

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Di dalam dunia bisnis, terdapat banyak perusahaan yang menawarkan barang/produknya. Perusahaan-perusahaan tersebut terbagi menjadi perusahaan produk dan perusahaan jasa. Kedua perusahaan itu pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk menarik calon pelanggan/konsumennya.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Daryanto, jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya (Daryanto, 2011:237).

Sedangkan menurut Kotler dalam Tjiptono, dkk, sebagai salah satu bentuk produk, jasa dapat diartikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono, dkk, 2008:442).

Jasa merupakan setiap perbuatan dari keseluruhan aktivitas ekonomi, yang dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan dan memberikan nilai tambah yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu bagi pembeli pertamanya.

Jasa-jasa tersebut dilakukan oleh banyak perusahaan. Salah satu contohnya adalah lembaga pendidikan atau bimbingan belajar. Lembaga tersebut adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pendidikan. Lembaga pendidikan atau bimbingan belajar tersebut dapat diartikan sebagai tempat berlangsungnya proses belajar-mengajar antara anak didik dan pengajar di lingkungan pendidikan nonformal.

Terdapat banyak lembaga pendidikan/bimbingan belajar di Indonesia saat ini. Banyaknya jumlah lembaga pendidikan/bimbingan belajar tersebut menyebabkan persaingan yang semakin pesat di dunia pendidikan nonformal. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya lembaga pendidikan atau bimbingan belajar yang sejenis di daerah yang sama. Dengan semakin banyaknya lembaga pendidikan/bimbingan belajar tersebut, maka lembaga pendidikan/bimbingan belajar itu harus dapat bersaing dengan para pesaingnya agar tujuan yang ingin dicapai dapat terwujud. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam persaingan tersebut adalah dengan memilih strategi pemasaran yang baik guna menarik siswa/murid dalam mengambil keputusan untuk memilih lembaga pendidikan/bimbingan belajar dari perusahaan yang ditawarkan.

Strategi pemasaran yang dilakukan lembaga pendidikan atau bimbingan belajar tersebut adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kotler dan Kevin Lane Keller (2008:23), bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya.

Cakupan kegiatan pemasaran ditentukan oleh konsep pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*Marketing Mix*) (Yazid, 2008:18).

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran atau cakupan kegiatan pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya.

Bauran pemasaran itu sendiri terbagi atas 2 jenis, yaitu bauran pemasaran produk dan bauran pemasaran jasa. Unsur-unsur di dalam bauran pemasaran jasa (Yazid, 2008:18) dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Unsur-unsur Bauran Pemasaran Jasa

Unsur-unsur Bauran Pemasaran Jasa
1. Produk (<i>Product</i>)
2. Harga (<i>Price</i>)
3. Distribusi/tempat (<i>Place</i>)
4. Promosi (<i>Promotion</i>)
5. Orang (<i>People or Participants</i>)
6. Bukti fisik (<i>Physical Evidence</i>)
7. Proses (<i>Process</i>)

Unsur-unsur bauran pemasaran jasa, terbagi menjadi 7 unsur, yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Distribusi/tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People or Participants*), Bukti fisik (*Physical Evidence*), dan Proses (*Process*).

Setiap lembaga pendidikan/bimbingan belajar yang ada, harus dapat menerapkan bauran pemasaran jasanya dengan baik agar siswa/murid dapat mengambil keputusan untuk memilih lembaga pendidikan/bimbingan belajar tersebut. Salah satu lembaga pendidikan/bimbingan belajar yang menerapkan bauran pemasaran jasanya dengan cukup baik adalah bimbingan belajar Ristek Palembang. Bimbingan belajar Ristek ini terletak di Jalan KH. Wahid Hasyim No. 1007 – 5 Ulu Palembang.

Bimbingan belajar Ristek ini telah menerapkan sistem pengajaran yang baik untuk para siswa/muridnya. Penerapan sistem pengajarannya tersebut juga telah sesuai dengan jadwal yang ditentukan. Selain itu, pengajarannya tersebut juga disesuaikan dengan buku cetak ataupun dari Lembar Kerja Siswa (LKS) dari masing-masing sekolah.

