

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PROGRAM STUDY ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK SAWUNGGALIH AJI -PURWOREJO

Danis Imam Bachtiar¹⁾, Aulia Fahrianti²⁾

Politeknik Sawunggalih Aji (POLSA) –Purworejo

¹⁾danisbachtiar77@gmail.com, ²⁾aulia.fahrianti@gmail.com

ABSTRACT

Effect of Marketing Mix on Student Decision in Choosing Sawunggalih Aji Purworejo Polytechnic Business Administration Study Program, Aulia Fahrianti, July 2017, 114 pages + xix + attachments.

In the world of education, especially in colleges, there should be a study of marketing mix to attract new prospective students. In Sawunggalih Aji Purworejo Polytechnic, the number of new students of Business Administration Studies Program tend to be unstable and even experiences a very significant decrease.

To find out how much marketing mix factor especially product, price, place, promotion, and physical evidence influence student's decision to choose Business Administration Study Program, a research is needed. The research used is a questionnaire with validity test analysis, reliability and multiple linear regression.

The result of the validity and reliability test are all item declared valid because the result of each test value $r_{count} > 0.320$ and reliable because the value of Alpha > 0.6 . Result of regression:

$Y = 140,987 + 0,12 X_1 + 0,081 X_2 + 0,178 X_3 + (- 0,025) X_4 + 0,15 X_5$.

In addition, independent variables only affect 8% of the dependent variable. In the F (Anova) test the result $F_{count} 0,559 < \text{value } F_{table} 2,518$ meaning independent variables do not affect dependent variables. While in t test, each independent variables all have the value $t_{count} < \text{tables}$ meaning that product variable, price, place, promotion and physical evidence have also no significant effects to students decision.

Keywords : marketing mix, student decision and Business Administration.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini, kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang menentukan pemilihan sesuatu yang dapat memuaskan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (Hardyansah, 2011) kualitas adalah (1) kesesuaian dengan persyaratan, (2) Kecocokan dengan pemakaian, (3) Perbaikan berkelanjutan, (4) Bebas dari kerusakan atau cacat, (5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, (6) Melakukan segala sesuatu secara benar, (7) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan. Oleh karena itu, sebuah pelayanan prima harus diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat merasakan kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan.

Politeknik Sawunggalih Aji (POLSA) merupakan salah satu perguruan tinggi yang berada di Kabupaten Purworejo, POLSA memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 231 orang. Jumlah mahasiswa tersebut harus diimbangi dengan pemberian pelayanan yang baik, megikuti aturan akademik yang telah ditetapkan, sebagai dasar untuk dilaksanakan oleh seluruh civitas akademika yaitu staf administrasi, dosen, mahasiswa dan manajemen pengelola pendidikan ini. Untuk dapat mensinkronisasikan peraturan akademik tersebut dengan tujuan yang diharapkan diperlukan adanya komitmen yang kokoh dari masing-masing pihak yaitu mahasiswa, dosen, staf administrasi dan manajemen untuk melaksanakan

dan mengevaluasi aktifitasnya sehingga tujuan dapat tercapai sesuai dengan visi dan misi lembaga ini. Prioritas dibidang pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa tentunya adalah bidang pelayanan akademik. Jasa pelayanan akademik yang berkualitas, diharapkan mampu memberikan kepuasan mahasiswa, dan mahasiswa penerima layanan dapat memberikan evaluasi atas jasa layanan yang diterimanya. Kedua belah pihak mempunyai hubungan timbal balik sehingga masing-masing pihak memperoleh kepuasan yang sama. Berkaitan dengan kepuasan pelayanan akademik, POLSA dipandang perlu mengevaluasi kegiatan pelayanan akademik tersebut untuk mengetahui bagaimana penilaian mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan.

2. LANDASAN TEORI

Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk mengembangkan potensi dan kemampuan anak agar bermanfaat bagi dirinya, masyarakat, bangsa dan agama.

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 BAB I Pasal 1 ayat 7, jalur pendidikan adalah wahana yang dilalui peserta didik untuk mengembangkan potensi diri dalam suatu proses pendidikan yang sesuai dengan tujuan pendidikan. Jalur pendidikan terbagi tiga kelompok yaitu, pendidikan formal, pendidikan nonformal, dan pendidikan informal. Pendidikan formal dibagi dengan tiga jenjang yaitu pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi.

Perguruan Tinggi

Dalam KBBI dijelaskan bahwa perguruan tinggi merupakan tempat pendidikan dan pengajaran tingkat tinggi (seperti sekolah tinggi, akademi, dan universitas). Perguruan tinggi di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS).

Bauran Pemasaran

Pengertian bauran pemasaran menurut Suharno dan Sutarso (2010:27), “Bauran pemasaran adalah kumpulan aktivitas pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar.” Ada empat elemen yang tercakup dalam bauran pemasaran yang sering dikenal dengan 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). (Alma,2009:201)

Keputusan Pembeli

Langkah-langkah yang umum konsumen dalam melakukan pembelian menurut Suharno dan Sutarso (2010:94) antara lain pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Dalam mengambil sebuah keputusan, konsumen akan dipengaruhi beberapa faktor-faktor tertentu. Terdapat Faktor Internal dan Eksternal. Faktor Internal meliputi motivasi, pembelajaran, persepsi, sikap dan kepribadian. Faktor Eksternal meliputi budaya, demografi, keluarga, referensi kelompok dan status sosial.

