

# **LAPORAN PENELITIAN MANDIRI**



## **Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Jenjang S1 Di Universitas Dr Soetomo**

**Oleh:  
Drs. Darto Irawan, MM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DR SOETOMO  
SURABAYA, 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN MANDIRI

1. Judul Penelitian : Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Jenjang S1 di Universitas Dr Soetomo
1. Kode>Nama Rumpun Ilmu : 574/ Pemasaran
3. Peneliti
- a. Nama : Drs Darto Irawan, MM
- b. Jabatan : Lektor
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Alamat : Jl. Pumpungan IV/1 Surabaya
- e. Telepon : 0315944752/08123159406
- f. e-mail : [dartoirawan@gmail.com](mailto:dartoirawan@gmail.com)
- g. Bidang Keilmuan Peneliti : Manajemen Pemasaran
- h. Lokasi Penelitian : Universitas Dr Soetomo Surabaya
- i. Waktu Penelitian : Semester Gasal 2016/2017 s/d Semester Gasal genap 2016/2017

Surabaya, 13 Juli 2017

Peneliti,

Mengetahui:  
Dekan FEB



Dr. Sri Utami Ady, SE., M.Si., Ak., CA.  
NPP. 98.01.1.285

Drs. Darto Irawan, MM  
NPP. 87.01.1.031



Mengetahui:  
Ketua Lembaga Penelitian Unitomo

Dr. Sri Utami Ady, SE., MM.  
NPP. 94.1.01.170

Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran  
yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa  
dalam Memilih Program Studi Jenjang S1  
di Universitas Dr Soetomo

Oleh: Darto Irawan  
FEB Unitomo Surabaya

ABSTRAK

Bauran pemasaran lembaga perguruan tinggi merupakan bagian keputusan pemasaran yang di dalamnya terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi. Universitas Dr Soetomo memiliki bauran pemasaran yang khas sesuai dengan karakter lembaga dan mahasiswanya. Faktor-faktor bauran pemasaran apa saja yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih program studi di Universitas Dr Soetomo merupakan masalah pemasaran yang penting untuk diteliti. Hasilnya dapat dimanfaatkan lembaga pendidikan tersebut untuk digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pemasarannya. Oleh karena itu penelitian ini ditujukan untuk menemukan atau mengidentifikasi faktor-faktor yang dimaksudkan tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut desain penelitiannya adalah penelitian deskriptif eksploratori. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik kuisener dengan responden mahasiswa semester dua di Universitas Dr Soetomo sebanyak 178 yang ditentukan dengan cara eksidental-cluster. Responden diminta persetujuannya terhadap 29 pernyataan yang masing-masing menjadi variabel yang diturunkan dari konsep bauran pemasaran jasa yang terdiri dari 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process). Teknik analisis faktor digunakan untuk mereduksi 29 variabel tersebut menjadi faktor-faktor yang di dalamnya terkumpul variabel-variabel yang saling berkorelasi kuat. Ada enam faktor yang telah teridentifikasi dan diberi nama Proses mengalami, Media komunikasi, Nilai tawar lulusan, Sistem pembiayaan, Komunikasi personal langsung, dan Word of mouth. Pengelola perguruan tinggi dapat memanfaatkan keenam faktor tersebut sebagai pedoman awal untuk membuat pemasarannya.

Kata kunci: *Perguruan tinggi, Bauran pemasaran, Keputusan Mahasiswa, Enam faktor*

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Daftar Isi	iv
BAB 1. Pendahuluan	
1.1.Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3.Tujuan	2
1.4. Manfaat	2
BAB 2. Tinjauan Pustaka	3
2.1. Perguruan tinggi sebagai penyedia jasa	3
2.2. Keputusan mahasiswa dalam pemilihan program studi	4
2.3. Pemasaran jasa pendidikan tinggi	4
2.4 Proses Pemasaran jasa pendidikan tinggi	5
2.5. Bauran pemasaran jasa pendidikan tinggi	6
2.5.1. Produk atau program	6
2.5.2. Harga (price)	7
2.5.3. Tempat (place)	7
2.5.4. Promosi atau komunikasi (promotion)	8
2.5.5. People atau orang-orang	9
2.5.6. Penampilan/bukti fisik (Physical evidence)	10
2.5.7. Proses	10
2.6. Hubungan bauran pemasaran dengan keputusan konsumen	11
2.7. Kerangka konseptual	12
BAB 3. Metode Penelitian	13
1. Desain Penelitian	14

2. Identifikasi dan Penjelasan Variabel	14
3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	16
4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	16
5. Teknik Analisis	17
BAB 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan	19
4.1. Hasil Penelitian	19
4.1.1. Karakteristik Responden	19
4.1.2. Analisis Faktor	21
4.1.2.1. Analisis Faktor Tahap/Iterasi 1	21
4.1.2.2. Analisis Faktor Tahap/Iterasi ke 2	23
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	30
BAB 5. Kesimpulan dan Saran	36
5.1. Kesimpulan	36
5.2. Saran	37
Daftar Pustaka	39
Lampiran:	40
1. Daftar Pertanyaan	
2. Surat Pernyataan Originalitas Penelitian	