

## ABSTRAK

**Fransisca Natalia Sihombing, NIM 7133141029. Pengaruh Model Pembelajaran CORE (*Connecting, Organizing, Reflecting, Extending*) Terhadap Hasil Belajar Strategi Pemasaran Siswa Kelas X Pemasaran SMK Negeri 1 Medan T.A 2016/2017. Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Tataniaga Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan Tahun 2017.**

Masalah dalam penelitian ini adalah rendahnya hasil belajar strategi pemasaran siswa kelas X Pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil belajar strategi pemasaran yang diajar dengan menggunakan model pembelajaran CORE (*Connecting, Organizing, Reflecting, Extending*).

Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 1 Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas X Pemasaran SMK Negeri 1 Medan T.A 2016/2017 yang berjumlah 72 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Dimana kelas X Pemasaran 1 sebagai kelas eksperimen dan X Pemasaran 2 sebagai kelas kontrol. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur hasil belajar siswa adalah tes pilihan berganda sebanyak 20 item tes dengan 4 pilihan jawaban. Dimana sebelumnya telah diuji cobakan untuk mengetahui tingkat validitas tes, reliabilitas, daya beda, dan tingkat kesukaran. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas, uji homogenitas, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil belajar yang diajar dengan model pembelajaran CORE pada kelas eksperimen diperoleh ( $\bar{X} = 78,29$   $S = 15.53$ ), sedangkan model pembelajaran konvensional pada kelas kontrol diperoleh ( $\bar{X} = 58,24$   $S = 17.09$ ). Terjadi peningkatan rata-rata siswa yang telah diberikan model pembelajaran CORE sebesar 20,05 atau 34,43% dibandingkan dengan kelas kontrol. Hasil perhitungan pengujian hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,199 > 1,667$ .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil belajar strategi pemasaran yang diajar dengan menggunakan model pembelajaran CORE lebih tinggi dibandingkan model pembelajaran konvensional siswa kelas X Pemasaran SMK Negeri 1 Medan T.A 2016/2017.

**Kata Kunci : Model Pembelajaran CORE, Hasil Belajar, Pelajaran Strategi Pemasaran**

## ABSTRACT

**Fransisca Natalia Sihombing, NIM 7133141029. The Effect Of Learning Model CORE (*Connecting, Organizing, Reflecting, Extending*) to Marketing Strategy Learning Result of Student Grade X Marketing in SMK NEGERI 1 Medan T.A 2016/2017. Thesis Economic Education, Departmen Study Program Of Business Administration Faculty Of Economic. State University Of Medan. 2017.**

The problem in this research was the lower learning result of marketing strategy of student class X Marketing. The goal of research is to determine of marketing strategy learning result that taught by learning know the effect learning CORE (*Connecting, Organizing, Reflecting, Extending*).

The research was conducted at SMK Negeri 1 Medan. The population in this study Wet all of class X Marketing SMK Negeri 1 Medan T.A 2016/2017 with among 72 students. The sampling technique used is saturated sampling. Class X Marketing 1 as the experimental class and X Marketing 2 as the control class. Techniques of data collection in this study is to test learning outcomes in the form of multiple-choices as much 20 item with 4 answer choices, which previously have been tasted to know validity test, realibilities the different power and level difficulties. Technique for data analisys which used are normality test, homogeneity test and hypothesis test.

From the research of result found result an marketing student of learning thought a student by using learning CORE ( $\bar{X} = 78,29$   $S = 15.53$ ), while the conventional learning model in the control class ( $\bar{X} = 58,24$   $S = 17.09$ ). The results of hypothesis testing calculation obtained  $t_{count} > t_{table}$  is  $5,199 > 1,667$ . There was an increase in the average of students with CORE learning model of 20.05 or 34.43% compared to the control class.

It can be concluded that learning result are taught of marketing strategy with CORE learning model is higher than the conventional learning model of students class X Marketing SMK Negeri 1 Medan T.A 2016/2017.

**Keywords: Learning Model CORE, Learning Outcomes, Marketing Strategy Lesson**