

ABSTRAK

Pendidikan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi manusia. Tumbuhnya berbagai bimbingan belajar menjadi satu fenomena menarik bagi dunia Pendidikan di Indonesia. Salah satu bimbingan belajar yang keberadaanya sudah dikenal secara luas adalah Ganesha Operation (GO). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian bimbingan belajar Ganesha Operation Kota Cilegon.

Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif yang melibatkan 100 responden orang tua siswa bimbingan belajar Ganesha Operation Kota Cilegon. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Pada penelitian ini data responden diolah menggunakan aplikasi *SPSS 25 for Windows*.

Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif untuk variabel bauran pemasaran sudah dalam kategori sangat baik sebesar 88% dan variabel keputusan pembelian sudah dalam kategori sangat baik sebesar 88%. Bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh sebesar 67.2% dan sisanya sebesar 32.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran; Keputusan Pembelian