PEMBAHASAN

Jumlah mahasiswa dalam tiap angkatan/tahun akademik berbeda-beda. Dalam penelitian ini, diambil mahasiswa yang masih aktif dari angkatan 2014/2015 s.d. 2016/2017, dimana jumlah data yang bersumber dari data akademik POLSA saat penerimaan mahasiswa baru dan dengan kondisi saat ini jumlahnya jelas berbeda. Berikut ini adalah data jumlah mahasiswa baru dari tahun akademik 2014/2015 s.d. 2016/2017:

Tabel 4.1
Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2014/2015 s.d. 2016/2017
Program Studi Administrasi Bisnis

Tahun Ajaran	Kelas A (Reguler)	Kelas B (Eksekutif)	Pertumbuhan (Jumlah Mahasiswa)
2014/2015	24	5	29
2015/2016	5	2	7
2016/2017	9	0	9
Jumlah	38	7	45

Sumber: Akademik Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo

Namun, saat ini jumlah mahasiswa yang aktif tidak sesuai dengan data mahasiswa baru (45 mahasiswa), adapun tabel jumlah mahasiswa yang masih aktif tahun akademik 2014/2015 s.d. 2016/2017 yang mana nantinya menjadi responden dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jumlah Mahasiswa Aktif Tahun Akademik 2014/2015 S.D. 2016/2017
Program Studi Administrasi Bisnis

Tahun Ajaran	Kelas A (Reguler)	Kelas B (Eksekutif)	Pertumbuhan (Jumlah Mahasiswa)
2014/2015	19	3	22
2015/2016	4	2	6
2016/2017	10	0	10
Jumlah	33	5	38

Sumber: Akademik Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo

Bauran Pemasaran Produk Jasa yang Memengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Administrasi Bisnis

Produk (*Product*)

Bauran produk yang ditawarkan oleh Program Studi Administrasi Bisnis POLSA yaitu sebagai berikut:

1. Program Studi Administrasi Bisnis terakreditasi BAN-PT.
2. Lulusan akan mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md.)
3. Mahasiswa yang lulus mendapatkan sertifikat kompetensi, antara lain TOEFL, Komputer, *Public Reliatom*, d.l.l. Adapun program pendukung kompetensi antara lain *event organization, journalism, public relation, MC, photography*, d.l.l.
4. Tenaga pendidik/dosen berpendidikan S2, S3 dan praktisi di bidangnya.
5. Terdapat pengembangan minat bakat untuk mahasiswa yaitu melalui BEM, KSR, Himpunan Mahasiswa, Radio Fortuna dll
6. Terdapat Program *Enterpreneurship* Terpadu.

7. Memiliki jaringan kemitraan yang cukup luas, antara lain TAFE NSW SWSi Sydney, BUMN, dan Instansi/Perusahaan Nasional, antara lain di bidang industri, institusi pemerintah, d.l.l.
8. Pihak kampus maupun program studi menyalurkan kerja untuk lulusan yang berprestasi.
9. Program Studi Administrasi Bisnis dilengkapi laboratorium bisnis, perkantoran, pemrograman, d.l.l.
10. Kurikulum dikembangkan berbasis KKNI (Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia).

Harga (*Price*)

Bauran pemasaran harga yang ditawarkan oleh Program Studi Administrasi Bisnis POLSA yaitu sebagai berikut:

1. Biaya pendaftaran yang cukup terjangkau dan standar yaitu Rp100.000,00.
2. Biaya kuliah Program Studi Administrasi Bisnis lebih murah dibandingkan dengan Program Studi Teknik Informatika dan Akuntansi.
3. Pembayaran biaya kuliah sangat terjangkau dan dapat dibayar secara lunas maupun secara angsuran.
4. Biaya yang dibayarkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan untuk mahasiswa.
5. Terdapat potongan biaya untuk mahasiswa yang melakukan pembayaran secara lunas sebesar Rp500.000,00.
6. Terdapat banyak beasiswa bagi calon mahasiswa yang berprestasi dan yang kurang mampu.
7. Pembayaran biaya kuliah dapat dilakukan dengan cara transfer pada rekening POLSA.

Tempat/distribusi (*Place*)

Bauran pemasaran tempat/distribusi yang ditawarkan oleh POLSA khususnya Program Studi Administrasi Bisnis yaitu sebagai berikut:

1. Lokasi kampus yang cukup strategis, karena terletak di sekitar pusat kota Kutoarjo yaitu di Jalan Wismo Aji Nomor 8 Kutoarjo.
2. Lokasi kampus yang mudah dijangkau oleh kendaraan roda dua maupun roda empat, serta kendaraan umum.
3. Lokasi kampus yang jauh dari keramaian sehingga tercipta lingkungan yang kondusif dalam pembelajaran.
4. Program Studi Administrasi Bisnis dilengkapi dengan laboratorium khusus, sehingga memudahkan mahasiswa dalam menyerap ilmu.
5. Memiliki banyak ruangan kelas yang dapat digunakan dalam pembelajaran sehingga tidak kekurangan ruang atau bisa juga berpindah-pindah kelas agar tidak bosan dalam pembelajaran.

Promosi (*Promotion*)

Bauran pemasaran promosi (*promotion*) yang ditawarkan oleh POLSA khususnya Program Studi Administrasi Bisnis adalah sebagai berikut:

1. Promosi dilakukan dengan melalui radio milik kampus yaitu Radio Fortuna.
2. Promosi dilakukan dengan cara memposting mengenai pendaftaran mahasiswa baru dan profil kampus agar calon mahasiswa mengetahui tentang kampus di website resmi kampus.
3. Promosi dilakukan dengan media cetak, yaitu dengan menggunakan brosur POLSA maupun khusus Program Studi Administrasi Bisnis, menggunakan papan reklame yang dipasang di beberapa tempat, melalui kalender, d.l.l.

4. Promosi juga dilakukan oleh mahasiswa dan juga alumni POLSA khususnya Program Studi Administrasi Bisnis, baik dilakukan melalui mulut ke mulut, media sosial, brosur, d.l.l.
5. Promosi juga dilakukan dengan cara memberikan potongan biaya atau *cash back* untuk calon mahasiswa baru yang membayar secara lunas dan mendapatkan tas punggung untuk menarik minat masyarakat.

Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bauran pemasaran bukti fisik (*physical evidence*) yang ditawarkan oleh POLSA khususnya Program Studi Administrasi Bisnis adalah sebagai berikut:

1. Bangunan kampus adalah milik sendiri.
2. Bangunan kampus layak untuk dijadikan sarana pendidikan.
3. Sarana dan prasarana untuk memenuhi pendidikan sudah cukup lengkap, baik dari ruang kelas yang dilengkapi LCD, proyektor, papan tulis, d.l.l.
4. Fasilitas yang disediakan sudah cukup lengkap, yaitu kamar mandi yang berjumlah 10 khusus untuk mahasiswa, gazebo, kantin, mushola, d.l.l.
5. Kampus yang terlihat bersih karena setiap hari dibersihkan agar enak dilihat, terasa nyaman karena selain bersih juga didukung dengan tanaman-tanaman perindang, dan mahasiswa kan merasa aman karena terdapat beberapa satpam yang akan mengawasi lingkungan kampus.
6. Tata letak bagian kampus sangat tersusun rapi dan baik, contohnya perpustakaan yang dekat dengan pintu masuk, ruangan akademik yang berada di depan pintu masuk, d.l.l.
7. Koleksi buku perpustakaan yang sudah cukup lengkap untuk memenuhi materi pembelajaran mahasiswa.

Hasil Kuesioner

Jumlah Kuesioner dan Responden

Dalam penelitian ini, penulis mengangkat permasalahan mengenai bauran pemasaran jasa yang memengaruhi keputusan mahasiswa memilih Program Studi Administrasi Bisnis di POLSA. Untuk mengumpulkan data-data berupa informasi yang dibutuhkan, penulis menggunakan angket/kuesioner yang disebar kepada seluruh mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis yang aktif tahun akademik 2014/2015 s.d. 2016/2017 yaitu berjumlah sebanyak 38 mahasiswa. Berikut ini adalah tabel jumlah kuesioner yang berhubungan dengan penelitian.

Tabel 4.3
Jumlah Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	38
Kuesioner yang kembali	38
Kuesioner yang tidak kembali	0

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Variabel Penelitian

Pengaruh bauran pemasaran produk jasa terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Studi Administrasi Bisnis di POLSA memiliki peranan penting bagi POLSA dalam memasarkan jasa pendidikan agar menarik calon mahasiswa untuk bergabung dalam keluarga besar Administrasi Bisnis POLSA. Untuk lebih jelasnya akan disajikan tanggapan responden

melalui tabel frekuensi dimana frekuensi tiap variabel akan menjelaskan berapa banyak mahasiswa dan persentase mahasiswa yang sangat setuju (4), setuju (3), tidak setuju (2) atau sangat tidak setuju (1), dalam setiap item pertanyaan yang disajikan.

Product (X1)

Tabel 4.4
Tabel Frekuensi Item Pernyataan Variabel *Product*

No.	Item Pertanyaan	1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
X1_1	Saya mengetahui, POLSA dan Program Studi Administrasi Bisnis terakreditasi BAN-PT.	0	0	0	0	11	28,9	27	71,1
X1_2	Saya mengetahui, lulusan Program Studi Administrasi Bisnis POLSA akan mendapat gelar Ahli Madya (A.Md.)	0	0	0	0	7	18,4	31	81,6
X1_3	Saya mengetahui, tenaga pendidik Program Studi Administrasi Bisnis POLSA memiliki pendidikan S2, S3 dan praktisi di bidangnya.	0	0	1	2,6	7	18,4	30	78,9
X1_4	Saya mengetahui, Program Studi Administrasi Bisnis dilengkapi laboratorium bisnis, perkantoran, pemrograman, d.l.l.	0	0	0	0	26	68,4	12	31,6
X1_5	Saya mengetahui, program kurikulum pendidikan yang tersaji sangat bagus dan menarik, khususnya bidang wirausaha dan bisnis.	0	0	4	10,5	23	60,5	11	28,9
X1_6	Saya mengetahui, Program Studi Administrasi Bisnis POLSA akan menyalurkan kerja untuk mahasiswa dan alumni yang berprestasi.	0	0	8	21,1	27	71,1	3	7,9
X1_7	Saya mengetahui, POLSA menyediakan program kreativitas untuk menyalurkan minat bakat mahasiswa melalui BEM, KSR, PMI, Himpunan Mahasiswa, Radio Fortuna, d.l.l.	1	2,6	5	13,2	23	60,5	9	23,7
X1_8	Saya mengetahui, lulusan Program Studi Administrasi Bisnis POLSA bersertifikasi kompetensi, antara lain TOEFL, Komputer, <i>Public Relation</i> , d.l.l.	0	0	1	2,6	28	73,7	9	23,7
X1_9	Saya mengetahui, POLSA	1	2,6	18	47,4	15	39,5	4	10,5

	memiliki jaringan kemitraan yang cukup luas, antara lain TAFE NSW SWSi Sydney, BUMN, dan Instansi/Perusahaan Nasional.								
X1_10	Saya mengetahui, Program Studi Administrasi Bisnis POLSA terdapat Program <i>Entrepreneurship</i> Terpadu.	0	0	6	15,8	29	76,3	3	7,9

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tanggapan responden mengenai produk dari 38 responden, dengan indikator X1_1 s.d. X1_10, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju dan setuju, dimana pada indikator gelar A.Md. sangat berpengaruh dalam keputusan mahasiswa memilih Program Studi Administrasi Bisnis ayitu sebanyak 31 responden (81,6%) sangat setuju dan sisanya 7 responden (18,4%) setuju, dan karena akreditasi kampus yaitu dengan frekuensi 11 responden (28,9%) setuju dan 27 responden (71,1%) sangat setuju. Terdapat pula salah satu indikator yang belum banyak diketahui calon mahasiswa bahwa POLSA memiliki jaringan kemitraan yang cukup luas, antara lain TAFE NSW SWSi Sydney, BUMN, dan Instansi/Perusahaan Nasional, dengan ditunjukkan dari tingkat ketidaksetujuan hingga 50% yaitu 1 responden (2,6%) sangat tidak setuju, dan 18 responden (47,4%) tidak setuju. Walaupun terdapat pula satu atau dua item pertanyaan responden sangat tidak setuju/tidak setuju, akan tetapi jawaban responden lebih dominan pada jawaban setuju, hal itu dapat diartikan bahwa item bauran produk cukup berkenan bagi calon mahasiswa.

