



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TINGGI  
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS  
ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO**

*(THE EFFECT OF HIGHER EDUCATION SERVICE MARKETING MIX  
OF STUDENTS SATISFACTION  
ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO UNIVERSITY)*

**T E S I S**

**Oleh  
SENAIN  
NPM : 090920101025**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINISTRASI KONSENTRASI  
ADMINISTRASI PUBLIK JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TINGGI  
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS  
ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO**

*(THE EFFECT OF HIGHER EDUCATION SERVICE MARKETING MIX  
OF STUDENTS SATISFACTION  
ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO UNIVERSITY)*

**T E S I S**

**Diajukan guna tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk  
menyelesaikan Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Administrasi (S2) dan  
mencapai gelar Magister Ilmu Administrasi**

**Oleh  
SENAIN  
NPM : 090920101025**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINISTRASI KONSENTRASI  
ADMINISTRASI PUBLIK JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**

## PERSEMBAHAN

Dengan mengharapkan ridlo dan berkah dari Alloh Swt. kupersembahkan Tesis ini saya persembahkan ini kepada:

1. Istri tercinta ( Farida Hanum) yang selalu memberikan doa dan kasih sayang.
2. Anakku tersayang (Rizqiah Rhamadhni) terimakasih atas keiklasannya dalam mendoakan bapak dalam *tolabul ilmi* di Program Pasca sarjana Universitas Jember.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan di Kampus Universitas Jember dan di Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.

## **MOTTO**

*“Kearifan adalah harta orang yang beriman yang hilang  
Maka Carilah Ia Sekalipun Dari Orang Musyrik,  
Karena Engkau Lebih Berhak Memilikinya, Dari Yang Lain.  
Ambillah Hikmah Dari Siapa Saja Yang Membawanya Kepadamu.  
Lihatlah Apa yang Dikatakan, Tapi Bukan Siapa Yang Menyatakan “  
(Ali Bin Abi Thalib)*

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SENAIN

NIM : 090920101025

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TINGGI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 Juni 2012

Yang menyatakan,

SENAIN  
NIM: 090920101025

**TESIS**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TINGGI  
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS  
ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO**

*(THE EFFECT OF HIGHER EDUCATION SERVICE MARKETING MIX  
OF STUDENTS SATISFACTION  
ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO UNIVERSITY)*

Oleh

Senain

NPM : 090920101025

Dosen Pembimbing Utama : DR. Sasongko, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Didik Eko Julianto, MAB

## LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo”** telah disetujui pada :

Hari, tanggal : Jum’at, 22 Juni 2012

Tempat : FISIP Universitas Jember

Oleh

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Anggota

Dr. Sasongko, M.Si  
NIP. 19610722 198902 1 001

Drs. Didik Eko Julianto, MAB  
NIP. 19570407 198609 1 001

Mengetahui:  
Ketua Program Studi

Dr. Akhmad Toha, M.Si  
NIP. 19571227 198702 1 001

## PENGESAHAN

Tesis berjudul (dalam bahasa Indonesia): **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TINGGI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO”**

(dalam bahasa Inggris): *(THE EFFECT OF HIGHER EDUCATION SERVICE MARKETING MIX OF STUDENTS SATISFACTION ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO UNIVERSITY)* telah diuji dan disahkan pada:

Hari : Jum’at

Tanggal : 22 Juni 2012

Tempat : Ruang Ujian Tesis FISIP Universitas Jember

Tim Penguji  
Ketua,

Dr. Edy Wahyudi, MM  
NIP. 19750825 200212 1 002

Anggota I,

Anggota II,

DR. Sasongko, M.Si  
NIP. 19610722 198902 1 001

Drs. Didik Eko Julianto, MAB  
NIP. 19570407 198609 1 001

Anggota III,

Anggota IV,

Dr. Akmad Toha, M.Si  
NIP. 19601103 198603 2 008

Drs. Poerwanto, MA  
NIP. 19490715 198403 1 001

Mengesahkan  
Dekan,

Prof. DR. Hary Yuswadi, MA  
NIP.19520727 198103 1 003



## RINGKASAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TINGGI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO; S E N A I N, NIM : 090920101025, 2012: 98 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Program Pendidikan Pasca Sarjana Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tujuan studi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor – faktor bauran pemasaran jasa pendidikan tinggi terhadap kepuasan mahasiswa dan untuk menganalisis faktor bauran pemasaran jasa pendidikan mana yang mempunyai pengaruh utama terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih kuliah di Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.

