

## ABSTRAK

Strategi pemasaran sangat menentukan keberhasilan bersaing sebuah produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Begitu juga persaingan antar Universitas, setiap Universitas dituntut untuk mampu membaca kebutuhan pasar dengan menerapkan strategi bauran pemasaran jasa dengan sebaik mungkin. Tidak hanya itu, citra merek suatu Universitas juga menjadi penentu apakah mahasiswa selaku konsumen dapat merasa puas terhadap jasa yang diberikan. Penelitian ini menggunakan metode *Explanatory*. Metode Explanatory Survey merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan survey, yaitu kegiatan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai fakta-fakta yang merupakan pendukung terhadap penelitian. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun variabel yang digunakan yaitu, bauran pemasaran jasa sebagai variabel independent (X), citra sebagai variabel mediasi (M) dan kepuasan mahasiswa sebagai variabel dependent (Y). Hasil penelitian ini adalah bauran pemasaran jasa yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai sebesar 0,467. Bauran pemasaran jasa berpengaruh signifikan dan positif terhadap citra dengan nilai sebesar 0,727. Citra berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai sebesar 0,425. Secara tidak langsung, bauran pemasaran jasa melalui citra sebagai variabel mediasi juga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai 0,309.

**Kata kunci:** Bauran Pemasaran Jasa, Citra, Kepuasan Mahasiswa