

**PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH
PERGURUAN TINGGI DI SAE INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada

Program Studi Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2026**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT, PRICE, PLACE, AND
PROMOTION ON STUDENTS' DECISION IN CHOOSING A
HIGHER EDUCATION INSTITUTION AT SAE INDONESIA**

THESIS

Submitted in fulfillment of the requirements for
the degree of Bachelor of Management
in the Management Study Program



Complied By:

Nengsih Martinah
210400083

**MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2026**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nengsih Martinah

Nim : 210400083

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi di SAE Indonesia”

Adalah hasil karya saya sendiri yang disusun sendiri dan tidak mengandung karya atau ide orang lain yang telah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun, kecuali yang dicantumkan dalam referensi dan terdaftar di daftar pustaka. Jika terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiat, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 12 Januari 2026



(Nengsih Martinah)
210400083

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nengsih Martinah
Nim : 210400083
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : “Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi di SAE Indonesia”
Tanggal Ujian : 10 Februari 2026



Dosen Pembimbing I

(Yuli Setiawan, S.A.B., M.A.)

Dosen Pembimbing II

(GL. Hery Prasetya, S.E., M.M.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Dr. Drs. Dharmawan P Hadad, MM.)

Ketua Jurusan

(Dr. Netti Natarida Marpaung, SE., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Nengsih Martinah
NIM : 210400083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Promosi Terhadap
Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi di SAE

Indonesia
Tanggal Ujian : 10 Februari 2026
Skripsi tersebut sudah diperbaiki sesuai saran dan komentar Tim Penguji sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Satya Negara Indonesia.

Jakarta 18 Februari 2026

Ketua Penguji



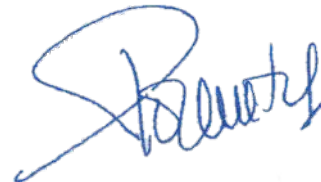
(Yuli Setiawan, S.A.B., M.A.)

Anggota Penguji I



(Lucy Nancy Simatupang, SE., MM)

Anggota Penguji II



(Dr. Novianti, SE., MM)

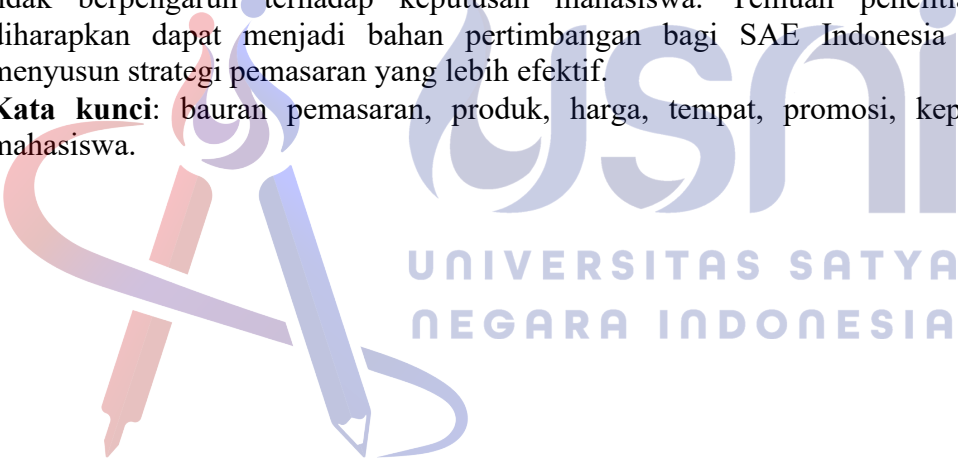
DOSEN PEMBIMBING I : Yuli Setiawan, S.A.B., M.A.

DOSEN PEMBIMBING II : GL. Hery Prasetya, S.E., M.M.

ABSTRAK

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10%, sehingga diperoleh 70 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih SAE Indonesia. Secara parsial, variabel produk dan harga berpengaruh signifikan, tetapi tempat dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi SAE Indonesia dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata kunci: bauran pemasaran, produk, harga, tempat, promosi, keputusan mahasiswa.



UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA

ADVISOR : Yuli Setiawan, S.A.B., M.A.

ADVISOR : GL. Hery Prasetya, S.E., M.M.

ABSTRACT

The sample size was determined using the Slovin formula with a margin of error of 10%, resulting in a total of 70 respondents. This study employed a quantitative method with a survey approach. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression.

The results show that simultaneously that product, price, place, and promotion significantly influence student's decisions in choosing SAE Indonesia. Partially, product and price have a significant effect, while place and promotion do not significantly affect student's decisions.

Keywords: *marketing mix, product, price, place, promotion, student decision.*

