

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI SEKOLAH TINGGI ILMU
TARBIYAH IQRA` KAPUAS HULU**

SKRIPSI

OLEH:

**IRVAN
NIM: 121310171**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

2017

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI SEKOLAH TINGGI ILMU
TARBIYAH IQRA' KAPUAS HULU**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada:

IRVAN
NIM. 121310171


Program Studi Manajemen

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian


Skripsi / Komprehensif

Pada Tanggal : 26 Februari 2018


Pembimbing Utama


Edy Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 1110026301


Penguji Utama


Devi Yasmin, S.E., M.M.
NIDN. 00300066701

Pembimbing Pembantu


Fenni Supriadi, S.E., M.M.
NIDN. 1128108501


Penguji Pembantu


Dedi Hariyanto, S.E., M.M.
NIDN. 1113117702

Pontianak, 26 Februari 2018

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PONTIANAK

DEKAN


Samsuddin, S.E., M. Si.
NIDN. 1113117701

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah, untuk mengetahui apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah iqra` Kapuas hulu, untuk itu penulis mengambil sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi dan uji kelayakan model.

Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel bauran pemasaran sebagai variabel bebas maupun keputusan konsumen sebagai variabel terikat menunjukkan bahwa kuesioner yang disampaikan kepada responden telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas. Hasil uji Regresi Linier Sederhana dapat paparkan sebagai berikut, persamaan atau estimasi regresi berdasarkan hasil pengolahan data adalah : $= 2,983 + 0,403 X$. Hasil analisis korelasi (R) diperoleh angka 0,483 menunjukkan bahwa terjadi hubungan keeratan atau kekuatan positif (cukup) dan jika variabel bauran pemasaran meningkat maka keputusan mahasiswa memilih kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Kapuas Hulu juga akan meningkat. Hasil penelitian secara keseluruhan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa bauran pemasaran sangat berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Kapuas Hulu.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, keputusan memilih

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu”** Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian pendidikan strata satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak. Semoga dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi pihak yang membutuhkan dan pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

Selama pembuatan skripsi ini, penulis juga telah melibatkan banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Helman Fachri, S.E., M.M. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Samsudin, S.E., Msi, selaku dekan Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Bapak Edy Suryadi S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan masukan dan saran bagi peneliti dalam menyusun skripsi ini dari awal sampai akhir.
4. Bapak Fenni Supriadi, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, serta motivasi kepada peneliti dari awal sampai akhir penelitian ini.

5. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan baik materil maupun do'a, perhatian dan dorongannya selama ini.
6. Ketua umum sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu yang telah memperkenankan peneliti untuk melakukan penelitian di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.
7. Sahabat – sahabat terbaiku dan rekan – rekan mahasiswa khususnya jurusan Manajemen fakultas ekonomi dan bisnis, yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu, terima kasih atas dukungannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan membutuhkan banyak perbaikan. Maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat digunakan untuk penyempurnaan karya ini maupun sebagai bahan perbaikan bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Pontianak, 5 November 2017

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	12
C. Pembatasan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	13
F. Kerangka Pemikiran	14
H. Metode Penelitian	
a. Jenis Penelitian.....	16
b. Teknik Pengumpulan Data.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Manajemen Pemasaran	24
B. Konsep Pemasaran	25
C. Perguruan Tinggi	29
D. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	34

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	37
A. Sejarah Berdirinya STIT Kapuas Hulu	37
B. Logo Universitas	38
C. Visi Misi dan Tujuan Fakultas.....	42
D. Sumber Daya Manusia.....	62
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
A. Karakteristik Responden	62
B. Uji Instrumen	62
C. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	70
D. Analisis Koefisien Korelasi (R)	72
E. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	72
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kelulusan Sekolah Menengah	3
Tabel 1.2 Jumlah Mahasiswa Baru	4
Tabel 1.3 jumlah mahasiswa aktif.....	5
Tabel 1.4 jumlah dosen	6
Tabel 1.5 spp dan uang gedung.....	7
Tabel 1.6 proporsi sampel	19
Tabel 1.7 koefisien korelasi (r).....	22
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.2 Usia Responden.....	63
Tabel 4.3 status sekolah asal responden.....	64
Tabel 4.4 semester Responden.....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Bauran Pemasaran.....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Konsumen	67
Tabel 4.9 Interpretasi Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Bauran Pemasaran.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Konsumen.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Kolerasi	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 3.1 logo universitas	38
Gambar 3.2 struktur organisasi	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan (Kuesioner)	77
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	82
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Bauran Pemasaran	85
Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Konsumen.....	88
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X).....	91
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y).....	97
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	100
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Konsumen (Y).....	101
Lampiran 9. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	102
Lampiran 10. Hasil Uji Koefisien Korelasi	104
Lampiran 11. Hasil Uji F	105

