

ABSTRAK

Studi ini meneliti mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap kepuasan Mahasiswa Universitas Mercu Buana. Dimana dalam bauran pemasaran jasa pendidikan terdapat beberapa variable yang terdiri dari *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses atau program), dan *Physical Evidence* (bukti fisik).

Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 100 responden yang terdiri dari Mahasiswa Ekonomi Universitas Mercu Buana yang masih aktif hingga tahun ajaran 2009/2010. Penelitian ini dilakukan pada kampus A Universitas Mercu Buana Meruya Jakarta Barat. Sampel diseleksi menggunakan metode *convenience*.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, pengujian dilakukan dengan Uji F dan Uji t. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 17.0 for Windows*.

Hasil penelitian pada menunjukkan bahwa hanya tiga variable yang ada dalam bauran pemasaran jasa pendidikan yang memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa yaitu variabel *Price* (harga), *Process* (proses), dan *Physical Evidence* (bukti fisik). Dan hasil analisis dari program SPSS 17 juga menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa pendidikan memberikan pengaruh sebesar 50,4% terhadap kepuasan Mahasiswa.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan, Produk, Harga, Tempat, Promosi,

Orang, Proses, Bukti Fisik, dan Kepuasan Mahasiswa.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.3 Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan.....	12
2.3.1 Produk.....	13
2.3.2 Harga.....	16

2.3.3 Tempat.....	18
2.3.4 Promosi.....	19
2.3.5 Orang.....	22
2.3.6 Proses.....	23
2.3.7 Bukti Fisik.....	25
2.4 Jasa.....	26
2.4.1 Karakteristik Jasa	27
2.4.2 Karakteristik Jasa Pendidikan.....	29
2.5 Kepuasan Konsumen (Mahasiswa).....	30
2.6 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Mercu Buana.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Objek Penelitian.....	34
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	34
3.1.2 Sejarah Universitas Mercu Buana.....	34
3.1.3 Buaran Pemasaran Jasa Pendidikan Universitas Mercu Buana.....	40
3.1.4 Visi dan Misi Universitas Mercu Buana.....	46
3.2 Metodologi Penelitian.....	47
3.3 Hipotesisi Penelitian.....	47
3.4 Variabel dan Skala Pengukuran.....	48

3.5 Definisi Operasional variable.....	49
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.7 Jenis Data.....	51
3.8 Pupolasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	52
3.8.1 Populasi.....	52
3.8.2 Sampel Penelitian.....	52
3.9 Metode Aanalisis Data.....	54
3.9.1 Validitas.....	54
3.9.2 Reabilitas.....	54
3.9.4 Regresi Linier Berganda.....	55
3.9.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	56
3.9.6 Uji F.....	57
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Pengaruh Buaran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Mercu Buana.....	58
4.1.1 Karateristik Responden.....	58
4.1.2 Tanggapan Responden.....	62
4.1.3 Uji Validitas.....	67
4.1.4 Uji Reabilitas.....	77
4.2 Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda.....	83
4.2.1 Uji Parsial T-test (Uji t).....	84

4.2.2 Uji Simultas F-test (Uji F).....	87
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	116
LAMPIRAN	92
Lampiran I.....	92
Lampiran II.....	96
Lampiran III.....	98
Lampiran IV.....	107
Lampiran V.....	112
Lampiran VI.....	114

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 . Biaya Studi Tahun Ajaran 2010/2011.....	42
Tabel 3.2 .Skor atau Penilaian	49
Tabel 3.3 .Variabel Indikator	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	58
Tabel 4.2 Tanggapan Responden	51
Tabel 4.3 Validitas Variabel Produk (X1).....	82
Tabel 4.4 Validitas Variabel Harga (X2).....	83
Tabel 4.5 Validitas Variabel Tempat (X3).....	84
Tabel 4.6 Validitas Variabel Promosi (X4).....	85
Tabel 4.7 Validitas Variabel Orang (X5).....	86
Tabel 4.8 Validitas Variabel Proses (X6).....	87
Tabel 4.9 Validitas Variabel Bukti Fisik (X7).....	88
Tabel 4.10 Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	90
Tabel 4.11 Reabilitas Variabel Produk (X1).....	92
Tabel 4.12 Reabilitas Variabel Harga (X2).....	92
Tabel 4.13 Reabilitas Variabel Tempat (X3).....	93
Tabel 4.14 Reabilitas Variabel Promosi (X4).....	94
Tabel 4.15 Reabilitas Variabel Orang (X5).....	94
Tabel 4.16 Reabilitas Variabel Proses (X6).....	95
Tabel 4.17 Reabilitas Variabel Bukti Fisik (X7).....	96
Tabel 4.18 Reabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	97
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi dan Korelasi.....	98
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Uji t).....	99

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Untuk Mengembangkan Kuesioner.....	28