Ditinjau dari biaya/harga, bimbingan belajar Ristek ini menawarkan biaya/harga yang cukup terjangkau, yaitu hanya Rp50.000,00 dengan biaya pendaftaran hanya Rp10.000,00 saja. Biaya/harga yang ditawarkan tersebut relatif lebih murah dibandingkan dengan biaya/harga yang ditawarkan pada

lembaga pendidikan/bimbingan belajar di tempat lain. Adapun rincian biaya/harganya dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2
Rincian biaya/harga
Bimbingan belajar Ristek

REGULER	Biaya Per Bulan
SMP: VII – IX	Rp50.000,00
Bahasa Inggris	Rp50.000,00

Sumber: *Bimbingan belajar Ristek 2014*

Ditinjau dari tempat/lokasi, bimbingan belajar Ristek ini memiliki letak yang cukup strategis, yakni di pinggir jalan raya. Letaknya tersebut memudahkan siswa/murid dalam mendapatkan transportasi umum. Selain itu, letak bimbingan belajar Ristek ini dekat dengan banyak usaha di sekitar, seperti *minimarket*, rumah makan, warung, *counter* pulsa, dan lain sebagainya, sehingga dapat membantu siswa/murid dalam membeli kebutuhan yang mereka perlukan karena jaraknya yang cukup dekat.

Promosi yang dilakukan pada bimbingan belajar Ristek ini adalah dengan adanya spanduk dan *billboard* (papan nama) pada gedung bimbingan belajar Ristek dan adanya brosur tentang rincian biaya, jadwal, dan lain sebagainya, serta adanya gratis biaya pendaftaran bagi siswa/murid yang membawa brosur bimbingan belajar Ristek tersebut. Kegiatan promosi yang telah dilakukan tersebut terbukti dapat menarik minat siswa/murid untuk memilih dan mendaftar di bimbingan belajar Ristek. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.3 mengenai jumlah siswa/murid untuk 3 tahun terakhir.

Tabel 1.3
Jumlah siswa/murid
Bimbingan Belajar Ristek

Tahun	Jumlah siswa/murid
2011	63
2012	79
2013	101

Sumber: *Bimbingan belajar Ristek 2014*

Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah siswa/murid pada bimbingan belajar Ristek mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2011-2012, jumlah siswa/muridnya mengalami kenaikan, yaitu sebanyak 16 orang siswa/murid. Lalu, pada tahun 2012-2013, jumlah siswa/muridnya juga mengalami kenaikan, yakni sebanyak 22 orang siswa/murid. Salah satu faktor yang menyebabkan kenaikan tersebut adalah adanya promosi yang dilakukan oleh bimbingan belajar Ristek itu sendiri.

Tenaga pengajar/guru pada bimbingan belajar Ristek ini sudah cukup kompeten dalam ahlinya. Hal ini dapat dilihat dari proses belajar-mengajarnya dan dapat dilihat dari banyaknya siswa/murid yang mengerti tentang apa yang diajarkannya tersebut.

Fasilitas-fasilitas yang ada pada bimbingan belajar Ristek ini sudah cukup lengkap. Hal ini dapat dilihat dari tersedianya lapangan parkir yang cukup luas, tersedianya toilet atau kamar mandi, ruang kelas yang bersih dengan tingkat pencahayaan yang cukup baik, dan lain sebagainya.

Ditinjau dari proses belajar-mengajar pada bimbingan belajar Ristek ini cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari cara penyampaian materi/bahan ajar oleh tenaga pengajar/gurunya sendiri kepada para siswa/muridnya. Selain itu, proses belajar-mengajarnya dapat dilihat dari kesesuaian antara jadwal pengajaran dengan pelaksanaannya.

Berdasarkan dari uraian tersebut, maka penulis tertarik membuat Laporan Akhir ini dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MURID MEMILIH BIMBINGAN BELAJAR RISTEK PALEMBANG”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang?

2. Unsur bauran pemasaran mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan murid dalam memilih bimbingan belajar Ristek Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah hanya pada bauran pemasaran terhadap keputusan murid SMP, agar dalam pembahasan permasalahan akan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan. Adapun ruang lingkup pembahasannya adalah “Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang”.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), promosi (*Promotion*), orang (*People or Participants*), bukti fisik (*Physical Evidence*), dan proses (*Process*) terhadap keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang.
2. Untuk mengetahui unsur bauran pemasaran yang paling dominan mempengaruhi keputusan murid dalam memilih bimbingan belajar Ristek Palembang.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan laporan akhir ini, adalah sebagai berikut:

1. Agar perusahaan dapat mengetahui pengaruh produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), promosi (*Promotion*), orang (*People or Participants*), bukti fisik (*Physical Evidence*), dan proses (*Process*) terhadap keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang.

