

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor bauran pemasaran jasa terhadap keputusan memilih SMA IT Al Irsyad Purwokerto. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji parsial. Data yang digunakan merupakan data primer. Sampel yang diambil sebanyak 147 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Produk, Proses, dan Bukti Fisik berpengaruh terhadap keputusan memilih SMA IT Al Irsyad Purwokerto. Variabel Proses merupakan variabel paling berpengaruh terhadap keputusan memilih SMA IT Al Irsyad Purwokerto  $(2,756) > (1,656)$ .

Kata Kunci: bauran pemasaran, jasa, pendidikan

## SUMMARY

*The purpose of this study is to identify the impact of services marketing mix toward decision choice of SMA IT Al Irsyad Purwokerto. The method of the research is multiple linear regression and using partial test. The data used primary data. The sample in this research is 147 respondents. Purposive sampling method used in the determination of the sample. The result of data analysis showed that Product, Process, and Physical Evidence impact to decision choice of SMA IT Al Irsyad Purwokerto. Variable Process is dominant impact to decision choice of SMA IT Al Irsyad Purwokerto (2.756) > (1.656).*

*Keywords: marketing mix, services, education*