

ABSTRAK

ALASAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN SEKOLAH (SCHOOL BRAND)

RoostikasariNugraheni. 070946001.

Studi ini dimaksudkan untuk melihat cara orang tua sebagai konsumen pendidikan mengambil keputusan untuk pemilihan sekolah dan faktor-faktor apa sajakah yang diperhatikan dalam pemilihan *brand school*. Berkembangnya sekolah-sekolah saat ini, telah memunculkan banyak sekali variasi penawaran terhadap model pendidikan. Dalam perkembangannya, sekolah-sekolah sudah merambah pangsa media massa sebagai media penyalur pemasaran sekolah mereka. Oleh sebab itu peneliti ingin melihat cara apa saja yang digunakan orang tua sebagai konsumen pendidikan dalam mengambil keputusan untuk pemilihan sekolah dan faktor apa saja yang diperhatikan dalam pemilihan *brand school*.

Untuk menjawab rumusan masalah yang ada, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang didasarkan pada paradigma positivisme. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan cara orang tua sebagai konsumen pendidikan dalam mengambil keputusan untuk pemilihan sekolah dan mendeskripsikan faktor-faktor yang diperhatikan dalam pemilihan *brand school*. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Dalam penelitian deskriptif, peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa cara yang digunakan orang tua sebagai konsumen pendidikan dalam mengambil keputusan pemilihan sekolah adalah melalui proses pengambil perhatian terbanyak dan menimbulkan ketertarikan orang tua sebagai konsumen pendidikan untuk memilih sekolah. Biaya sekolah yang terjangkau merupakan faktor utama yang diperhatikan orang tua sebagai konsumen pendidikan untuk mengambil keputusan memilih *school brand*.

Kata Kunci :konsumen, pengambilan keputusan,pemilihan brand school.