2. Agar perusahaan dapat mengetahui unsur bauran pemasaran yang paling dominan mempengaruhi keputusan murid dalam memilih bimbingan belajar Ristek Palembang.
3. Agar perusahaan dapat memperbaiki bauran pemasaran terhadap keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan murid SMP dalam memilih bimbingan belajar Ristek Palembang, yang beralamat di Jalan KH. Wahid Hasyim No. 1007 – 5 Ulu Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Suliyanto (2006:131-132), terdapat dua pembagian data menurut cara memperolehnya, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Penulis memperoleh data primer dengan kuesioner yang diberikan kepada murid bimbingan belajar Ristek Palembang, yang bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Penulis mendapatkan data sekunder melalui pengambilan data pada bimbingan belajar Ristek Palembang. Pengambilan data tersebut dapat berupa sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, dan pembagian tugas-tugasnya, serta data-data murid 3 tahun terakhir. Selain itu, penulis juga melakukan pengambilan data melalui buku-buku/literatur-literatur mengenai teori-teori yang berhubungan

dengan pemasaran, bauran pemasaran, jasa, dan keputusan pembelian.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan akhir ini adalah dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset lapangan yang penulis lakukan adalah dengan mendatangi bimbingan belajar Ristek Palembang. Riset ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data, sebagai berikut:

a. Teknik Angket (*Kuesioner*)

Pada metode ini, penulis mengumpulkan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada murid bimbingan belajar Ristek Palembang, yang berkaitan dengan bauran pemasaran mengenai produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), promosi (*Promotion*), orang (*People or Participants*), bukti fisik (*Physical Evidence*), dan proses (*Process*) dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Wawancara (*Interview*)

Cara pengumpulan data dengan metode ini, penulis lakukan melalui tanya jawab langsung dengan pihak bimbingan belajar Ristek dan siswa/murid yang dapat memberikan keterangan-keterangan atau informasi tentang data-data yang diperlukan.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Pelaksanaan teknik pengumpulan data ini, penulis lakukan dengan mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku/literatur atau referensi yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya dalam Laporan Akhir ini.

1.5.4 Populasi dan Sampel

Berikut ini adalah pengertian dari populasi dan sampel:

a. Populasi

Menurut Puspowarsito (2008:92), populasi adalah keseluruhan obyek (orang, kejadian, atau sesuatu) yang mempunyai karakteristik tertentu baik yang kongkrit (*tangible*) maupun obyek yang abstrak (*untangible*). Jumlah populasi yang penulis teliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 101 orang murid.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili populasi, sehingga jumlah sampel lebih sedikit daripada jumlah populasi (Puspowarsito, 2008:92). Penentuan sampel yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan persentase sebesar 76%, yaitu sebagai berikut:

$$N = \frac{76}{100} \times 101 \text{ orang}$$

$$N = 76 \text{ orang}$$

Jadi, jumlah sampel yang penulis peroleh adalah sebanyak 76 responden/murid SMP.

c. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2013:116). Jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini didasarkan pada *Non probability Sampling* dan teknik penentuan sampelnya dilakukan berdasarkan *Sampling Kuota*. Menurut Sugiyono (2011:67), sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan.

1.5.5 Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam menyelesaikan laporan akhir ini adalah dengan menggunakan teknik analisa kualitatif dan kuantitatif.

a. Analisa Kualitatif

Teknik ini berupa data yang tidak berbentuk angka, tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian dan masih merupakan fakta verbal/keterangan. Metode ini digunakan untuk membandingkan teori-teori yang ada dengan semua fakta dan data yang diperoleh dari bimbingan belajar Ristek Palembang agar sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan. Penulis menyajikan teori-teori mengenai pemasaran, bauran pemasaran, jasa, dan keputusan pembelian.

b. Analisa Kuantitatif

Menganalisa data mengenai bauran pemasaran yang diberikan kepada murid bimbingan belajar Ristek Palembang. Analisa data tersebut berupa angka-angka dari hasil perhitungan. Datanya dapat diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden/murid mengenai 7 unsur bauran pemasaran, yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), promosi (*Promotion*), orang (*People or Participants*), bukti fisik (*Physical Evidence*), dan proses (*Process*). Dalam metode ini penulis menggunakan SPSS versi 11.5 *for windows*, dengan analisis sebagai berikut:

a) Uji Validitas

Menurut Suliyanto (2006:146), validitas sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang seharusnya diukur. Demikian juga kuesioner riset. Kuesioner riset dikatakan valid apabila instrumen tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:251), apabila r hitung lebih

besar dari pada r tabel, maka data tersebut dapat dinyatakan valid dan kuesioner dapat digunakan dalam analisis berikutnya.

b) Uji Reliabilitas

Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok obyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (aspek yang diukur belum berubah) meskipun tetap ada toleransi bila terjadi perbedaan. Jika perbedaan tersebut sangat besar dari waktu ke waktu maka hasil pengukuran tidak dapat dipercaya (dikatakan tidak reliabel) (Suliyanto, 2006:149).

