

## **ABSTRACT**

*Starting the enactment of the ASEAN Economic Community (MEA) at the end of 2015 became a new chapter for Indonesia. This triggered the workforce to improve their English language skills to be even better, this was solely to increase the competitiveness of local human resources with foreign workers, especially from ASEAN. In line with that began to emerge places of English language training or commonly called 'Bimbel' both in rural and urban areas. Griya English Fun is one of the various 'Bimbel' in Wonosobo district that tries to provide English language training services to children ranging from middle school, high school to college students. In the competition in the 'Bimbel' industry, Griya English Fun can be said to experience a decline in the number of students who register there. The researcher tries to examine more deeply what factors influence students in enrolling at Griya English Fun. This type of research is a quantitative study with a field survey method with a total of 178 Griya English Fun's students. While the variables used are promotion and product, the enrollment decision as a mediating variable and student loyalty. The analysis tool used is SEM AMOS. From the results of the study it was found that promotional variables and products had a positive and significant effect on students' enrollment decision at Griya English Fun. Promotions and products also have a positive and significant effect on student loyalty. Whereas the other findings are the enrollment decision at Griya English Fun also to have a positive and significant effect on student loyalty.*

*Keyword: Promotion, Programs, Buying decision, Loyalty*

## ABSTRAK

Mulai diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) diakhir tahun 2015 lalu menjadi babak baru bagi Indonesia. Hal ini memicu para tenaga kerja untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggrisnya agar lebih baik lagi, hal tersebut semata-mata untuk meningkatkan daya saing SDM lokal dengan tenaga kerja asing khususnya dari ASEAN. Sejalan dengan itu mulai bermunculan tempat-tempat pelatihan Bahasa Inggris atau biasa disebut dengan Bimbel baik di pedesaan maupun di perkotaan. Griya English Fun adalah salah satu diantara beragam Bimbel yang ada di kabupaten Wonosobo yang mencoba untuk memberikan jasa pelatihan Bahasa Inggris kepada anak-anak mulai dari SMP, SMA hingga mahasiswa. Dalam persaingan di industri Bimbel dapat dikatakan Griya English Fun mengalami penurunan jumlah siswa yang mendaftar disana. Peneliti mencoba mengkaji lebih dalam mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi siswa dalam mendaftar di Griya English Fun. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey lapangan dengan jumlah responden sebanyak 178 siswa Griya English Fun. Sedangkan variabel yang digunakan adalah promosi dan produk, keputusan mendaftar sebagai variabel mediasi dan loyalitas siswa. Alat analisis yang digunakan yakni SEM AMOS. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa variabel promosi dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa untuk mendaftar di Griya English Fun. Promosi dan produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas siswa. Sedangkan temuan lainnya adalah keputusan siswa mendaftar di Griya English Fun juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas siswa.

Kata Kunci: MEA, Promosi, Produk, Keputusan Pembelian, Loyalitas