1. **Price (X2)**

Tabel 4.5
Frekuensi Item Pernyataan Variabel *Price*

No.	Item Pertanyaan	1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
X2_1	Saya merasa, biaya kuliah Program Studi Administrasi Bisnis POLSA terjangkau.	2	5,3	10	26,3	21	55,3	5	13,2
X2_2	Saya merasa biaya pendaftaran terjangkau dan standar yaitu Rp100.000,00.	0	0	9	23,7	29	76,3	0	0
X2_3	Saya merasa, pembayaran biaya kuliah lebih mudah karena dapat dibayar secara lunas ataupun cicilan/angsuran.	0	0	2	5,3	28	73,3	8	21,1
X2_4	Saya merasa, biaya yang harus dibayar sesuai dengan fasilitas yang didapat.	0	0	15	39,5	19	50	4	10,5

No.	Item Pertanyaan	1		2		3		4	
		F	P	F	P	F	P	F	P
X2_5	Saya merasa, biaya pendidikan Program Studi Administrasi Bisnis POLSA lebih murah daripada program studi lainnya.	1	2,6	5	13,2	18	47,4	14	36,8
X2_6	Saya mengetahui, tersedia pemotongan biaya untuk para pendaftar yang melakukan pembayaran secara lunas.	1	2,6	10	26,3	15	39,5	12	31,6
X2_7	Saya mengetahui, tersedia banyak	4	10,5	11	28,9	21	55,3	2	5,3

	beasiswa yang ditawarkan untuk calon mahasiswa berprestasi maupun yang kurang mampu.								
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tanggapan responden mengenai biaya dari 38 responden, dengan indikator X2_1 s.d. X2_7, responden memberikan jawaban sangat setuju dan setuju yang cukup banyak pada indikator sistem pembayaran, yaitu pada poin pembayaran dapat dilakukan secara lunas ataupun cicilan/angsuran, hal ini ditunjukkan pada frekuensi responden setuju mencapai 28 responden (73,3%) dan sangat setuju sebesar 8 responden (21,1%) sisanya 2 responden memberikan suara tidak setuju.

Adapun indikator yang menandakan bahwa mereka tidak setuju dan sangat tidak setuju pada bagian indikator biaya yang dikeluarkan sesuai fasilitas yang didapat, sejumlah 15 responden (39,5%) merasa tidak setuju, kemudian pada indikator ketersediaan beasiswa sebanyak 4 responden (10,5%) sangat tidak setuju, 11 responden (28,9%) tidak setuju. Selain itu, indikator biaya kuliah yang terjangkau dan ketidaktahuan calon mahasiswa mengenai potongan biaya yaitu sebanyak 1 responden (5,3%) sangat tidak setuju, 10 responden (26,3%) tidak setuju.

2. Place (X3)

Tabel 4.6
Frekuensi Item Pernyataan Variabel *Place*

No.	Item Pertanyaan	1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
X3_1	Saya merasa, lokasi kampus cukup strategis.	1	2,6	9	23,7	24	63,2	4	10,5
X3_2	Saya merasa, lokasi kampus mudah ditempuh karena terdapat kendaraan umum yang melewati kampus.	1	2,6	5	13,2	24	63,2	8	21,1
X3_3	Saya mengetahui, terdapat laboratorium khusus untuk Program Studi Administrasi Bisnis.	0	0	10	26,3	27	71,1	1	2,6
X3_4	Saya mengetahui, terdapat banyak ruang kelas yang dapat digunakan untuk pembelajaran.	3	7,9	12	31,6	19	50	4	10,5

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tanggapan responden mengenai tempat/saluran distribusi dari 38 responden, dengan indikator X3_1 s.d. X3_4, lebih dari 50% responden merasa setuju dan sangat setuju mengenai bauran pemasaran produk jasa yang ditawarkan, namun ada beberapa responden yang tidak mengetahui jika dalam penyaluran materi/produk jasa di lengkapi dengan ruang kelas yang cukup banyak yaitu sebanyak 3 responden (7,9%) sangat tidak setuju dan 12 responden (31,6%) tidak setuju, dan dilengkapi laboratorium sebanyak 10 responden (26,3%). Kemudian merasa bahwa lokasi kampus tidak strategis yaitu dengan ditunjukkan dengan 1 responden (2,6%) sangat tidak setuju dan 9 responden (23,7%) tidak setuju.

3. Promotion (X4)

Tabel 4.7
Frekuensi Item Pernyataan Variabel *Promotion*

No.	Item Pertanyaan	1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
X4_1	Saya mengetahui Program Studi Administrasi Bisnis POLSA melalui media masa elektronik radio.	1	2,6	11	28,9	18	47,4	8	21,1
X4_2	Saya mengetahui Program Studi Administrasi Bisnis POLSA melalui website resmi kampus atau media online.	2	5,3	16	42,1	15	39,5	5	13,2
X4_3	Saya mengetahui Program Studi Administrasi Bisnis POLSA melalui media cetak (brosur, baliho, d.l.l.).	0	0	8	21,1	20	52,6	10	26,3
X4_4	Saya mengetahui Program Studi Administrasi Bisnis POLSA melalui mahasiswa POLSA ataupun alumni, serta orang lain.	2	5,3	3	7,9	25	65,8	8	21,1
X4_5	Saya mengetahui tersedia <i>cash back</i> dan mendapat tas punggung untuk para pendaftar yang melakukan pembayaran secara lunas.	1	2,6	9	23,7	18	47,4	10	26,3

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tanggapan responden mengenai promosi dari 38 responden, dengan indikator X4_1 s.d. X4_5, responden cenderung lebih mengetahui Program Studi Administrasi Bisnis karena media cetak dengan frekuensi setuju 20 responden (52,6%), sangat setuju 10 responden (26,3%) dan dari alumni/mahasiswa dengan frekuensi 25 responden (65,8%) setuju, 8 responden (21,1%) sangat setuju serta dengan adanya *cash back* dan tas punggung untuk calon mahasiswa yang membayar secara lunas dengan sebanyak 18 responden (47,4%) setuju dan sangat setuju 10 responden (26,3%).