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Iqra` Kapuas Hulu, merupakan satu-satunya perguruan tinggi Agama Islam di Kabupaten Kapuas Hulu. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu mengembangkan dunia pendidikan yang agamis dan sesuai dengan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu merupakan perguruan tinggi yang berbasis kekinian, dan bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan mutu masyarakat. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu merupakan kampus yang bergerak dibidang guru Pendidikan Agama Islam (PAI), kampus ini juga mengajarkan bagaimana mahasiswa nantinya menjadi pemimpin, yang bertujuan memberikan bekal ilmu sosial dan keagamaan bagi mahasiswa sebagai bahan penunjang kelak ketika hidup bermasyarakat. Maka kebutuhan akan moral dan penanaman keyakinan sangat dibutuhkan oleh seluruh manusia khususnya umat Islam.

Guna mengembangkan kecerdasan sosial dan solidaritas terhadap kehidupan sosial masyarakat kampus, dan mengembangkan bakat serta potensi mahasiswa. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu melengkapi organisasi kemahasiswaan yang dapat menampung dan menyalurkan potensi dibidang olah raga melalui (UKM) unit kegiatan

mahasiswa kesatuan olah raga mahasiswa (KOMIK), dan telah meraih beberapa prestasi tingkat Kabupaten.

Tidak hanya dalam bidang leadership dan kecerdasan sosial saja yang dibangun, akan tetapi potensi kecerdasan intelektual mahasiswa (minat membaca, membuat karya tulis, berdiskusi, penelitian) dapat dikembangkan melalui forum kajian ilmiah mahasiswa (FKIM) STIT Iqra' Kapuas Hulu . UKM ini telah menerbitkan buletin jumat dan buletin AL –Fajr. Pendamping keagamaan kampus juga menjadi salah satu pendukung kompetensi keilmuan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu. Program ini bertujuan memberikan bekal ilmu sosial dan keagamaan bagi mahasiswa sebagai bahan penunjang kelak ketika hidup bermasyarakat. Sebagai kajian mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

Di Kapuas Hulu ada begitu banyak lulusan Sekolah Menengah Atas, baik itu SMA, SMK, dan juga MA, namun yang ingin melanjutkan ke perguruan tinggi agama sangat sedikit, karena kebanyakan calon mahasiswa ingin melanjutkan ke perguruan tinggi, yang bukan perguruan tinggi agama. Pentingnya akan pendidikan agama tidak jadi pertimbangan, karena calon mahasiswa ingin melanjutkan ke perguruan tinggi yang lebih baik, yang memiliki infrastruktur dan akreditasi yang lebih baik. Berikut akan ditampilkan Tabel 1.1 tentang data kelulusan Sekolah Menengah Atas dan yang setara dengannya yang ada di Kapuas Hulu.

Tabel 1.1
Data Kelulusan SMA, SMK dan MA Kabupaten Kapuas Hulu
Tahun Ajaran 2014-2016

Tahun Ajaran	SMA	SMK	MA	TOTAL
2014-2015	1.395	157	172	1.688
2015-2016	1.628	163	208	1.999
2016-2017	1.786	163	208	2.157

Sumber: Data Kelulusan Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Kapuas Hulu Tahun 2017

Tabel 1.1 menunjukkan pada Tahun 2014 jumlah lulusan SMA, SMK, dan MA berjumlah 1.688 orang. Mengalami kenaikan 34 %, pada Tahun 2015, dan pada Tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 36%. Jika dilihat dari jumlah kelulusan SMA, SMK, dan MA, yang terus meningkat setiap tahunnya, maka jumlah yang kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu harusnya tidak sedikit. Jumlah yang kuliah di sekolah tinggi ilmu tarbiyah Iqra` kapuas hulu tidak sampai dengan angka 10%. Jumlah selain ini lah yang kemudian mendaftar di perguruan tinggi yang ada di Kalbar, bahkan ada juga yang melanjutkan ke perguruan tinggi di luar daerah atau di luar pulau Kalimantan Barat.

