

ABSTRAK

Beresman Siburian, NIM 7213010001 (2021). “Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar”.

Pada penelitian ini bertujuan menganalisis dan mengetahui pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, populasi dalam penelitian ini berjumlah 3.988 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Hair yaitu untuk mendapatkan ukuran *goodness of fit* yang baik, maka sampel diperoleh sebanyak 200 responden yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan Uji F, Uji T, dan Koefisien Determinasi yang sebelumnya data telah di uji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS 26 For Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk (*product*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar, sedangkan harga (*price*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Secara simultan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar.

Koefisien determinasi yang disesuaikan (*adjusted R²*) yang berarti produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) mampu memberikan kontribusi sebesar 62,9% terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar, sementara sisanya sebesar 37,1% ditentukan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat variabel-variabel lain yang dapat menjelaskan Keputusan Memilih.

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, dan Keputusan Memilih.