Jenis studi ini adalah explanatory yang terfokus pada hubungan antara variabel-variabel dalam studi ini serta pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Studi ini dilakukan di universitas abdurachman saleh situbondo dengan terfokus pada mahasiswa. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang digunakan adalah data survey dengan maksud untuk menjelaskan (explanatory research) yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan variabel bauran pemasaran jasa terpadu terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbonda. Metode analisis data yang digunakan antara lain uji normalitas data, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

Hasil studi menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel harga mempunyai pengaruh yang negatif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel promosi mempunyai nilai positif atau pengaruh yang positif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel tempat/lokasi mempunyai nilai negatif atau pengaruh yang negatif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel personil mempunyai nilai negatif atau pengaruh yang negatif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel proses mempunyai nilai positif atau pengaruh yang positif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel bentuk fisik mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa semua variable berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa universitas abdurachman saleh situbondo.

Kata kunci : Kepuasan Mahasiswa, Bauran pemasaran Jasa Pendidikan

## SUMMARY

*THE EFFECT OF HIGHER EDUCATION SERVICE MARKETING MIX OF STUDENTS SATISFACTION ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO UNIVERSITY; S E N A I N NIM : 090920101025, 2012: 98 page, Administrative Science Program Post-Graduate Education Program Faculty of Social and Political Sciences University of Jember*

*The purpose of this study is to investigate and analyze the influence of mix factors pemsaran higher education services to the satisfaction of students and to analyze the marketing mix factors which the educational services that have a major influence on satisfaction in choosing a college student at the University of Abdurachman Saleh Situbondo.*

*Explanatory type of study is focused on the relationship between the variables in this study and the testing of hypotheses have been formulated before. The study was conducted at the university Abdurachman pious Situbondo with focus on student. The data used are primary and secondary data used is the survey data in order to explain the (explanatory research) that aims to describe and explain the marketing mix variables of integrated services to the satisfaction of university students and loyalititas Situbondo Abdurachman Saleh. Data analysis methods are used, among others, test for normality of data, multiple linear regression analysis, testing and testing hopotesis classical assumptions.*

*The study shows that the variable products have a positive influence on student satisfaction. price variable has a negative effect on student satisfaction. variable has a positive value or the promotion of a positive influence on student satisfaction. variable spot / location has a negative value or a negative influence on student satisfaction. personnel variables have a negative value or a negative influence on student satisfaction. process variables have a positive value or a positive influence on student satisfaction. physical variables have a positive influence on student satisfaction. Based on the results of data analysis can be concluded that all variables have a significant effect on college student satisfaction Abdurachman Situbondo pious.*

*Keywords: Student Satisfaction, marketing mix, educational services*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. Atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TINGGI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO ". Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata dua (S2) pada Program Studi Magister Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Penyusun tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Sasongko, M.Si selaku Dosen Pembimbing utama, Drs. Didik Eko Julianto, MAB selaku Dosen Pembimbing anggota yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan tesis ini;
2. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang juga telah bersedia memberikan waktu dan masukan yang berguna bagi penulisan tesis ini;
3. Seluruh Dosen dan staf administrasi program pascasarjana Unej.
4. Teman-teman MIA 2009 yang senantiasa memberikan masukan dan dukungan kepada penulis.
5. Civitas akademika Universitas Abdurachman Saleh Situbondo yang telah memberikan izin sebagai tempat penelitian;
6. Semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu, terima kasih atas dorongan semangat dan doanya.

Jember, 22 Juni 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>SUMMARY</b> .....	ix
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.2 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Pemasaran Jasa.....	11
2.1.3 Karakteristin dan Sifat-sifat Khusus Jasa.....	12
2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa.....	14
2.1.5 Strategi Pemasaran Jasa.....	25
2.1.6 Citra Terhadap Lembaga.....	27
2.2 Teori Tentang Kepuasan Pelanggan.....	30

2.2.1	Pengertian Kepuasan.....	30
2.2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat Kepuasan.....	32
2.2.3	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	33
2.3	Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
2.4	Kerangka Konseptual.....	36
2.5	Hipotesis.....	38
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1	Pendekatan Penelitian.....	40
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
3.3.1	Jenis Data.....	44
3.3.2	Sumber Data.....	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5	Identifikasi Variabel Operasional.....	45
3.5.1	Definisi Variabel Operasional.....	46
3.5.2	Teknik Pengukuran.....	57
3.6	Lokasi Penelitian.....	57
3.7	Metode Analisa Data.....	58
3.7.1	Model Regresi Linier Berganda.....	58
<b>BAB 4.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....</b>	
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	67
4.1.1	IDENTITAS UNIVERSITAS.....	68
4.1.2	VISI DAN MISI, TUJUAN PENDIDIKAN.....	70
4.1.3	Keadaan Demografi.....	71
4.1.5	Pembagian Tugas UNARS.....	71
4.2	Hasil Penelitian.....	81
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	82
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	83
4.2.3	Analisis Regresi Berganda.....	84
4.2.4	Analisis Varian Garis Regresi.....	87
4.2.5	Uji Hipotesis Secara Simultan.....	88

