

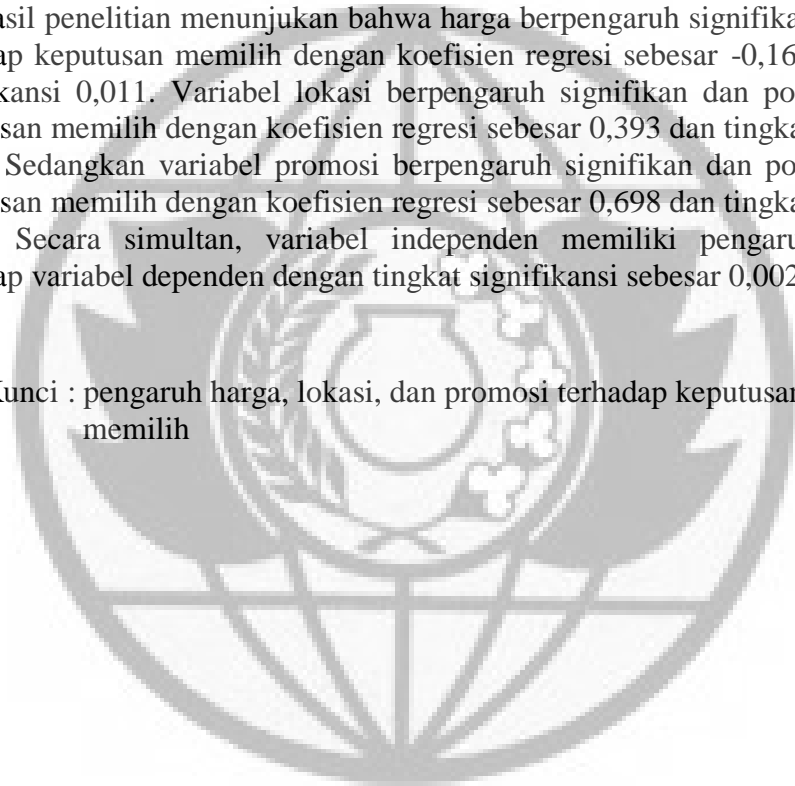
ABSTRAK

Peneliti ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan siswa memilih di SMK Mitra Sehat Mandiri Sidoarjo.

populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa yang memilih SMK Mitra Sehat Mandiri Sidoarjo yang bertempat di Jl. Ki Hajar Dewantara No.200, Krian, Kabupaten Sidoarjo dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan memilih dengan koefisien regresi sebesar $-0,162$ dan tingkat signifikansi $0,011$. Variabel lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih dengan koefisien regresi sebesar $0,393$ dan tingkat signifikansi $0,000$. Sedangkan variabel promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan memilih dengan koefisien regresi sebesar $0,698$ dan tingkat signifikansi $0,000$. Secara simultan, variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar $0,002$.

Kata Kunci : pengaruh harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan siswa memilih



ABSTRACT

This research aims to examine the influence of price, location, and promotion of student decisions choosing at SMK Mitra Sehat Mandiri Sidoarjo. The population used in this research are students who choose SMK Mitra Sehat Mandiri Sidoarjo which is located at Jl. Ki Hajar Dewantara No. 200, Krian, Sidoarjo Regency with the number of samples are 100 respondents. The analysis method used is multiple linear regression analysis using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) application tool. The results showed that the price has a significant and negative influence on the decision to vote with a regression coefficient of -0.162 and a significance level of 0.011. Location variables have a significant and positive influence on the decision to vote with a regression coefficient of 0.393 and a significance level of 0.000. While the promotion variable has a significant and positive influence on the decision to vote with a regression coefficient of 0.698 and a significance level of 0.000. Simultaneously, the independent variable has a significance influence of 0.002.

Keywords : Influence of price, location, and promotion to decision of choosing