Di Kabupaten Kapuas Hulu juga terdapat perguruan tinggi, antara lain: Universitas Terbuka (UT) Putussibau dan Polnep Putusibau. Polnep Putusibau baru berdiri satu tahun, dan belum memiliki gedung sendiri. Untuk perkuliahan mereka masih minjam gedung SMKN 1 Putusibau. Sedangkan Universitas Terbuka atau yang disingkat UT ini sudah berdiri sejak lama, dan

belum memiliki gedung sendiri. Kedua perguruan tinggi inilah yang menjadi pilihan lain dari siswa – siswi di Kapuas Hulu, selain Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu. Banyak juga calon mahasiswa perguruan tinggi yang memilih melanjutkan ke perguruan tinggi di luar daerah, bahkan ada juga yang memilih kuliah di luar pulau Kalimantan, berikut akan ditampilkan Tabel 1.2 tentang mahasiswa baru yang kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu

Tabel 1.2
Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu
Jumlah Mahasiswa Baru
Tahun Akademik 2014-2016

Tahun akademik	Mahasiswa daftar	Mahasiswa diterima
2014 -2015	27	27
2015 -2016	20	20
2016 -2017	20	20

Sumber: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, 2017

Adapun Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa baru pada Tahun 2014 sebanyak 27 orang, dan mengalami penurunan sebesar 5,4% pada Tahun 2015. Sedangkan di Tahun 2016 sama dengan jumlah mahasiswa baru pada Tahun 2015 berjumlah 20 orang, dan tidak mengalami kenaikan dan penurunan. Jika dilihat dari banyaknya siswa yang lulus sekolah menengah atas dan setaranya, maka jumlah ini belum memadai, karena jumlah ini tidak sesuai dengan daya tampung kelas yang melebihi 20 orang mahasiswa. Dalam

setiap kelas berisikan 30 kursi, namun yang terisi hanya 20 kursi. Berikut ini akan disajikan Tabel 1.2 mengenai mahasiswa yang diluluskan atau diwisuda

Tabel 1.3
Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu
Jumlah Mahasiswa aktif dan yang Diluluskan
Tahun Akademik 2014-2016

Tahun akademik	Mahasiswa aktif	Jumlah Wisuda
2014-2015	190	199
2015-2016	165	-
2016-2017	150	58

Sumber: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, 2017

Tabel 1.3 menunjukkan jumlah mahasiswa wisuda Tahun 2014 berjumlah 199 orang, pada Tahun 2016 berjumlah 58 orang, atau menurun sebanyak 62,64%. Pada Tahun 2015 tidak ada pelaksanaan wisuda, hal ini karena masih kurangnya mahasiswa yg lulus di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu. Jumlah mahasiswa yang aktif kuliah di Tahun 2014 berjumlah 190 orang, di Tahun 2015 berjumlah 165, dan pada Tahun 2016 berjumlah 150 orang.

Keputusan mahasiswa memilih kuliah juga sangat berpengaruh terhadap kualitas SDM, selain melihat akreditasi dan harga yang ditawarkan oleh pihak manajemen kampus, calon mahasiswa atau konsumen juga melihat kualitas dari tenaga pengajar, tenaga pengajar sangat berperan dalam menentukan kualitas dan mutu pendidikan. Berikut akan disajikan Tabel 1.3

tentang SDM atau tenaga pengajar kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

Tabel 1.4
Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu
Jumlah Dosen dan Pengelola
Tahun Akademik 2014-2016

Tahun akademik	S1	S2	S3	Total
2014-2015	0	9	1	10
2015-2016	0	9	1	10
2016-2017	0	14	2	16

