

ABSTRAK

Pertumbuhan pendidikan paud saat ini untuk para orang tua adalah pilihan utama untuk menyekolahkan anaknya, tawaran yang sangat kompetitif Paud seperti sekolah umum, sekolah agama dan sekolah montessori. Sekolah montessori saat ini menjadi sekolah yang diminati namun pada kenyataannya untuk daerah Kelapa Dua Tangerang intensi mendaftar cukup rendah berbanding terbalik dengan area daerah pasar lainnya, ada persepsi yang salah dengan *brand* sekolah montessori sebagian besar menganggap montessori sebuah sekolah agama non muslim, diperlukan sosialisasi dengan strategi promosi *free trial*, *price discount* untuk menaikkan intensi mendaftar. Tujuan dari penelitian ini menganalisa apakah sikap calon orang tua murid terhadap *free trial* dan *price discount*, apakah mempengaruhi intensi mendafturnya dan apakah sebuah *brand image* sekolah dapat mendukung strategi promosi tersebut. Metode analisis data dalam penelitian menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sikap terhadap *free trial* terhadap intensi mendaftar, sedangkan sikap terhadap *price discount* tidak mempengaruhi intensi mendaftar, tidak terdapat pengaruh moderasi sikap *brand image* terhadap hubungan sikap terhadap *free trial* dan *price discount* terhadap intensi mendaftar. *Price discount* yang ditawarkan pada suatu sekolah tidak dapat menjamin kualitas dari sekolah tersebut, akan tetapi citra sekolah yang bagus akan menjadi faktor utama untuk memilih sekolah dengan sosialisasi sekolah melalui *free trial*. Semakin tinggi penggunaan *free trial* sebagai alat promosi pendaftaran maka intensi mendafturnya juga akan semakin tinggi, *trial* memberikan contoh jasa tanpa dikenakan biaya apapun sehingga mereka dapat merasakan dan mencoba jasa yang diberikan secara langsung tanpa biaya dan dapat melakukan *action* (mendaftar) jasa pada waktu dekat dan perlu dilakukan untuk pangsa pasar menengah kebawah.

Kata Kunci: *Free Trial*, *Price Discount*, *Brand Image*, Intensiww

ABSTRACT

The current early childhood education is growth, parents is having a choice to send their children, very competitive offer, many school available likes religious schools and montessori school. Montessori school for other people now most famous but in the fact for regional in Kelapa Dua Tangerang Enrollment intention is very low different to the other markets area, they have a wrong perception and they think montessori school is non - muslim religious school, the socialization make strategy free trial promotion, price discount to up Enrollment intention. Purpose this study to looking for to analyze whether the prospective parents' attitude towards free trial and a price discount, whether affecting the intention to enrollment and whether the brand image school can support of the promotion strategy. Methods of data analysis using multiple linear regression method. The results showed that there are significant attitude towards free trial to the intention to register, while attitudes toward discounted price does not affect the intention to register, there is no moderating influence of brand image on the relationship attitude towards free trial and discount price to the intention to register. Price discounts are offered at a school can not guarantee the quality of the school but the good image that school will be a major factor for choosing a school with socialization school through free trial. The higher use of the free trial as a promotional tool enrollment, the intention enrollment it will also be higher, trial gives examples of services without any charge so and they can feel and try the services provided directly at no cost and can perform an action (subscribe) services in the near future and needs to be done for the middle and lower market share.

Keywords: Free Trial, Price Discount, Brand Image, intention