

ABSTRAK

Judul Penelitian : **Strategi Pemasaran Lembaga Kursus Bahasa Inggris Pada "Language Center" Pare-Kediri.**

Dosen pembimbing : (I) **Dr. Edwin Agus Buniarto, SE. MM**

: (II) **Zulfia Rahmawati, SE, MSEI**

Nama Mahasiswa : **Jaya Afandi NPM :14. 13021.0357**

Melihat persaingan lembaga-lembaga kursus yang ada di kampung Inggris Pare yang sudah terkenal di Indonesia dengan keunikan dan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh masing-masing lembaga. Language Center adalah lembaga baru di kampung Inggris Pare yang terkenal mempunyai strategi pemasaran yang bagus dan modern, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Language Center dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran lembaga kursus yang diterapkan oleh lembaga kursus Language Center.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang akan dilaksanakan di lingkungan Language Center dan sekitarnya. Sumber penelitian akan diambil dari berbagai informan yaitu Dewan Direksi Language Center, Tutor, siswa, alumni, dan beberapa pesaing. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT Kearns yaitu Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), Threat (ancaman).

Hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa strategi pemasaran lembaga kursus Language Center adalah 1. Strategi pemasaran offline yaitu penyebaran brosur-brosur, pengajuan proposal ke lembaga-lembaga formal, mouth to the mouth, dan program affiliate. 2. Strategi pemasaran online yaitu dengan memanfaatkan media online yang ada seperti search engine yang meliputi yahoo, bing, google, dan media social seperti instagram, whatsapp, line, facebook dan youtube. 3. Target utama pasar adalah lulusan SMA yang sedang mempersiapkan untuk test SBMPTN. 4. Lembaga Language Center melakukan inovasi-inovasi program sesuai kebutuhan siswa. 5. Lembaga Language Center juga menggunakan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 7 komponen yaitu product, price, place, promotion, process, people, physical evidence. Kata kunci : lembaga kursus, strategi pemasaran