

ABSTRACT

Nikmatul Hoiriyah. The influence of service marketing mix towards new student decision making in choosing University of Trunojoyo Madura. A thesis management departement, Economy Faculty of University of Trunojoyo Madura.

Advisors: 1). Dr. H. Muh. Syarif, Drs.Ec.,M.Si 2). Hadi Purnomo, SE., MM.

This study aimed to know the influence of service marketing mix which consist of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process, toward new student decision making in choosing University of Trunojoyo Madura and it also to know service marketing mix variable which has dominant effect toward new student decision making in choosing University of Trunojoyo Madura.

This study used quantitative research approach. The number of sample are 97 respondent and all of new student of University of Trunojoyo Madura. The sampling method used proportional stratified random sampling . For instrument examination used validity test, reliability and classic assumption test while the data analysis techniques used to examine hyphotesis is multiple linear regression using the F and T test.

Based on the results of the study showed that the value of adjusted R square is 61%. Variable has dominant effect is price.

Key word: marketing mix, decision making.

ABSTRAK

Nikmatul Hoiriyah. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Dalam Memilih Universitas Trunojoyo Madura, dibawah bimbingan Dr. H. Muh. Syarif, Drs.Ec.,M.Si dan Hadi Purnomo, SE., MM.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa yang terdiri dari: produk, harga, tempat/distribusi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses terhadap pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih Universitas Trunojoyo Madura dan Untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih Universitas Trunojoyo Madura.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa baru di Universitas Trunojoyo Madura yang berjumlah 97 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportional stratified random sampling*. Untuk pengujian instrumen menggunakan uji Validitas, Reliabilitas dan uji Asumsi Klasik, sedangkan teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah menggunakan regresi linier berganda dengan memakai uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *adjusted R Square* sebesar 61%. Dan variabel yang berpengaruh dominan adalah variabel harga.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa, pengambilan Keputusan.