sig 0,00 < 0,05, dengan demikian dapat diketahui variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini Medan. Hal ini mengandung arti bahwa semakin terjangkau harga yang ditawarkan, (semakin harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang di tawarkan) maka kecenderungan orang tua murid yang memilih sekolah di SD Kartini Medan akan semakin tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunarsih et al (2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel lokasi didapatkan nilai t hitung bernilai positif sebesar 3,601 > t tabel 1,980 dan nilai sig 0,00 < 0,05, dengan demikian dapat diketahui variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini. Hal ini mengandung arti bahwa semakin baik kualitas lokasi yang ditawarkan, maka kecenderungan orang tua murid yang memilih sekolah di SD Kartini Medan akan semakin tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Moh. Rafid Dhiaulhaq (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari variabel lokasi (place) berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Variabel Promosi didapatkan nilai t hitung bernilai positif sebesar 2,631 > t tabel 1,980 dan nilai sig 0,01 < 0,05, dengan demikian dapat diketahui variabel promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini. Hasil ini menunjukkan semakin baik promosi yang diadakan sekolah semakin berpengaruh keputusan orang tua untuk memilih menempuh pendidikan di SD Kartini Medan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Chaerul Rofik (2019) yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan siswa-siswi dalam memilih sekolah. Variabel SDM didapatkan nilai t hitung bernilai positif sebesar 3,752 > t tabel 1,980 dan nilai sig 0,00 < 0,05, dengan demikian dapat diketahui variabel SDM secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan keputusan orang tua murid memilih sekolah di

SD Kartini Medan. Hal ini mengandung arti bahwa semakin baik kualitas SDM yang ditawarkan, maka kecenderungan orang tua murid yang memilih sekolah di SD Kartini Medan akan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Chaerul Rofik (2019) yang menyatakan bahwa variabel orang berpengaruh positif terhadap keputusan siswa-siswi dalam memilih sekolah. Variabel Proses didapatkan nilai t hitung bernilai positif sebesar 3,928 > t tabel 1,980 dan nilai sig 0,00 < 0,05, dengan demikian dapat diketahui variabel proses secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua memilih sekolah di SD Kartini. Hal ini mengandung arti bahwa semakin baik dan nyaman proses yang ditawarkan, maka kecenderungan orang tua yang memilih SD Kartini Medan akan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Chaerul Rofik (2019) yang menyatakan bahwa proses mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah.

Variabel bukti fisik didapatkan nilai t hitung sebesar 2,349 > t tabel 1,980 dan nilai sig 0,02 < 0,05, dengan demikian dapat variabel bukti fisik berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini Medan. Berdasarkan hal tersebut, dapat diartikan bahwa semakin baik sarana prasarana (bukti fisik) yang ditawarkan, maka kecenderungan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini akan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Indra Kurniawan (2022) yang menyatakan bahwa bukti fisik mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel 7P didapatkan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05. Selain itu juga nilai F hitung 233,721 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,02 maka variabel independen yaitu marketing mix secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan orang tua murid memilih sekolah di SD Kartini Medan. Hal ini mengandung arti bahwa jika produk, harga, lokasi, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik secara simultan meningkat maka akan memberikan dampak positif terhadap kecenderungan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini Medan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa produk, harga, lokasi, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik merupakan hal penting untuk meningkatkan minat pada orang tua murid memilih SD Kartini. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Moh. Rafid Dhiaulhaq (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* dengan keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan beberapa poin yaitu: Variabel produk (product), harga (price), lokasi (place), promosi (promotion), sumber daya manusia (people), proses (process), bukti fisik (physical evidence) memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap terhadap keputusan memlih sekolah pada orang tua murid SD Kartini Medan. Variabel produk merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini Medan. Sedangkan secara simultan variabel 7P memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan memilih sekolah pada orang tua murid SD Kartini Medan. Artinya jika komponen bauran pemasaran (7P) secara simultan meningkat maka akan memberikan dampak positif terhadap meningkatnya keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah di SD Kartini Medan. Dalam mendukung hasil penelitian ini disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian serupa dengan memanfaatkan metode analisis yang lebih kompleks seperti *Structural Equation Modeling* (SEM), untuk menganalisis pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

Mamelio, A., Idris, M., & Dedy, A. (2021). Implementasi Pendidikan Karakter Dalam Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Pada Peserta Didik SDN 1 Ujung Tanjung. Wahana Didaktika: Jurnal Ilmu Kependidikan, 19 (1), 31-37.

Wardoyo. (2021). Pengaruh Liabilitas dan Ekuitas Terhadap Profitabilitas Pada PT. Primarindo Asia Infrastructure Tbk. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* Vol. 1(1).

Lovelock, Christopher., Patterson, P. dan Wirtz, J. (2016). Services Marketing: An Asia-Pasific and Australian Perspective, Sixth Edition, Pearson, Australia.

Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunarsih et al. 2021. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. Productivity. 2(1) 69-72

Rofik, Chaerul. 2019. Pengaruh Faktor- Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di SMP Islam Al- Azhar 15 Cilacap, Master Institut Agama Islam Negeri Porwokerto: Porwokerto

Dhiaulhaq, Moh Rafid. 2021. Hubungan Marketing Mix Dengan Keputusan Orang Tuan dalam Memilih Sekolah di SD Ihsaniyah Gajahmada Kota Tegal, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasetia Tegal: Tegal