Namun, ada dua hal yang dapat kita lihat bahwa promosi melalui radio dan media *online* ternyata bisa dikatakan tidak efektif, hal ini bisa dilihat dengan jumlah responden sangat tidak setuju 1 (2,6%) dan tidak setuju 11 responden (28,9%) untuk radio, sedangkan untuk media *online* yaitu 2 responden (5,3%) sangat tidak setuju dan 16 responden (42,1%) tidak setuju.

4. *Physical Evidence* (X5)

Tabel 4.8
Frekuensi Item Pernyataan Variabel *Physical Evidence*

No.	Item Pertanyaan	1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
X5_1	Saya merasa bangunan kampus layak untuk tempat belajar.	0	0	3	7,9	31	81,6	4	10,5
X5_2	Saya mengetahui, bahwa bangunan Kampus milik sendiri.	1	2,6	17	44,7	19	50	1	2,6
X5_3	Saya merasa, sarana prasarana yang tersedia sudah lengkap dan memadai dalam pengajaran yaitu meja, kursi, LCD, proyektor, d.l.l.	0	0	1	2,6	31	81,6	6	15,8
X5_4	Saya merasa, kampus terdapat	0	0	11	28,9	22	57,9	5	13,2

	fasilitas yang lengkap dari perustakaan, tempat kreativitas, mushola, kantin, gazebo, d.l.l.								
X5_5	Saya merasa, area kampus yang bersih dan nyaman.	0	0	6	15,8	29	76,3	3	7,9
X5_6	Saya merasa, tata letak tiap bagian kampus yang bagus dan rapi.	4	10,5	17	44,7	15	39,5	2	5,3

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tanggapan responden mengenai bukti fisik/kondisi fisik dari 38 responden, dengan indikator X5_1 s.d. X5_6, responden banyak setuju mengenai sarana prasarana yang lengkap, hal ini ditunjukkan dengan 31 responden (81,6%) setuju dan 6 responden (15,8%) sangat setuju, sedangkan sisanya 2 responden (5,3%) tidak setuju dan juga merasa bangunan kampus layak untuk pembelajaran sebanyak 31 responden (81,6%) setuju dan 4 responden (10,5%) sangat setuju.

Akan tetapi, pada bauran pemasaran ini, cukup banyak yang sangat tidak setuju dan tidak setuju mengenai bauran pemasaran *physical evidence*, hal ini dibuktikan dengan jumlah responden merasa bahwa tata letak bagian kampus kurang bagus dan rapi dengan responden sangat tidak setuju 4 responden (10,5%) dan tidak setuju 17 responden (44,7%), kemudian tidak mengetahui bahwa bangunan kampus adalah milik sendiri dengan responden sangat tidak setuju 1 responden (2,6%) dan tidak setuju 17 responden (44,7%). Adapun responden yang merasa bahwa fasilitas yang disajikan kurang lengkap ditunjukkan dengan 11 responden (28,9%) tidak setuju, dan merasa kurang nyaman ditunjukkan dengan 6 responden (15,8%) tidak setuju.

5. Keputusan Mahasiswa (Y)

Tabel 4.9
Frekuensi Item Pernyataan Variabel Keputusan Mahasiswa

No.	Item Pertanyaan	1		2		3		4	
		F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	Saya memilih Program Studi Administrasi Bisnis karena dorongan dan keinginan saya sendiri untuk mempelajari ilmu bisnis dan wirausaha.	0	0	4	10,5	18	47,4	16	42,1
Y2	Saya memilih Program Studi Administrasi Bisnis karena saya merasa biaya kuliah lebih terjangkau di dibandingkan program studi lain di POLSA.	0	0	1	2,6	16	42,1	21	55,3
Y3	Saya memilih Program Studi Administrasi Bisnis karena saya hanya menuruti kemauan orang tua, keluarga atau teman.	0	0	7	18,4	22	57,9	9	23,7
Y4	Saya memilih Program Studi Administrasi Bisnis karena saya ingin mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md.)	1	2,6	5	13,2	20	52,6	12	31,6
Y5	Saya memilih Program Studi Administrasi Bisnis karena saya merasa peluang kerja yang mudah.	0	0	5	13,2	22	57,9	11	28,9

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tanggapan responden mengenai keputusan mahasiswa dari 38 responden, dengan indikator Y1 s.d. Y5, dapat kita lihat bahwa responden mayoritas memilih Program Studi Administrasi Bisnis dikarenakan biaya terjangkau dibandingkan Program Studi lain di POLSA yaitu dengan frekuensi responden yang tidak setuju hanya 1 responden (2,6%), sedangkan 16 responden (42,1%) setuju dan 21 responden (55,3%) sangat setuju, kemudian dikarenakan dorongan dan keinginan sendiri untuk mempelajari bisnis dengan frekuensi 18 responden (47,4%) setuju dan 16 responden (42,1%) sangat setuju.