Sumber: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, 2017

Adapun Tabel 1.4 menunjukkan jumlah dosen dan pengelola di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah iqra` Kapuas Hulu pada Tahun 2014 dan 2015 berjumlah 10 orang, dengan latar pendidikannya S2 9 orang, dan S3 1 orang. Tahun 2016 bertambah satu orang dosen S3, dan S2 6 orang, dengan jumlah dosen menjadi 14 orang. Sekarang dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu terdiri dari 7 orang dosen tetap, dan 3 orang dosen tidak tetap, serta 6 orang dosen yang baru menyelesaikan pendidikan S2, yang sekarang menjadi pegawai atau pengelola kampus. Dosen inilah yang akan di persiapkan untuk mengajar fakultas baru, yang akan ditambah oleh yayasan kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` kapuas Hulu. Mutu dan kualitas SDM sangat berpengaruh terhadap perkembangan kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, karena mempengaruhi minat calon mahasiswa.

Bauran pemasaran harga adalah salah satu faktor yang berpengaruh dalam mencapai tujuan manajemen kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Kapuas Hulu, untuk meningkatkan bauran pemasaran dan membangun hubungan dengan masyarakat, penetapan harga juga Jadi pilihan masyarakat dalam memilih kuliah pada perguruan tinggi yang ditawarkan oleh manajemen kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, harga akan mempunyai posisi yang kuat dari persaingan perusahaan terhadap suatu produk yang ditawarkan pada konsumen. Berikut akan ditampilkan Tabel 1.5 tentang harga SPP dan daftar ulang yang di tawarkan Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu

Tabel 1.5
Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu
SPP Dan Uang Gedung
(Dalam Rupiah)
Tahun Akademik 2014-2016

Tahun akademik	Uang Gedung	SPP	Jumlah
2014-2015	500.000	1.300,000	1.800,000
2015-2016	500.000	1.400,000	1.900,000
2016-2017	500.000	1.500,000	2.000,000

Sumber: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, 2017

Berdasarkan harga SPP dan uang gedung yang ditawarkan Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, di Tahun 2014 yaitu 1.300,000, Tahun 2015 yaitu 1.400,000, dan Tahun 2016 berjumlah 1.500,000 persemester, harga ini tidak terlalu besar, tentu saja harga tersebut bisa bersaing dengan kampus lain, hal ini bisa menarik minat mahasiswa yang

akan memilih kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu. sehingga peminat kuliah dikampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu bisa bertambah. Namun jumlah mahasiswa yang kuliah semakin menurun, apabila dilihat dari jumlah mahasiswa baru yang mendaftar dan diterima di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

fasilitas juga jadi penunjang kegiatan belajar mengajar di kampus, Adapun fasilitas yang dimiliki Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu antara lain:

1. Kelas = 8
2. Wifi
3. Kipas angin = 8
4. Kursi = 30 dalam setiap kelas
5. LCD proyektor = 8
6. Perpustakaan
7. Musholla

Berdasarkan fasilitas di atas dapat kita ketahui bahwa setiap kelas berisikan 30 kursi, dan dilengkapi dengan lcd proyektor atau disebut infocus, fasilitas ini memudahkan dosen dalam menyampaikan materi kepada mahasiswa. Setiap kelas juga dipasang kipas angin, agar mahasiswa merasa nyaman dalam belajar. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu juga dilengkapi fasilitas perpustakaan dan wifi, hal ini memudahkan mahasiswa dalam mengakses jaringan internet, memudahkan mahasiswanya dalam proses

mencari materi kuliah. Fasilitas Musholla juga terdapat di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, untuk memudahkan bagi mahasiswanya dalam beribadah. Bauran pemasaran adalah salah satu faktor yang berpengaruh dalam mencapai tujuan manajemen kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, untuk meningkatkan bauran pemasaran dan membangun hubungan dengan masyarakat, penetapan harga juga Jadi pilihan masyarakat dalam memilih kuliah pada perguruan tinggi yang ditawarkan oleh manajemen kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu. Daya tampung kelas berjumlah 30 orang, untuk itu pihak manajemen kampus menyediakan kursi sebanyak 30 buah.

