



ABSTRAK

Suci Ayu Arum (D03210044), 2014, Manajemen Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Di SMP Rahmat Surabaya. Dosen pembimbing, Drs. Taufiq Subty, M.Pd.I

Manajemen Marketing Mix adalah Pengaturan kegiatan pemasaran dengan mengkombinasikan dari empat variabel (*Produk, Price, Place, Promotion*) yang merupakan inti dari pemasaran perusahaan atau Organisasi. Perpaduan Variabel-variabel tersebut digunakan suatu organisasi yang bertujuan untuk mencapai marketingnya dalam sasaran tujuan tertentu.

Dalam mencapai strategi pemasaran yang tepat dan terbaik untuk diterapkan, salah satunya adalah lembaga pendidikan dapat melihat dari faktor marketing mix. Hal tersebut penting karena Marketing Mix merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu *Produk*.

Jika Lembaga Pendidikan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dapat dipastikan bahwa lembaga pendidikan akan kehilangan banyak kesempatan untuk menjaring konsumen dan produk yang ditawarkan juga akan sia-sia.

Dalam mengembangkan minat konsumen di SMP Rahmat Surabaya, Lembaga ini memadukan empat variabel yang lebih dikenal dengan 4P yaitu *Produk, Price, Place, Promotion*, upaya penerapan manajemen marketing mix ini dimulai dari tahun 2010, yang terbukti dari data survei bahwa kenaikan ini cukup baik jika dibandingkan di tahun-tahun sebelumnya.

Usaha pemaduan Manajemen Marketing yang seimbang antara *Produk, Price, Place, Promotion*, Di SMP Rahmat Surabaya menjadikan lembaga ini seperti hidup kembali, dimana yang dulunya redup sekarang mulai berjalan mencapai alur persaingan dalam lingkup pendidikan yang sebenarnya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Manajemen Marketing Mix yang ada di SMP Rahmat Surabaya?

Apa saja faktor pendukung dan penghambat dari Manajemen Marketing Mix terhadap minat konsumen Di SMP Rahmat Surabaya?

Bagaimana Pengembangan Manajemen Marketing Mix ke depan Di SMP Rahmat Surabaya?

Dalam Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan Diskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik (utuh), dengan mendeskripsikan data dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Manfaat dari Manajemen Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Di SMP Rahmat Surabaya adalah memudahkan Lembaga Pendidikan dalam meningkatkan kualitas lembaganya dalam memperbaiki input maupun outputnya,