4.2.6 Uji Hipotesis Secara Parsial.....	88
4.2.7 Pengujian Asumsi Klasik.....	90
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	94
5.2 Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenjang Pendidikan Dosen Universitas Abdurachman Saleh Situbondo (UNARS) Tahun 2007-2010	5
Tabel 1.2	Data Jumlah Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2007/2008sampai 2009/2010	7
Tabel 2.1	Alternatif Didefinisi Kepuasan Pelanggan	31
Tabel 3.1	Populasi Sasaran Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2007/2008 sampai 2009/2010	41
Tabel 3.2	Distribusi sampel Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2007/2008sampai 2009/2010	42
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Penelitian	51
Tabel 4.1	Data Jumlah Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2007/2008sampai 2009/2010	72
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Produk (X1) dari Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	82
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Produk (X2) dari Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	83
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Promosi (X2) dari Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	84
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Tempat/Lokasi (X4) dari Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	84
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Personil (X5) dari Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	85
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Proses (X6) dari Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	86
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Bentuk Fisik (X2) dari Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	86
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Atribut Kepuasan Mahasiswa (Y) dari Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	87
Tabel 4.10	Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	88
Tabel 4.11	Rekapitulasi Pengaruh Variabel Bebas (X) terhadap Variabel Terikat (Y)	90
Tabel 5.12	Hasil Pengujian Multikolinearitas Variabel Independen	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Perbedaan Konsep penjualan dan Konsep Pemasaran.....	10
Gambar 2.2: Konsep Kepuasan Pelanggan.....	32
Gambar 2.3: Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 2.4 struktur organisasi Unuversitas Abdurachman Saleh Situbondo...	81
Gambar 4.5 Scatterplot.....	92
Gambar 4.6 Grafik Uji Normalitas .....	93



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Daftar pertanyaan kuisisioner

Lampiran 2 : Hasil analisis *SPSS*

Lampiran 3 : Data Dosen Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Filename: COVER 27  
Directory: G:\SENAIN TESIS OK  
Template: C:\Users\senain\AppData\Roaming\Microsoft\Templates\Normal.dotm  
Title:  
Subject:  
Author: ACER  
Keywords:  
Comments:  
Creation Date: 5/19/2010 4:29:00 PM  
Change Number: 98  
Last Saved On: 8/16/2012 11:25:00 AM  
Last Saved By: FAK FISIP-UNEJ  
Total Editing Time: 1,333 Minutes  
Last Printed On: 8/31/2012 8:25:00 PM  
As of Last Complete Printing  
Number of Pages: 17  
Number of Words: 2,287 (approx.)  
Number of Characters: 13,041 (approx.)

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TINGGI TERHADAP  
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH  
SITUBONDO

S E N A I N

Program Studi Ilmu Administrasi Program Pendidikan Pasca Sarjana

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Jember

**ABSTRAKSI**

Tujuan studi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor – faktor bauran pemasaran jasa pendidikan tinggi terhadap kepuasan mahasiswa dan untuk menganalisis faktor bauran pemasaran jasa pendidikan mana yang mempunyai pengaruh utama terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih kuliah di Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.

Jenis studi ini adalah *explanatory* yang terfokus pada hubungan antara variabel-variabel dalam studi ini serta pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Studi ini dilakukan di universitas abdurachman saleh situbondo dengan terfokus pada mahasiswa. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang digunakan adalah data survey dengan maksud untuk menjelaskan (*explanatory research*) yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan variabel bauran pemasaran jasa terpadu terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbonda. Metode analisis data yang digunakan antara lain uji normalitas data, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

Hasil studi menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel harga mempunyai pengaruh yang negatif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel promosi mempunyai nilai positif atau pengaruh yang positif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel tempat/lokasi mempunyai nilai negatif atau pengaruh yang negatif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel personil mempunyai nilai negatif atau pengaruh yang negatif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel proses mempunyai nilai positif atau pengaruh yang positif terhadap kepuasan mahasiswa. variabel bentuk fisik mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa universitas abdurachman saleh situbondo.

Kata kunci : Kepuasan Mahasiswa, Produk, Harga, Promosi, Tempat/lokasi, Personil, Proses dan Bentuk Fisik

Filename: ABTRAKS  
Directory: G:\SENAIN TESIS OK  
Template: C:\Users\senain\AppData\Roaming\Microsoft\Templates\Normal.dotm  
Title:  
Subject:  
Author: 08.04.2012  
Keywords:  
Comments:  
Creation Date: 6/18/2012 9:08:00 AM  
Change Number: 6  
Last Saved On: 6/18/2012 11:17:00 AM  
Last Saved By: 08.04.2012  
Total Editing Time: 125 Minutes  
Last Printed On: 8/31/2012 8:23:00 PM  
As of Last Complete Printing  
Number of Pages: 1  
Number of Words: 349 (approx.)  
Number of Characters: 1,994 (approx.)