

RINGKASAN

Hadiyanti, Utami. 2018. *Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Siswa dan Calon Siswa dalam Memilih Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran pada SMK Negeri 1 Banyumas*. Tesis. Program Pascasarjana Magister Management Universitas Soedirman.

Pendaftar calon siswa selama 5 tahun terakhir untuk jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran lebih rendah dibandingkan dengan jurusan yang lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam keputusan memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.

Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method*. Penelitian ini terdiri dari dua studi, yaitu studi 1 menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan siswa dalam memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran. Studi 2 untuk menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan calon siswa dalam memilih dan tidak memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.

Studi 1 menggunakan sampel 180 siswa jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran. Penelitian menggunakan random sampling dan analisis data menggunakan analisis faktor. Berdasarkan hasil analisis terdapat tiga faktor yang dipertimbangkan siswa dalam memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran di SMK Negeri 1 Banyumas yaitu persepsi siswa, promosi, dan pertimbangan kerja. Sekolah dapat meningkatkan loyalitas siswa dengan cara memperbanyak kerja sama dengan dunia kerja dan menerapkan strategi *pull marketing*.

Studi 2 menggunakan sampel 76 calon siswa yang memilih Jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran serta 5 calon siswa yang tidak memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran. Penelitian ini menggunakan sampling quota untuk calon siswa memilih dan analisis data menggunakan analisis faktor. Purposive sampling untuk calon siswa yang tidak memilih dan tehnik pengumpulan data menggunakan *in-dept interview*. Berdasarkan hasil analisis faktor yang dipertimbangkan calon siswa dalam memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran adalah faktor persepsi siswa. Faktor yang dipertimbangkan calon siswa yang tidak memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran adalah faktor persepsi siswa yang terdiri atas persepsi keluarga dan persepsi teman. Untuk meningkatkan minat calon siswa, dapat dilakukan dengan membangun citra sekolah dan jurusan. *Push marketing* merupakan strategi yang dapat dipertimbangkan oleh sekolah untuk menarik siswa memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.

Kata kunci : **Keputusan memilih jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, persepsi , promosi, pertimbangan pekerjaan**

SUMMARY

Hadiyanti, Utami. 2018. *Factors Considered by The Students and Prospective Students in Choosing Study Program of Online Business and Marketing at SMK Negeri 1 Banyumas*. Thesis. Graduate Program Magister Management Soedirman University.

The registrant of prospective student for the last 5 years on Online Business and Marketing is lower than other program. The purpose of this study is to analyze the factors as consideration in deciding On line Business and Marketing.

The research metode used is mixed method. This study consists of two cases, namely case 1, it analyze the factors considered in choosing Online Business and Marketing by the student. Case 2, it analyses the factors considered by both prospective student, who choose the program and do not choose it.

Case 1 uses 180 students as sample who choose Online Business and Marketing. This research uses random sampling. The results show that there are some factors considered by the students in choosing study program of Online Business and Marketing in SMK Negeri 1 Banyumas. Those factors are student perception, promotion, and job recruitment. School can improve student loyalty by the way to increase cooperation with the work world and applying pull marketing strategy..

Case 2 uses 76 prospective students who choose Online Business and Marketing and 5 prospective students who do not choose Online Business and Marketing. This research uses sampling quota and research analysis of factor analysis for prospective student. Whereas for prospective students who do not choose it use purposive sampling and data collection uses of in-dept interview. The result of factors considered by prospective students is a factor of student perception. Factors considered prospective students who do not choose the major of Business and Marketing is a factor of student perception influenced by family and friends. . To improve the interest of prospective students, can be done by developing good image of school and programs. School can apply push marketing strategy to attract student interest to choose Online Business and Marketing.

Keywords: Factors Considered Student and Student Candidate, perception, promotion, job consideration