

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA (*MARKETING MIX*)  
TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH  
SMA REGINA PACIS SURAKARTA  
TAHUN 2015**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

**VERONICA ROSWITA K**

**K7409175**

**PENDIDIKAN EKONOMI**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA**

**2015**

**i**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Veronica Roswita K

NIM : K7409175

Jurusan/ Program Studi : P.IPS/ Pendidikan Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH SMA REGINA PACIS SURAKARTA TAHUN 2015”** ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Selain itu, sumber informasi yang dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Surakarta, Agustus 2015

Yang membuat pernyataan



Veronica Roswita

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA (*MARKETING MIX*)  
TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH  
SMA REGINA PACIS SURAKARTA  
TAHUN 2015  
(Penelitian Kuantitatif)**

**Oleh :  
VERONICA ROSWITA K  
K7409175**

**SKRIPSI  
diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar  
Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
Agustus 2015**

## PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, Agustus 2015

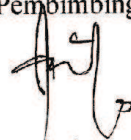
Pembimbing 1



Prof. Dr. Trisno Martono M.M

NIP. 1951 0331 197603 1003

Pembimbing 2



Aniek Hindrayani M.Si

NIP. 1975 1103 200012 2002


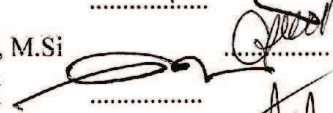

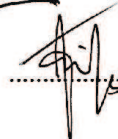
## PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

Pada hari : Senin

Tanggal : 3 Agustus 2015

### Tim Penguji Skripsi

	Nama Terang	Tanda Tangan
Ketua	: Drs. Sunarto, MM	
Sekretaris	: Salman Alfarisy Totalia, S.Pd, M.Si	
Anggota I	: Prof.Dr. Trisno Martono, MM	
Anggota II	: Aniek Hindrayani, SE.,M.Si	

Disahkan Oleh:

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sebelas Maret



Prof. Dr. Joko Nurkamto, M.Pd.  
NIP. 06101241987021001

## ABSTRAK

Veronica. **PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA (MARKETING MIX) TERHADAP KEPUTUSAN KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH SMA REGINA PACIS SURAKARTA TAHUN 2015.** Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Juli 2015.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan siswa memilih sekolah SMA Regina Pacis Surakarta tahun 2015 secara parsial dan simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan analisis regresi ganda. Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa kelas X, XI dan XII SMA Regina Pacis Surakarta yang berjumlah 889 siswa. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 276 sampel, penetapan responden dengan *Probability sampling* yaitu *Proportionate stratified random sampling*.

Dari hasil analisis yang dilakukan, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 3.717 + 0,144 X_1 + 0,159 X_2 + 0,216 X_3 + 0,195 X_4 + 0,244 X_5 + 0,236 X_6 + 0,131 X_7$ . Dilihat dari tingkat signifikannya variabel Produk ( $X_1$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,027, variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,031, variabel promosi ( $X_3$ ) sebesar 0,004, variabel tempat ( $X_4$ ) sebesar 0,038, variabel orang ( $X_5$ ) sebesar 0,022, variabel proses ( $X_6$ ) sebesar 0,026, dan variabel bukti fisik ( $X_7$ ) sebesar 0,021. Pengujian hipotesis dengan uji t yang ditunjukkan ke tujuh variabel independen yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Kemudian, melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik memang layak untuk menguji variabel dependen keputusan pembelian. Angka Adjusted R Square menunjukkan bahwa 58,6% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ke tujuh variabel independen dalam persamaan regresi berganda. Sedangkan sisanya sebesar 41,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar ke tujuh variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Bauran Pemasaran Jasa, Keputusan Siswa Memilih, Strategi Pemasaran

## ABSTRACT

Veronica. **THE INFLUENCE OF SERVICE MARKETING MIX TOWARDS THE DECISION OF STUDENTS IN CHOOSING REGINA PACIS HIGH SCHOOL OF SURAKARTA 2015**. Thesis. Surakarta: Faculty of Teacher Training and Education Sebelas Maret University. July 2015.

The purpose of this research were analyzed and determined the influence of the marketing mix to the decision of students in choosing Regina Pacis high school of Surakarta 2014 partially and simultaneously. This research is quantitative research using descriptive methods and multiple regression analysis. The population in this research is 10th, 11th and 12th grade from Regina Pacis high school of Surakarta, that is as many as 889 students. The samples amount are 276 samples, respondent determination is by using Probability sampling that is Proportionate Stratified Random Sampling.

From the analysis results, regression equation is obtained, that is:  $Y = 3.717 + 0,144 X1 + 0,159 X2 + 0,216 X3 + 0,195 X4 + 0,244 X5 + 0,236X6 + 0,131X7$ . In significant level view of product variable (X1) has the most effect to the purchase decision (Y) of 0,027, price variable (X2) of 0,031, place variable (X3) of 0,004 and promotional variable (X4) of 0,038, people variable (X5) of 0,022, process variable (X6) of 0,026, dan physical evidence variable (X7) of 0,021. Hypothesis testing that use t-test show that all of seven independent variables studied are proved positively and significantly affect to the dependent variable that is the purchase decision. Then through the F test can be found that the variables of product, price, place and promotion are possible to test the dependent variable of purchase decision. Adjusted R Square number show that 58,6% of purchasing decisions variation can be explained by the seven independent variables in the multiple regression equation. While the remaining of 41,4% is explained by other variables outside of the seven variables used in this research.

**Keywords:** Marketing mix, decision student to choose, marketing strategy

## MOTTO

Orang yang menabur sedikit, akan menuai sedikit juga, dan orang yang menabur banyak, akan menuai banyak juga.

*(2 Korintus 9:6)*

Apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan kamu akan menerimanya.

*(Matius 21:22)*

Kritik dapat mengenai sasaran, bila disampaikan dengan kasih sayang

*(Dr. Karen Otazo)*

Bagi dunia mungkin kamu hanyalah seseorang, tetapi bagi seseorang kamu adalah dunianya

*(Penulis)*

Sabar, Sadar dan Wajar

*(Penulis)*



## PERSEMBAHAN

*Teriring rasa puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini penulis persembahkan dengan cinta dan kasih sayang kepada:*

- 1. Mamah Endang dan Papah Giyanto*
- 2. Adik – adik terhebat Novi, Pandu, Agil*
- 3. Mas lehan*
- 4. Sahabat Cimus (Anang, Aristya, Aldo, Dek Fanny, Sherly, Maria, Jenry, Ferry, Laurent)*
- 5. Rempongers (Wiji, Nita, Umi, Rina, Ayu, Saiz)*
- 6. Mas Budi, Mas Bambang, Mba Duta, Mba Evy, Jalu, Angga, Rohmat, Ichwan, Hendra*
- 7. Keluarga besar PTN dan TANIA'09*
- 8. PTN'08, PTN'10, PTN'11, PTN'12*
- 9. Almamater*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan banyak curahan berkat dan kasih sayang-Nya kepada penulis sehingga pada waktunya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH SMA REGINA PACIS SURAKARTA TAHUN 2015”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan yang dimiliki tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa bantuan, saran, dorongan dan perhatian dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini dengan segenap kerendahan hati perkenankan penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Joko Nurkamto, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan izin penyusunan skripsi.
2. Drs. Sunarto, MM selaku Kepala Prodi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan pengarahan dan izin penyusunan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Trisno Martono, M.M selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dorongan dan perhatian dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Aniek Hindrayani, M.Si selaku Pembimbing Akademik dan Pembimbing II yang telah pula memberikan bimbingan, pengarahan, dorongan dan perhatian dengan penuh kesabaran sehingga memperlancar penulisan skripsi ini.
5. Sr. Moekti K. Gondosasmito, OSU, M.Ed selaku Suster Kepala Sekolah SMA Regina Pacis Surakarta yang telah memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian di sekolah

6. Para Guru dan Karyawan SMA Regina Pacis Surakarta yang telah memberikan bantuan baik waktu maupun tenaga guna terlaksananya proses penelitian dari awal hingga selesai.
7. Para siswa SMA Regina Pacis Surakarta yang telah bersedia membantu proses penelitian skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surakarta, Agustus 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGAJUAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
HALAMAN MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Perumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
A. Kajian Teori .....	10
1. Pemasaran .....	10
2. Manajemen Pemasaran .....	11
3. Strategi Pemasaran .....	12
4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
5. Pemasaran Jasa Pendidikan .....	26
6. Perilaku Konsumen .....	28

7. Keputusan Pembelian.....	36
B. Penelitian yang Relevan .....	39
C. Kerangka Berfikir.....	40
D. Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN .....	48
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	48
B. Rancangan Penelitian.....	49
C. Populasi dan Sampel .....	53
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	54
E. Teknik Pengumpulan Data .....	56
F. Validasi Instrumen Penelitian .....	61
G. Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	69
A. Deskripsi Data.....	69
B. Pengujian Prasarat Analisis.....	74
C. Pengujian Hipotesis.....	81
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....	98
A. Simpulan .....	98
B. Implikasi .....	101
C. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	106

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Jumlah Pendaftar dan Diterima .....	2
Tabel 2.1	Tipe – tipe Perilaku Konsumen .....	33
Tabel 3.1	Waktu Penelitian .....	49
Tabel 3.2	Definisi Oprasional .....	51
Tabel 3.3	Jumlah Sampel .....	55
Tabel 4.1	Hasil Pengupulan Data .....	69
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas .....	70
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.4	Deskripsi Data Statitik .....	73
Tabel 4.5	Uji Multikolinearitas .....	75
Tabel 4.6	Uji Autokorelasi .....	77
Tabel 4.7	Uji Linearitas <i>Product</i> dengan Keputusan Memilih .....	78
Tabel 4.8	Uji Linearitas <i>Price</i> dengan Keputusan Memilih .....	78
Tabel 4.9	Uji Linieritas <i>Promotion</i> dengan Keputusan Memilih .....	79
Tabel 4.10	Uji Linieritas <i>Place</i> dengan Keputusan Memilih .....	79
Tabel 4.11	Uji Linieritas <i>People</i> dengan Keputusan Memilih .....	80
Tabel 4.12	Uji Linieritas <i>Process</i> dengan Keputusan Memilih .....	80
Tabel 4.13	Uji Linieritas <i>Physical Evidence</i> dengan Keputusan Memilih .....	81
Tabel 4.14	Koefisien Regresi .....	82
Tabel 4.15	ANOVA .....	85
Tabel 4.16	<i>Coefficients</i> .....	86
Tabel 4.17	<i>Model Summary</i> .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	34
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen.....	35
Gambar 2.3	Tahapan dalam Pengambilan Keputusan.....	37
Gambar 2.4	Kerangka Berfikir.....	46
Gambar 4.1	Histogram Data Responden Berdasarkan Kelas.....	71
Gambar 4.2	Histogram Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Gambar 4.3	Grafik <i>Normal P-Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	74
Gambar 4.4	<i>Scatterplot Regression Standardized Residual</i> .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Waktu Penelitian.....	107
Lampiran 2	Definisi Operasional.....	108
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 4	Tabulasi Data <i>Try Out</i> .....	117
Lampiran 5	Hasil <i>Try Out</i> .....	127
Lampiran 6	Tabulasi Data Penelitian.....	142
Lampiran 7	<i>Output</i> Data SPSS.....	205
Lampiran 8	Surat Permohonan Ijin Penyusunan dan Penelitian Skripsi	222
Lampiran 9	Profil SMA Regina Pacis Surakarta.....	227