**ABSTRAK**

SMK Plus Al-Aitaam merupakan salah satu lembaga pendidikan kejuruan swasta yang berlokasi di Jl. Ciganitri, No.08, Cipagalo, Kec.Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Diketahui bahwa terdapat masalah sehubungan dengan minat siswa, khususnya terkait informasi mengenai sekolah yang belum sepenuhnya tersebar luas dan kecendrungan siswa masih lebih memilih sekolah negeri.

Tujuan penelitian inidilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi promosi terhdap minat diswa bersekolah di SMK Plus Al-Aitaam. Metode penelitian ynag digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara, dan penyebaran angket atau kuesioner kepada 71 responden. Teknik analisis data yang digunakan diantaranya uji validitas, uji reabilitas, regresi linier sedderhana, korelasi rank spearman, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi (X) terhadapa minat siswa (Y) memiliki pengaruh positif yang signifikan. Besarnya pengaruh variabel strategi promosi (X) terhadap minat siswa (Y) adalah sebesar 26,4%, sedangkan sisanya sebesar 73,6%, dipengaruhi variabel lain atau variabel diluar penelitian.

Saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu, sebaiknya pihak sekolah perlu mengoptimalkan keterlibatan alumni dalam kegiatan promosi serta memperkuat *branding* sekolah melalui berbagai media, agar citra sekolah semakin menarik dan mampu menjadi pilihan prioritas bagi calon siswa.

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Minat Siswa**

***ABSTRACT***

*SMK Plus Al-Aitaam is a private vocational education institution located at Jl. Ciganitri, No. 08, Cipagalo, Bojongsoang District, Bandung Regency, West Java. It is known that there are issues related to student interest, particularly related to the lack of widespread information about the school and the tendency of students to prefer public schools.*

*The purpose of this study was to determine the influence of promotional strategies on student interest in attending SMK Plus Al-Aitaam. The research method used was quantitative with a descriptive approach. Data collection techniques included observation, interviews, and questionnaires distributed to 71 respondents. Data analysis techniques used included validity testing, reliability testing, simple linear regression, Spearman rank correlation, coefficient of determination, and hypothesis testing (t-test).*

*The results showed that promotional strategies (X) had a significant positive effect on student interest (Y). The influence of the promotional strategy variable (X) on student interest (Y) was 26.4%, while the remaining 73.6% was influenced by other variables or variables outside the study.*

*The researcher's recommendation is that schools should optimize alumni involvement in promotional activities and strengthen school branding through various media to enhance the school's image and make it a priority choice for prospective students.*

***Keywords: Promotion Strategy, Student Interest***

**ABSTRAK**

SMK Plus Al-Aitaam nyaéta lembaga pendidikan vokasi swasta anu aya di Jl. Ciganitri, No 08, Cipagalo, Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Kanyahokeun aya pasualan anu aya patalina jeung minat siswa, utamana patali jeung kurangna informasi ngeunaan sakola jeung kacenderungan siswa leuwih milih sakola umum.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh stratégi promosi kana minat siswa di SMK Plus Al-Aitaam. Métode panalungtikan anu digunakeun nya éta kuantitatif kalayan pendekatan déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data ngawengku observasi, wawancara, jeung angkét anu disebarkeun ka 71 réspondén. Téhnik analisis data anu digunakeun ngawengku uji validitas, uji réliabilitas, régrési liniér basajan, korelasi pangkat Spearman, koefisien determinasi, jeung uji hipotésis (uji-t).

Hasilna nuduhkeun yén stratégi promosi (X) miboga pangaruh positif anu signifikan kana minat siswa (Y). Pangaruh variabel stratégi promosi (X) kana minat siswa (Y) nyaéta 26,4%, sedengkeun sésana 73,6% dipangaruhan ku variabel atawa variabel séjén di luar pangajaran.

Rékoméndasi panalungtik, sangkan sakola kudu ngaoptimalkeun partisipasi alumni dina kagiatan promosi jeung nguatkeun branding sakola ngaliwatan rupa-rupa média pikeun ngaronjatkeun citra sakola sarta jadi pilihan prioritas pikeun calon siswa.

**Konci: Stratégi Promosi, Minat Siswa**