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu Cuma terdapat satu produk, yaitu program studi S1 Pendidikan Agama Islam. Pihak manajemen kampus masih berusaha menambah program studi yang baru, beberapa dosen sudah disiapkan untuk menjadi tenaga mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Kapuas Hulu. Proses administrasi dan registrasi di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu sangat efisien, mulai dari mendaftar, mengikuti tes, proses perkuliahan, bimbingan skripsi, proses kelulusan, hingga pengambilan ijazah. Hal ini dilakukan demi menjaga kenyamanan dan kemudahan bagi mahasiswa yang kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu. Lokasi kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Kapuas Hulu berada dekat dengan pusat kota, sehingga sangat mudah dijangkau. Di

sekitar kampus juga terdapat rumah BTN, rumah kontrak, dan kos, sehingga memudahkan bagi mahasiswa yang jauh dari orang tuanya untuk mencari tempat tinggal di dekat kampus.

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu juga sudah memiliki gedung sendiri, sehingga mahasiswa merasa nyaman belajar tanpa harus bergantian jam masuk, seperti beberapa tahun sebelumnya ketika masih numpang kuliah di gedung SMKN 1 Putussibau. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu memiliki 8 Ruang kuliah, yang di berisi 30 kursi dan lengkapi dengan kipas angin dan lcd Proyektor, Fasilitas ini diberikan agar mahasiswa merasa nyaman dalam belajar. Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu memiliki perpustakaan lumayan besar, dan memiliki buku yang lengkap berdasarkan kebutuhan membaca mahasiswanya. Terkait dengan promosi yang sudah dilakukan oleh manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu yaitu:

1. Menyebarkan brosur
2. Memasang spanduk di tempat-tempat strategis
3. Melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah
4. Mengadakan kegiatan kampus seperti PKL dan PPL
5. Mengadakan kegiatan di masyarakat seperti baksos dan pesantren kilat

Ada 5 upaya yang sudah dilakukan pihak manajemen kampus dalam mengembangkan produk yang ditawarkan. Produk yang ditawarkan dari

kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah kapuas Hulu yaitu fakultas Pendidikan Agama Islam atau Guru PAI. Pihak manajemen kampus sudah berupaya dalam memasarkan produknya, namun jumlah mahasiswa yang masuk masih belum memadai. Mungkin disebabkan dari sasaran pemasaran yang belum tepat, atau mungkin metode pemasarannya yang belum tepat.

Berdasarkan uraian di atas, menunjukkan bahwa bauran pemasaran atau strategi pemasaran merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa layanan, maka penulis mengambil judul **"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra`Kapuas Hulu"** .

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang diuraikan di atas, maka penulis membatasi masalah hanya pada pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan mahasiswa kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra`

Kapuas Hulu. Sedangkan variabel yang akan diteliti adalah produk, harga, promosi dan tempat. Sedangkan jenis jasa yang akan dianalisis adalah jasa tentang keputusan mahasiswa memilih kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu. Adapun tahap-tahap yang akan dilakukan oleh calon mahasiswa yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. 5 tahap inilah yang menentukan seseorang dalam memutuskan pilihannya.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan memilih kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam menambah wawasan dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

Penulis berharap agar penulisan ini dapat berguna sebagai masukan dan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak manajemen dalam mengevaluasi dan menyusun

kebijakan yang tepat bagi Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, sebagai masukan strategi yang tepat dalam melakukan promosi kampus, untuk menarik konsumen dimasa yang akan datang dan berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen yang telah ada.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan bagi mahasiswa yang akan mengkaji lebih dalam mengenai pemasaran.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan inti sari dari teori yang telah dikembangkan yang dapat mendasari perumusan hipotesis Teori yang telah dikembangkan dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah yang menyatakan hubungan antar variabel berdasarkan pembahasan teoritis.

Menurut Sugiyono (2004:42), “Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Kerangka pemikiran menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Pertautan antara variabel itu selanjutnya akan dirumuskan dalam bentuk paradigma penelitian. Jadi kerangka pemikiran merupakan sintesa hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan.

Menurut Kotler (2004:18), “Bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan

untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran”. Penambahan unsur bauran pemasaran jasa dilakukan antara lain karena jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk, yaitu tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, beraneka ragam dan mudah lenyap. Untuk jasa sebaiknya menggunakan 4P yaitu, produk (*Product*), harga (*Price*), promosi (*Promotion*), dan tempat (*Place*).