c) Analisis Regresi Berganda

Penulis menggunakan persamaan regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), promosi (*Promotion*), orang (*People or Participants*), bukti fisik (*Physical Evidence*), dan proses (*Process*) terhadap variabel terikat, yaitu keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang. Mengidentifikasi indikator yang dominan, maka penulis menggunakan metode analisis uji regresi berganda. Adapun rumus regresi berganda yang penulis gunakan adalah menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013: 277), sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Murid

a = Konstanta

b	= Koefisien Regresi
X ₁	= Produk
X ₂	= Harga
X ₃	= Tempat
X ₄	= Promosi
X ₅	= Orang/Sumber Daya Manusia
X ₆	= Bukti fisik
X ₇	= Proses

d) Korelasi

Koefisien korelasi berupa indeks atau angka yang digunakan untuk mengukur keeratan antara dua variabel yang datanya berbentuk data interval atau rasio. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r	= koefisien korelasi
X	= deviasi rata-rata variabel X
Y	= deviasi rata-rata variabel Y

Menurut Hasan (2002:234), untuk menentukan keeratan hubungan atau korelasi antar variabel tersebut, berikut ini diberikan nilai-nilai dari koefisien korelasi (KK):

1. KK = 0, tidak ada korelasi
2. $0 < KK \leq 0.20$ = Korelasi sangat rendah
3. $0.20 < KK \leq 0.40$ = Korelasi rendah/lemah tapi pasti
4. $0.40 < KK \leq 0.70$ = Korelasi yang cukup berarti
5. $0.70 < KK \leq 0.90$ = Korelasi yang tinggi, kuat
6. $0.90 < KK \leq 1.00$ = Korelasi sangat tinggi, kuat sekali,

7. $KK = 1$ dapat diandalkan
= Korelasi sempurna

1.5.6 Skala Pengukuran

Pengukuran skor terhadap pertanyaan yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert, dengan 5 tingkatan/batasan kriteria, sebagai berikut:

Tabel 1.4
Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2013:133)

Menurut Sugiyono (2013:133), dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

1.6 Sistematika Penyusunan Laporan Akhir

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk dapat memberikan garis besar mengenai isi laporan akhir secara ringkas dan jelas, sehingga antara bab yang satu dengan bab yang lain akan saling berhubungan. Adapun bab-bab yang terdapat dalam Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan langkah awal dari penulisan laporan akhir, dimana dalam bab ini menguraikan hal-hal yang mendasar mengenai pokok pemikiran yang melandasi permasalahan dan pokok pembahasan, yang terdiri dari:

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan
 - 1.4.1 Tujuan Penulisan
 - 1.4.2 Manfaat Penulisan
- 1.5 Metode Penelitian
 - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data
 - 1.5.4 Populasi dan Sampel
 - 1.5.5 Analisis Data
 - 1.5.6 Skala Pengukuran
- 1.6 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, penulis memberikan penjabaran teori yang mendukung penulisan laporan akhir ini, yaitu:

- 2.1 Pemasaran
 - 2.1.1 Pengertian Pemasaran
 - 2.1.2 Konsep Pemasaran
 - 2.1.3 Proses Pemasaran
- 2.2 Bauran Pemasaran
 - 2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran
 - 2.2.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran Jasa
- 2.3 Jasa
 - 2.3.1 Pengertian Jasa
 - 2.3.2 Karakteristik Jasa
- 2.4 Keputusan Pembelian
 - 2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian

2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian

2.4.3 Proses Keputusan Pembelian

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai data dan informasi yang ada hubungannya dengan objek pembahasan pada bimbingan belajar Ristek Palembang, yang terdiri dari:

3.1 Sejarah Singkat bimbingan belajar Ristek Palembang

3.2 Visi dan Misi bimbingan belajar Ristek Palembang

3.2.1 Visi

3.2.2 Misi

3.3 Struktur Organisasi bimbingan belajar Ristek Palembang

3.4 Pembagian Tugas

3.5 Data-data murid bimbingan belajar Ristek Palembang

3.6 Program Belajar pada Bimbingan Belajar Ristek Palembang

3.7 Profil Responden

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan membahas mengenai hasil kajian yang penulis lakukan terhadap pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang.

4.1 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas

4.1.2 Uji Reabilitas

4.2 Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang

4.2.1 Analisis Regresi Berganda

4.2.2 Uji Simultan (Uji F)

4.2.3 Uji Parsial (Uji T)

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang

4.3.2 Unsur bauran pemasaran yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan murid memilih bimbingan belajar Ristek Palembang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan hasil dari keseluruhan penelitian yang merupakan kesimpulan dari penelitian dan juga menyajikan saran yang diberikan oleh penulis. Adapun isi dari bab ini adalah sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA