

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH KAMPUS STIE WIRA BHAKTI**



OLEH :

ANDI SALSABILA

02220190124

Program Studi Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap
Keputusan Mahasiswa Memilih Kampus
Stie Wira Bhakti

Nama Mahasiswa : Andi Salsabila

Nim : 022 2019 0124

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan/Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

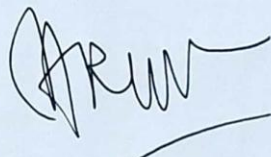
Dasar Penetapan Pembimbing : 2989/A.47/UMI/VIII/2023

Disahkan Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Sabri Hasani, SE., MM

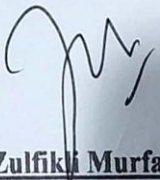

Dr. Hj. Andi Nirwana Nur, S.E., MM

Mengetahui

Dekan

Ketua Jurusan


Prof. Dr. Mursalin Laekkeng, ASEAN CPA


Moh. Zulfikri Murfat, S.Kom., SE., MM

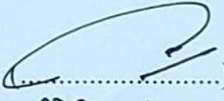
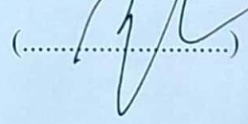
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KAMPUS
STIE WIRA BHAKTI

NAMA MAHASISWA : ANDI SALSABLA
STB. : 022 2019 0124
JURUSAN/PRODI : Manajemen
KONSENTRASI : Pemasaran
DASAR PENETAPAN PEMBIMBING : SK Dekan No.
TANGGAL KELULUSAN :

Disahkan Oleh

Komisi Penguji

Dr. Sabri Hasan, SE., MM	(Ketua)	
Dr. Hj. Andi Nirwana Nur, S.E., MM	(Anggota)	
Dr. Arifin, S.E., M.P.	(Anggota)	
Ajmal A, SE., MM	(Anggota)	

Mengetahui :
Dekan



Prof. Dr. Mursalim Laekkeng, SE., M.Si., Ak., CA., CPAI., CPA., CSP., CSRS., ASEAN., CPA

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Konseptual.....	19
D. Hipotesis	21
METODE PENELITIAN	22
A. Pendekatan Penelitian.....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
C. Jenis dan Sumber Data.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Populasi dan Sampel	24
F. Metode Analisis Data	25
G. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	29
BAB IV	32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Hasil Penelitian.....	32
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	39
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Normalitas	42
b. Uji Multikolinieritas	43
c. Uji Heteroskedastisitas	44
D. Hasil Uji Hipotesis.....	45
E. Pembahasan.....	49
BAB V	53
KESIMPULAN DAN SARAN	53
A. Kesimpulan.....	53

B. Saran	53
C. Sistematika Penulisan	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu	16
2.	Skala Pengukuran.....	31
3.	Hasil Pengumpulan dan Tingkat Pengembalian Kuesioner	32
4.	Responden berdasarkan usia	33
5.	Jenis Kelamin	33
6.	Frekuensi/persentase variabel produk	34
7.	Frekuensi/persentase variabel variabel harga.....	35
8.	Frekuensi/persentase variabel lokasi	36
9.	Frekuensi/persentase variabel promosi	37
10.	Frekuensi/persentase variabel keputusan mahasiswa.....	38
11.	Hasil uji validitas.....	39
12.	Hasil uji validitas.....	40
13.	Hasil uji validitas.....	40
14.	Hasil uji validitas.....	41
15.	Hasil uji validitas.....	41
16.	Hasil Uji Reliabilitas	42
17.	Uji Multikolinieritas.....	44
18.	Analisis regresi linier berganda.....	46
19.	Uji koefisien determinasi	47
20.	Uji T	48

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Konseptual	20
2.	Normalitas data	43
3.	Grafik scatterplot	45