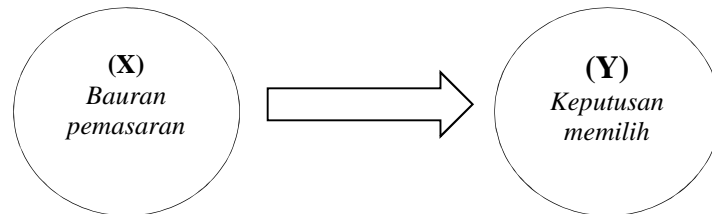
Menurut Philip Kotler (2009:184):“Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan”.

Proses keputusan pembeli tersebut menurut Kotler dan Keller (2009 : 185) antara lain: 1) pengenalan masalah; 2) pencarian informasi; 3) evaluasi alternative; 4) keputusan pembelian; 5) perilaku pasca pembelian.

Seluruh 5 (lima) tahap di atas berlaku untuk semua pembelian yang dilakukan. Tetapi dalam pembelian yang lebih rutin, konsumen sering menghilangkan atau membalik urutan beberapa tahap ini. Sebagai contoh, seorang wanita membeli merek pasta gigi yang biasa dipakainya akan mengakui kebutuhan ini dan melangkah ke tahap keputusan pembelian, menghilangkan tahap pencarian informasi dan evaluasi.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat penulis tuangkan dalam gambar berikut:

Gambar 1.1
Kerangka pemikiran



Keterangan:

1. Variabel bebas adalah X = Bauran pemasaran, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (Y).
2. Variabel terikat adalah Y = Keputusan memilih kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif, yaitu menggambarkan keadaan bauran pemasaran sehingga dalam penelitian ini mendapatkan kesimpulan.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

1) Observasi.

Menurut Djaelani (2004:44) Observasi ialah: “Pengumpulan data secara sistematis melalui pengamatan dan pencatatan secara langsung”. Observasi ini digunakan untuk

mengamati kegiatan yang terwujud dalam aktivitas sehari-hari di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu, seperti kegiatan perkuliahan.

2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2007:165) kuesioner merupakan: “Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”, dimana yang menjadi responden adalah mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah data yang diperoleh dari pihak Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu yang berupa data jumlah mahasiswa yang mendaftar dan mahasiswa yang lulus.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:148) Populasi adalah: “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Kaitannya dengan batasan tersebut, Populasi dalam penelitian ini

adalah seluruh mahasiswa yang kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2013:149), “Sampel adalah sebagian dari populasi”. Tujuan dari pengambilan sampel ini adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objeknya hanya dengan mengamati sebagian dari populasi. Jadi sampel merupakan bagian dari populasi.

Menurut Sugiyono (2007:91): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Slovin (Umar, 2014 :78).

$$n = \frac{N}{1+N.(e)^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Penggunaan dalam penelitian ini adalah 10%

$$\text{Sehingga, } n = \frac{1}{1+(1)(0.1)^2} = \frac{1}{1.01} = 9$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka peneliti mengambil 100 responden. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive*

sampling, dengan syarat sebanyak 100 orang mahasiswa angkatan 2014-2016 yang masih aktif di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.

4. Teknik Analisis Data

a. Uji instrumen

1) Uji validitas

Menurut Sugiyono (2013:363), “Uji validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dioperasikan oleh peneliti. Diketahui valid apabila korelasi di atas 0,256 (1%)”. Untuk mengukur kevalidan kuesioner, peneliti menggunakan program *software SPSS Statistic 17 for windows*.

2) Uji Reliabilitas

Arikunto (2006:154) menyatakan “Reabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan melihat nilai *cronbach`s alpha*. Instrumen dikatakan reabel jika memiliki koefisien *cronbach`s alpha* sama dengan 0,60 atau lebih.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis linier sederhana merupakan analisis hubungan yang melibatkan variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat/tidak bebas (*dependen*).

