

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada *Effective English Course*)**

ABSTRAKSI

**Oleh :
Serly Orti Wijayanti**

**Dosen Pembimbing :
Dr. Siti Zuhroh, M.Si**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya lembaga pendidikan non formal terutama pada lembaga kursus bahasa inggris. *Effective English Course* adalah salah satu lembaga kursus bahasa inggris yang menyediakan all about English. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Effective English Course* Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode angket terhadap 100 orang responden yang merupakan siswa-siswi alumni *Effective English Course* dengan teknik *random sampling*, di mana sampel yang diambil secara acak dari tiga periode terakhir. Dengan menggunakan perangkat lunak WarpPLS , tujuh hipotesis diformulasikan dan diuji dalam pengujian hipotesis dengan t-test. Dari hasil analisis, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya valid. Dan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen adalah variabel proses. Variabel-variabel independen pada penelitian ini sudah cukup baik dalam menjelaskan variabel dependennya. Saran penulis adalah agar *Effective English Course* Jombang perlu mempertahankan hal-hal yang sudah dinilai baik oleh konsumen dan memperbaiki yang dinilai oleh konsumen masih kurang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Bukti Fisik, Proses dan Keputusan Konsumen