

## **ABSTRAK**

**Vicky Tri Febrianto. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Dalam Memilih Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura”. Dibawah bimbingan Hadi Purnomo, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Objek penelitian ini merupakan mahasiswa baru (Angkatan 2022). Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa yang terdiri dari variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Serta variabel promosi memiliki pengaruh yang dominan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Kata Kunci : bauran pemasaran jasa, keputusan mahasiswa

## **ABSTRACT**

***Vicky Tri Febrianto. This research is entitled "The Effect of Service Marketing Mix on New Student Decision Making in Choosing a Bachelor of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura". Under the guidance of Hadi Purnomo, S.E., M.M.***

*This study aims to determine the effect of the service marketing mix on the decision making of new students in choosing the Bachelor of Management study program, Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo, Madura. The object of this research is new students (Class of 2022). The method used is a quantitative method with data collection techniques through questionnaires.*

*The results of this study indicate that the service marketing mix which consists of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process variables has a positive and significant influence on the decision making of new students in choosing the S1 Management study program, Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura . As well as the promotion variable has a dominant influence on the decision making of new students in choosing the Bachelor of Management study program, Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura.*

*Keywords: service marketing mix, student decisions*