

Nadia Irdianti Pangestu, 13311015, Pengaruh Harga, *Brand Image*, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Siswa Memilih Jasa Pendidikan Pada Siswa Kelas 1 Di SMA Muhammadiyah 1 Gresik, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah 1 Gresik, Juli, 2018.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, *brand image*, dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih jasa pendidikan pada siswa kelas 1 di SMA Muhammadiyah 1 Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas adalah harga (X1), *brand image* (X2) dan *word of mouth* (X3) serta keputusan memilih jasa pendidikan (Y) sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa-siswi kelas 1 SMA Muhammadiyah 1 Gresik. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* jenis *simple random sampling* yaitu dimana pengambilan anggota sampel dari anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, pengolahan data dibantu dengan program SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh harga (X1), *brand image* (X2) dan *word of mouth* (Y) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan memilih jasa pendidikan (Y) pada siswa kelas 1 di SMA Muhammadiyah 1 Gresik.

Kata kunci : Harga, *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Keputusan Memilih Jasa Pendidikan