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Metode pengujian validitas item yang digunakan yaitu menggunakan metode korelasi *Pearson*. Metode uji validitas ini yaitu dengan cara mengkolerasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Jika nilai korelasi (r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} atau nilai korelasi negatif maka item tidak valid. r_{tabel} dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) atau *degree of freedom* atau df ($n-2$).

Dalam hal ini, penulis menggunakan r_{tabel} signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah data (n). Dimana jumlah responden adalah sebanyak 38 mahasiswa, maka jumlah data (n) = 38 didapatkan r_{tabel} sebesar 0,320.

Adapun hasil uji validitas terhadap bauran pemasaran produk jasa pendidikan yang memengaruhi keputusan mahasiswa memilih Program Studi Administrasi Bisnis di POLSA, adalah sebagai berikut:

1. *Product* (X1)

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel *Product*

Item Pertanyaan	Korelasi/ r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1_1	0,509	0,320	Valid
X1_2	0,581	0,320	Valid
X1_3	0,498	0,320	Valid
X1_4	0,538	0,320	Valid
X1_5	0,626	0,320	Valid
X1_6	0,690	0,320	Valid
X1_7	0,744	0,320	Valid
X1_8	0,493	0,320	Valid
X1_9	0,712	0,320	Valid
X1_10	0,457	0,320	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan uji validitas kuesioner tersebut, dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel *product* (X1), semua item X1_1 s.d. X1_10 nilai korelasi atau r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} (0,320), sehingga semua item tersebut dinyatakan valid.

2. *Price* (X2)

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel *Price*

Item Pertanyaan	Kolerasi/ r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2_1	0,840	0,320	Valid
X2_2	0,753	0,320	Valid
X2_3	0,706	0,320	Valid
X2_4	0,487	0,320	Valid
X2_5	0,660	0,320	Valid
X2_6	0,721	0,320	Valid
X2_7	0,699	0,320	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan uji validitas kuesioner tersebut, dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel *price* (X2), semua item X2_1 s.d. X2_7 nilai kolerasi atau r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} (0,320), sehingga semua item tersebut dinyatakan valid.

3. *Place* (X3)

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel *Place*

Item Pertanyaan	Kolerasi/ r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3_1	0,856	0,320	Valid
X3_2	0,726	0,320	Valid
X3_3	0,714	0,320	Valid
X3_4	0,789	0,320	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan uji validitas kuesioner tersebut, dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel *place* (X3), semua item X3_1 s.d. X3_4 nilai kolerasi atau r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} (0,320), sehingga semua item tersebut dinyatakan valid.

4. *Promotion* (X4)

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel *Promotion*

Item Pertanyaan	Kolerasi/ r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X4_1	0,598	0,320	Valid
X4_2	0,785	0,320	Valid
X4_3	0,689	0,320	Valid
X4_4	0,662	0,320	Valid
X4_5	0,561	0,320	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan uji validitas kuesioner tersebut, dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel *promotion* (X4), semua item X4_1 s.d. X4_5 nilai kolerasi atau r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} (0,320), sehingga semua item tersebut dinyatakan valid.

5. *Physical Evidance* (X5)

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Variabel *Prphysical Evidence*

Item Pertanyaan	Kolerasi/ r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X5_1	0,791	0,320	Valid
X5_2	0,705	0,320	Valid
X5_3	0,648	0,320	Valid
X5_4	0,684	0,320	Valid
X5_5	0,521	0,320	Valid
X5_6	0,754	0,320	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan uji validitas kuesioner tersebut, dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel *physical evidence* (X5), semua item X5_1 s.d. X5_6 nilai kolerasi atau r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} (0,320), sehingga semua item tersebut dinyatakan valid.

6. Keputusan Mahasiswa (Y)

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Mahasiswa

Item Pertanyaan	Kolerasi/ r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,719	0,320	Valid
Y2	0,756	0,320	Valid
Y3	0,704	0,320	Valid
Y4	0,646	0,320	Valid
Y5	0,575	0,320	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan uji validitas kuesioner tersebut, dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel keputusan mahasiswa (Y), semua item Y1 s.d. Y5 nilai kolerasi atau r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} (0,320), sehingga semua item tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Metode reliabilitas yang digunakan oleh penulis adalah metode *Cronbach's Alpha*. Dimana untuk menentukan instrumen tersebut reliabel atau tidak, bisa digunakan batasan tertentu seperti 0,6. Menurut Sekaran dalam Priyatno (2016:60), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

Adapun hasil uji reliabilitas terhadap bauran pemasaran produk jasa pendidikan yang memengaruhi keputusan mahasiswa memilih Program Studi Administrasi Bisnis di POLSA, adalah sebagai berikut:

1. *Product* (X1)

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Product*
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	10

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui nilai reliabilitas (Cronbach's Alpha) variabel *product* (X1) sebesar 0,790, sedangkan nilai konstanta adalah 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 reliabel dan dapat diterima karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada nilai konstantanya dan lebih besar dari 0,7.

2. Price (X2)

Tabel 4.17
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Price*
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,807	7

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui nilai reliabilitas (Cronbach's Alpha) variabel *price* (X2) sebesar 0,807, sedangkan nilai konstanta adalah 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 reliabel dan dapat dikatakan baik karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada nilai konstantanya dan lebih besar dari 0,8.

3. Place (X3)

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Place*
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,764	4

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui nilai reliabilitas (Cronbach's Alpha) variabel *place* (X3) sebesar 0,764, sedangkan nilai konstanta adalah 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X3 reliabel dan dapat diterima karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada nilai konstantanya dan lebih besar dari 0,7.

4. Promotion (X4)

Tabel 4.19
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Promotion*
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,672	5

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui nilai reliabilitas (Cronbach's Alpha) variabel *promotion* (X4) sebesar 0,672, sedangkan nilai konstanta adalah 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X4 reliabel dan dapat dikatakan cukup karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada nilai konstantanya dan lebih besar dari 0,6.

