**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN STUDI DI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA**

Oleh :

Khairunnisa

12051096

Program Studi Manajemen

Univesitas Mercu Buana Yogyakarta

**ABSTRAK**

 Penelitian ini terletak di Kampus II Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa pendidikan melalui empat faktor yaitu, *Product, Price, Promotion dan Physical Evidence.* Adapun jumlah yang menjadi kuisioner adalah 144 mahasiswa dengan menggunakan kuisioner. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian ini ,menunjukkan bahwa: a) *Product* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan jasa pendidikan, hasil ini dibuktikan dengan menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,146 > 0,05. Dengan demikian kualitas produk lebih ditingkatkan, maka keputusan mahasiswa menggunakan jasa pendidikan lebih meningkat. b) *Price* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa pendidikan, hasil ini dibuktikan dengan menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,720 > 0,05, dengan demikian harga mempunyai pengaruh harga tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengunakan jasa pendidikan. c) *Promotion* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan jasa pendidikan, hasil ini dibuktikan dengan menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,000 > 0,05, dengan demikian promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa pendidikan. d) *Physical Evidence* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa pendidikan, hasil ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 > 0,05, dengan demikian bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa pendidikan.

**Kata Kunci : *Product, Price, Promotion,* Keputusan menggunakan jasa pendidikan**

***SERVICE MARKETING MIX EFFECT ON THE DECISION IN THE STUDY
MERCU BUANA UNIVERSITY YOGYAKARTA***

 *by:*

 *Khairunnisa*

 *12051096*

 *Program Management Studies*

*University of Mercu Buana Yogyakarta*

***ABSTRACT***

*This research is located in the Campus II University of Mercu Buana Yogyakarta. Decision of students in the use of educational services through four factors namely, Product, Price, Promotion and Physical Evidence. The number that is the questionnaire is 144 students using questionnaires. The method in this study using qualitative and quantitative analysis. The results of this study show that: a) Product does not have a positive and significant impact on student's decision to use the services of education, these results proved to generate significant value of 0.146> 0.05. Thus product more quality improved, then the student's decision to use education services increased. b) Price does not have a positive and significant impact on the decision to use the services of education, is evidenced by the results of generating significant value of 0.720> 0.05, thus prices have influence prices do not have a positive effect and significant decisions using educational services. c) Promotion has a positive and significant impact on student's decision to use the services of education, is evidenced by the results of generating significant value of 0.000> 0.05, thus the promotion of positive influence on the decision to use the services of education. d) Physical Evidence has a positive and significant impact on the decision to use the services of education, is evidenced by the results of significant value of 0.000> 0.05, thus the effect on the physical evidence decisions using educational services.****Keywords: Product, Price, Promotion, decision to use education services***