

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

TEGUH TRIYONO

B. 100 060 191

**EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2011**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Yang ditulis oleh Teguh Triyono, NIM B 100 060 191

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, Maret 2011
Pembimbing

(Drs. Kusdiyanto, M.Si)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)

PERSEMBAHAN

- ☞ *Setiap lembar dari goresan tinta ini merupakan wujud dari Keagungan dan kasih sayang yang diberikan Tuhan kepada umat-Nya.*
- ☞ *Setiap do'a dan dukungan yang mengiringi langkahku dari Ibu, bapak dan keluargaku.*
- ☞ *Setiap makna dalam pokok bahasan pada bab-bab dalam skripsi ini merupakan hasil hampasan kritik dan saran dari teman-teman almamaterku.*
- ☞ *Dan setiap keberhasilan akan penyelesaian karya ini merupakan wujud dari seluruh kebanggaan diriku untuk mengerti sebuah jati diri.*

MOTTO

- ☆ *Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah kamu bersedih hati, padahal kamu adalah orang-orang yang paling tinggi derajatnya, apabila kamu adalah orang-orang beriman.
(Q.S Ali Imran : 139)*

- ☆ *Adapun kemenangan itu beserta kesabaran dan sesungguhnya kemenangan itu dapat dicapai beserta kesusahan. Dan sesungguhnya dalam kesulitan itu ada kemudahan.
(HR. Ibnu Majjah)*

- ☆ *Empat sempurna karena empat, sempurna ilmu karena amal, sempurna agama karena taqwa, sempurna amal karena niat dan sempurna kehormatan diri karena wibawa.
(Prof. DR. Hamka)*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas pemberian rahmat, hidayah, dan inayah-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan, bimbingan dan petunjuk yang sangat bermanfaat dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta atas segala bantuannya.
2. Bapak. Drs. Agus Muqorobin,MM, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Kusdiyanto, M.Si, selaku Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan petunjuk sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Chuzaimah, MM., selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan sejak awal semester.

5. Bapak dan ibu dosen serta segenap karyawan yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Teman-teman Manajemen Angkatan '06, terima kasih atas persahabatannya selama ini.
7. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Dan penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan penulis, akan tetapi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis dan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Konsep Pemasaran dan Jasa.....	9
C. Keputusan Pembelian.....	20
D. Implikasi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian	23

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Hipotesis.....	25
B. Kerangka Berpikir.....	25
C. Definisi Operasional.....	27
D. Populasi, Sampel dan Sampling.....	29
E. Data dan Sumber Data	30
F. Metode Pengumpulan Data.....	31
G. Instrumen Penelitian.....	31
H. Uji Instrumen Penelitian	32
I. Analisis Data	33
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum FE UMS.....	37
B. Hasil Penelitian	46
C. Analisis Data	47
1. Uji Instrumen Penelitian	47
2. Uji Hipotesis	49
D. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran-saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Angket.....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Angket.....	49
Tabel 4.5 Ringkasan Perhitungan Uji Regresi Berganda.....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	25

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bauran pemasaran jasa yang terdiri dari: produk (program studi), harga (biaya pendidikan), promosi, lokasi, pelayanan, orang, dan proses secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian merupakan *deskriptif* dengan uji hipotesis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran dari suatu pendapat atau untuk meneliti hubungan antar variabel dengan melalui uji hipotesis. Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer yaitu data yang berupa angket, dan data sekunder yang berupa dokumentasi atau catatan yang berhubungan dengan obyek penelitian. Populasi penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun Ajaran 2007/2008 sampai dengan Tahun ajaran 2009/2010 yang berjumlah 663 orang.

Metode analisis yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut : (1) *Analisis Kualitatif*, yaitu analisis dengan cara menjelaskan permasalahan tanpa menggunakan perhitungan statistik, (2) *Analisis Kuantitatif*, yaitu analisis menggunakan perhitungan statistik, sehingga hipotesis dapat diuji. Dalam hal ini peneliti menggunakan analisis uji regresi berganda, uji determinasi, analisis korelasi, uji t, dan uji F.

Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Hasil uji F diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan) terhadap keputusan penggunaan jasa di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, sehingga hipotesis pertama penelitian terbukti, (2) variabel tempat merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan penggunaan jasa di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta., (3) variabel bauran pemasaran yang berada didalam model dapat menjelaskan 95,4% variasi keputusan penggunaan jasa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, sisanya 4,6% dijelaskan oleh variabel diluar model.

Kata kunci: produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, pelayanan, keputusan penggunaan jasa.