5. Physical Evidence (X5)

Tabel 4.20
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Physical Evidence*
Case Processing Summary

		N	%

Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,759	6

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui nilai reliabilitas (Cronbach's Alpha) variabel *physical evidence* (X5) sebesar 0,759, sedangkan nilai konstanta adalah 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X5 reliabel dan dapat diterima karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada nilai konstantanya dan lebih besar dari 0,7.

6. Keputusan Mahasiswa (Y)

Tabel 4.21
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel Keputusan Mahasiswa
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,701	5

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui nilai reliabilitas (Cronbach's Alpha) variabel keputusan mahasiswa (Y) sebesar 0,790, sedangkan nilai konstanta adalah 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Y reliabel dan dapat diterima karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada nilai konstantanya dan lebih besar dari 0,7.

Uji Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi merupakan suatu metode penganalisa data untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sebuah variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang ditampilkan dalam persamaan regresi.

Hasil dari pengolahan data untuk analisis regresi linier berganda dalam penelitian pengaruh bauran pemasaran produk jasa yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Administrasi Bisnis POLSA adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Analisis Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	,284 ^a	,080	-,063	33,90032
---	-------------------	------	-------	----------

a. Predictors: (Constant), PHYSICAL, PRODUCT, PRICE, PROMOTION, PLACE

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis determinasi di atas, nilai R sebesar 0,284 atau 28,4% menunjukkan kolerasi antara seluruh variabel bebas dengan variabel terikat, nilai R Square (R kuadrat/ R^2) menunjukkan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,080 atau 8%. Hal itu dapat diartikan 8% jumlah persentase kontribusi variabel bebas (produk, harga, tempat/saluran distribusi, promosi dan bukti fisik) kepada variabel terikat (keputusan mahasiswa). Sedangkan sisanya sebesar 92% (1-8%), disebabkan oleh variabel lain atau faktor lain.

Nilai dari Adjusted R Square adalah -0,063, nilai tersebut dianggap 0, atau variabel bebas sama sekali tidak mampu menjelaskan varians dari variabel terikatnya.

Tabel 4.23
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3214,834	5	642,967	,559	,730 ^b
1 Residual	36775,418	32	1149,232		
Total	39990,252	37			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

b. Predictors: (Constant), PHYSICAL, PRODUCT, PRICE, PROMOTION, PLACE

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis uji F di atas, diperoleh F_{hitung} sebesar 0,559 dengan F_{tabel} sebesar 2,512 yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel - 1 atau $6 - 1 = 5$) dan df 2 ($n - k - 1$) atau $= 38 - 5 - 1 = 32$. Hal tersebut dapat diartikan bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $0,559 < 2,512$, maka H_0 (hipotesis) diterima, artinya produk, harga, tempat/saluran distribusi, promosi dan bukti fisik secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.

Sedangkan nilai signifikansi dari hasil uji F adalah 0,730 dimana nilainya lebih besar dari signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa.

Tabel 4.24
Hasil Uji Koefisien Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	140,987	97,895		1,440	,160
1 PRODUCT	,012	,097	,022	,125	,901
1 PRICE	,081	,122	,119	,660	,514
1 PLACE	,178	,208	,167	,855	,399
1 PROMOTION	-,025	,192	-,025	-,128	,899
1 PHYSICAL	,151	,139	,190	1,088	,285

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

maka:

$$\text{Keputusan mahasiswa} = 140,987 + 0,12 \text{ produk} + 0,081 \text{ harga} + 0,178 \text{ tempat} + (-0,025) \text{ promosi} + 0,15 \text{ bukti fisik}$$

Adapun hasil dari uji t, yang bisa diperoleh dari uji analisis koefisien regresi dimana $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $38-5-1 = 32$ maka t_{tabel} dengan pengujian 2 sisi (signifikansi 0,025) hasil diperoleh t_{tabel} sebesar 2,037. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas maka nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel produk, harga, tempat/saluran distribusi, promosi dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai t_{hitung} kurang dari nilai t_{tabel} (H_0 diterima). Masing-masing hasil pengujian yaitu produk ($0,125 < 2,037$), harga ($0,660 < 2,037$), tempat ($0,855 < 2,037$), promosi ($-0,128 < 2,037$), dan bukti fisik ($1,088 < 2,037$).

Selain itu, dari hasil uji tersebut dapat diketahui bahwa variabel produk, harga, tempat/saluran distribusi, promosi dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha 0,05. Masing-masing hasil pengujian yaitu produk ($0,901 > 0,05$), harga ($0,514 > 0,05$), tempat ($0,399 > 0,05$), promosi ($0,899 > 0,05$), dan bukti fisik ($0,285 > 0,05$).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Administrasi Bisnis di POLSA, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji t, variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ yaitu $0,125 < 2,037$, nilai signifikansi $>$ nilai alpha 0,05 ($0,901 > 0,05$).
2. Hasil uji t, variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ yaitu $0,660 < 2,037$, nilai signifikansi $>$ nilai alpha 0,05 ($0,514 > 0,05$).
3. Hasil uji t, variabel tempat atau saluran distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ yaitu $0,855 < 2,037$, nilai signifikansi $>$ nilai alpha 0,05 ($0,399 > 0,05$).
4. Hasil uji t, variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ yaitu $-0,128 < 2,037$, nilai signifikansi $>$ nilai alpha 0,05 ($0,899 > 0,05$).
5. Hasil uji t, variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ yaitu $1,088 < 2,037$, nilai signifikansi $>$ nilai alpha 0,05 ($0,285 > 0,05$).
6. Hasil uji t, faktor paling dominan adalah variabel bukti fisik. Hal ini dikarenakan nilai t_{hitung} 1,088 paling mendekati 2,037, dan nilai signifikansi 0,285 paling mendekati nilai alpha 0,05 dibandingkan dengan variabel bebas lainnya.
7. Hasil uji analisis determinasi yaitu sebesar 8% kontribusi variabel bebas kepada variabel terikat dan 92% variabel terikat disebabkan oleh variabel lain atau faktor lain.