Dari hubungan tersebut akan dicari bentuk hubungannya dengan tujuan prediksi mengenai nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui atau ditentukan. Adapun persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini dituliskan sebagai berikut.

$$Y = a + b X$$

Dimana:

a = Intercept

b = Koefisien Regresi

X = Bauran Pemasaran

Y = Keputusan Pembelian

4. Analisis Koefisien Korelasi (R)

Analisis korelasi (R) berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kekuatan hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain. Jadi, analisis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan hubungan antara *bauran pemasaran* terhadap keputusan mahasiswa kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu. Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung nilai koefisien korelasi menurut Natawiria dan Riduwan (2010:60) adalah sebagai berikut:

$$r_x = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_x : Koefisien korelasi

X: Bauran pemasaran

Y: Keputusan Konsumen

n: Jumlah responden

Adapun pedoman untuk menginterpretasikan nilai koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 1.7
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Terhadap Koefisien Korelasi (r)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat kuat
0,20 – 0,399	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,60 – 0,799	Rendah
0,80 – 1,000	Sangat Rendah

Sumber: Natawiria dan Riduwan (2010)

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel bebas bauran pemasaran terhadap variasi naik turunnya variabel terikat keputusan menggunakan jasa sekolah tinggi ilmu tarbiyah Iqra` tersebut. Rumus yang dapat digunakan untuk mencari nilai determinasi menurut Riduwan (2010:61) yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana: KD = Nilai Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

6. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh *bauran pemasaran*. Dimana jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau model regresi linier sederhana tersebut dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh *bauran pemasaran*. Dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima artinya model regresi linier sederhana tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh *bauran pemasaran*. Tarif signifikan yang digunakan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Jika $Sig > \alpha (0,05)$, H_0 diterima H_a ditolak

Jika $Sig < \alpha (0,05)$, H_0 ditolak H_a diterima

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki umur antara 21-30 tahun, berjenis kelamin perempuan, status sekolah asal Negeri, mahasiswa angkatan 2014 dan angkatan di atas 2014. Berdasarkan Uji kelayakan model kita dapat mengetahui bahwa model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.
2. Hasil uji regresi linier sederhana yang telah dilakukan menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu. Artinya, jika semakin baik kebijakan bauran pemasaran yang dilakukan oleh pihak manajemen kampus, maka keputusan mahasiswa untuk kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu juga akan semakin meningkat.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Manajemen kampus Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu hendaknya dapat terus menambah jurusan, agar lebih menarik minat mahasiswa yang akan kuliah. Supaya mereka mempunyai pilihan jurusan yang lebih menarik sesuai dengan keinginannya.
2. Pihak kampus hendaknya dapat terus memperhatikan masalah penetapan harga dengan tetap memperhatikan harga dari kampus pesaing, agar harga dapat memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah pada Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu.
3. Pihak kampus sebaiknya meningkatkan kualitas promosi kampus yang selama ini sudah dilakukan dengan baik, agar keputusan mahasiswa memilih kuliah pada Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Iqra` Kapuas Hulu meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan**, *Manajemen Pemasaran* , Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Dajan Anto**, *Pengantar Metode Statistik*, Jakarta, 2000
- Ghozali, imam**. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*,
Badan Penerbit: Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip**. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta:
PT. Prebalindo.
- Kotler, Philp**. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jild Satu, Edisi Keduabelas,
Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip**. 2009. *Manajemen Pemasaran Terj. Bob Sabran*, 13 Jilid 1 dan 2,
Penerbit: Erlangga
- Kotler, Philip**. *Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga, 2007
- Kotler, philip.**, 2009, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta.
- Kotler, Philip**, 2014, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Penerbit PT.
Prehallinda, Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry**, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1,
Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip**, 2004, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*, Penerbit PT.
Prehallinda, Jakarta.
- Natawiria, Asep Suryana, dan Riduwan**. 2010. *Statistika Bisnis*. Bandung:
Alfabeta.
- Nucholifah, Ita**. 2012. *Manajemen pemasaran*. Pontianak: STAIN Pontianak
Press
- Ratih Hurriyati, (2010)**. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.
Bandung: Alfabeta
- Sugiyono**, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung, CV Alfabeta, 2007.
- Sugiyono**. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:
Alfabeta.
- Sugiyono**. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam. Bandung. Penerbit:
Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metodo penelitian Kuantitatif dan R&D.* Bandung :

Alfabeta

Undang – Undang Dasar RI N0. 12, 2012. Sistem Pendidikan Nasional, Bandung

Fokus Media