

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DAN MINAT
MELANJUTKAN STUDI TERHADAP PENERIMAAN
MAHASISWA BARU PADA YAYASAN SAURI
MITRA UTAMA MEDAN**

Oleh :

**Chornelia M Harefa
190311011**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *strategi pemasaran pendidikan* dan *minat* studi terhadap *penerimaan* mahasiswa baru pada Yayasan Sauri Mitra Utama Medan tahun 2023 menunjukkan hasil secara parsial dan simultan berpengaruh secara positif dan signifikan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Kuesioner atau angket merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat dan mahasiswa sekitar Yayasan Sauri Mitra utama Medan dengan jumlah responden 85 orang. Hasil nilai R square yang diperoleh sebesar $0,179 \times 100 = 17,9\%$. Hal ini berarti 17,9 % strategi pemasaran pendidikan dan minat melanjutkan studi terhadap keputusan penerimaan mahasiswa baru oleh responden Yayasan Sauri Mitra Utama Medan sedangkan sisanya sebesar 82,1 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya diluar persamaan penelitian ini, misalnya pengaruh strategi pemasaran pendidikan dan minat melanjutkan studi terhadap keputusan kuliah pada Kampus Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, pengaruh strategi pemasaran pendidikan dan minat melanjutkan studi terhadap keputusan kuliah pada Universitas Muhammadiyah Surakarta, pendidikan dan minat melanjutkan studi terhadap keputusan kuliah pada Universitas Tadulako Palu.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran Pendidikan, Minat, Keputusan Penerimaan*

**THE EFFECTS OF EDUCATIONAL MARKETING STRATEGY AND
INTEREST IN CONTINUING STUDIES ON THE ACCEPTANCE OF
NEW STUDENTS AT THE SAURI MITRA UTAMA MEDAN**

**Oleh :
Chornelia M Harefa
190311011**

ABSTRACT

This study aims to determine the effects of educational marketing strategy and study interest on new students admission at Yayasan Sauri Mitra Utama Medan in 2023 which shows partial and simultaneous results that have a positive and significant effects. The research method used is a qualitative method. Questionnaires or questionnaires are data collection by providing a list of questions that have been carefully prepared in advance. The sample in this study was the community and students around Yayasan Sauri Mitra Utama Medan with a total of 85 respondents. The R square value obtained is $0,179 \times 100 = 17,9\%$. This means that 17,9% of educational marketing strategy and interest in continuing their studies on the decision to admit new student by Yayasan Sauri Mitra Utama Medan respondents while the remaining 82,1% are influenced by other variables outside the equation of this study, for example the influence of education marketing strategies and interest in continuing studies on the decision to study at the Syarif Hidayatullah Jakarta State Islamic Campus, the influence of education marketing strategies and interest in continuing studies on the decision to study at Muhammadiyah University Surakarta, education and interest in continuing studies on the decision to study at Tadulako Palu University.

Keywords : Educational Marketing Strategy, Interest, Acceptance Decision