8. Hasil analisis uji F diperoleh $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $0,559 < 2,512$ dan nilai signifikansi uji F adalah $0,730 > \text{signifikansi } 0,05$, maka H_0 (hipotesis) diterima artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
9. Hasil uji analisis koefisien regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:
Keputusan mahasiswa = $140,987 + 0,12 \text{ produk} + 0,081 \text{ harga} + 0,178 \text{ tempat}$
 $+ (-0,025) \text{ promosi} + 0,15 \text{ bukti fisik}$

Saran

Berdasarkan pembahasan mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Administrasi Bisnis di POLSA, maka ada beberapa hal yang perlu untuk dijadikan koreksi/diperbaiki agar pemasaran produk jasa pendidikannya bisa lebih baik lagi ke depannya dan mampu menarik masyarakat untuk bergabung dalam Program Studi Administrasi Bisnis di POLSA. Beberapa saran yang bisa penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji kembali/mengkaji ulang mengenai setiap bauran pemasaran produk jasa yang telah ada.
2. Dalam kaitannya bauran pemasaran produk, perlu adanya publikasi lebih mengenai produk yang ditawarkan karena banyak sekali calon mahasiswa yang tidak mengetahui produk apa saja yang ditawarkan oleh Program Studi Administrasi Bisnis. Kemudian perlu adanya memperluas lagi jaringan kemitraan yang sudah ada.
3. Dalam kaitannya bauran pemasaran harga, hal yang perlu dikaji dan dicermati kembali adalah mengenai fasilitas yang diperoleh terhadap biaya yang harus dikeluarkan. Kemudian perlu adanya publikasi lebih mengenai ketersediaan beasiswa, dan akan lebih bagus lagi apabila beasiswa yang tersedia lebih banyak lagi.
4. Dalam kaitannya bauran pemasaran tempat/saluran distribusi, hal yang perlu ditingkatkan adalah saluran distribusi untuk menyalurkan materi/produk dari bauran pemasaran jasa itu sendiri, karena ruang kelas dan laboratorium cukup minim, akan lebih bagusnya lagi apabila setiap program studi memiliki ruangan-ruangan khusus program studi dari kelas dan laboratorium. Atau juga bisa memanfaatkan lahan/tanah yang dimiliki POLSA untuk membangun khusus untuk masing-masing program studi.
5. Dalam kaitannya bauran pemasaran promosi, hal yang perlu ditingkatkan adalah mengenai promosi melalui web kampus yang perlu di update terus menerus agar masyarakat yang ingin mencari produk dan bagaimana cara masuk ke dalam Program Studi Administrasi Bisnis POLSA tidak kurang informasi, apalagi kondisi sekarang media online bukan hal yang asing. Selain itu, promosi melalui media cetak dan melalui mulut ke mulut dari alumni ataupun mahasiswa aktif harus lebih digencarkan lagi karena sudah cukup bagus untuk memberikan informasi ke masyarakat dan lebih cepat menyebar.
6. Dalam kaitannya bauran pemasaran bukti fisik, hal yang perlu ditingkatkan dan dikaji ulang adalah tata letak bagian kampus kurang bagus dan rapi. Selain itu perlunya pengkajian dan penambahan/perluas fasilitas yang sudah ada karena fasilitas yang disajikan kurang lengkap salah satunya adalah perluasan wilayah kantin, ruang kesehatan yang selama ini belum bisa digunakan secara maksimal, ruangan khusus atau kesekretariatan untuk Unit Kreativitas Mahasiswa (UKM), penambahan tempat duduk atau gazebo untuk mahasiswa yang sedang menunggu kelas atau mengerjakan tugas, penambahan ruang perpustakaan online, perbanyak jumlah buku, varian buku, perluas ruang perpustakaan dan penambahan kecepatan Mbps internet, serta meningkatkan kembali suasana nyaman dengan tanaman hijau/adanya taman.
7. Program Studi Administrasi Bisnis perlu mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi, yaitu faktor bauran pemasaran orang dan proses, faktor internal serta faktor eksternal. Salah satunya faktor internal mengenai persepsi yang timbul bisa dari bukti fisik bangunan kampus yang dirasa kurang memadai

karena kampus terpadu tidak luas dan faktor eksternal keluarga yang menyarankan putra/putrinya kuliah di Program Studi Administrasi Bisnis, maka mengenai promosi perlu ditingkatkan, dengan cara alumni atau mahasiswa aktif mengenalkan Program Administrasi Bisnis POLSA kepada keluarga yang mempunyai putra/putri hampir lulus SMA.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohammad. (2014). *Pendidikan Untuk Pembangunan Nasional*. Imtima: Bandung.
- Alma, Buchari. (2009). *Kewirausahaan*, cetakan kelimabelas. Alfabeta: Bandung.
- Arif. (2007). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, edisi pertama. Bayumedia Publishing: Malang.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan ke-15. Rineka Cipta: Jakarta.
- Arifin, Johar. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. PT Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, cetakan kesatu. CAPS (Center for Academic Publishing Service): Yogyakarta.
- Jalaludin dan Idi, Abdullah. (2016). *Filsafat Pendidikan: Manusia, Filsafat, dan Pendidikan*, cetaakan kelima. Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, edisi ketiga. Salemba Empat: Jakarta.
- Misbahudin dna Hasan, Iqbal. (2014). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, edisi kedua. Bumi Aksara: Jakarta.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Alfabeta: Bandung.
- Nitisusastro, M. & Tri S.P. (2013). *Pedoman dan Bimbingan Tugas Akhir*. Politeknik Sawunggalih Aji: Purworejo.
- Republik Indonesia. (1998). *Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan*. Sekretariat Negara: Jakarta.