

ABSTRAK

Universitas Kristen Maranatha merupakan salah satu alternatif perguruan tinggi terbaik di Bandung yang banyak dipilih oleh para siswa untuk melanjutkan kuliah. Banyak para siswa yang memilih Universitas Kristen Maranatha karena mutu pendidikan yang baik. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh siswa SMA mengenai perguruan tinggi, mengetahui respon siswa SMA terhadap promosi yang dilakukan melalui media promosi, mengetahui hubungan antara daya tarik dan kejelasan promosi yang dilakukan dengan minat responden untuk masuk Universitas Kristen Maranatha, mengusulkan langkah-langkah yang sebaiknya dilakukan oleh pihak Universitas Kristen Maranatha untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas strategi pemasaran.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan kuesioner. Teknik sampling yang digunakan untuk pengumpulan kuesioner adalah Sampling jenuh. Penyebaran kuesioner ditujukan kepada seluruh siswa yang mengikuti USM. Variabel penelitian menggunakan 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*). Metode yang digunakan untuk pengolahan data adalah : *K-Means Cluster, Regresi Multivariabel*.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui karakteristik responden yaitu pekerjaan orang tua responden sebagai wiraswasta, penghasilan orang tua responden untuk setiap bulannya sebesar Rp.1.000.000,00 – Rp.3.000.000,00, asal SMA responden sebagian besar berasal dari SMAN 1, jurusan Program Studi yang diminati oleh responden adalah jurusan Akuntansi, perguruan tinggi yang diminati oleh responden adalah Universitas Parahyangan, sumber informasi mengenai Universitas Kristen Maranatha berasal dari teman yang kuliah di Universitas Kristen Maranatha, faktor yang mendorong responden memilih Universitas Kristen Maranatha adalah perguruan tinggi memiliki citra (reputasi) yang baik.

Berdasarkan pengolahan data menggunakan *K-Means Cluster* maka didapatkan variabel-variabel yang sangat dipentingkan yaitu kemudahan untuk mendapatkan pekerjaan setelah lulus kuliah, adanya kegiatan yang bekerjasama dengan perusahaan dan industri, adanya fasilitas komputer untuk mendukung proses pembelajaran bagi mahasiswa, adanya lapangan parkir yang mencukupi, staff pengajar yang berkualitas dan berpengalaman (kompeten).

Berdasarkan pengolahan data menggunakan Regresi Multivariabel maka didapatkan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap minat responden untuk masuk Universitas Kristen Maranatha yaitu kejelasan informasi mengenai fasilitas melalui tim promosi, kejelasan informasi mengenai fakultas dan jurusan melalui radio, daya tarik promosi yang telah dilakukan melalui radio.

Usulan yang harus diperhatikan oleh pihak Universitas Kristen Maranatha adalah sebaiknya dilakukan promosi terhadap mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, sebaiknya memberikan kesempatan untuk pertukaran pelajar ke luar negeri bagi semua jurusan, melakukan promosi tentang pengenalan Universitas Kristen Maranatha di stasiun TV RCTI, tim promosi lebih menjelaskan fasilitas-fasilitas penjunjang yang ada, tim promosi membagikan DVD rekaman tentang fasilitas-fasilitas yang ada di UKM, operator parkir mewajibkan pengendara motor atau mobil selain mahasiswa Universitas Kristen Maranatha untuk membayar parkir, menyediakan tempat penjualan alat tulis.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-2
1.3. Pembatasan Masalah	1-2
1.4 Perumusan Masalah	1-2
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan	1-3
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Jasa	2-1
2.1.1 Pengertian Jasa	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa	2-1
2.1.3 Klasifikasi Jasa	2-2
2.2 Metode Pengumpulan Data	2-3
2.3 Sumber Data	2-5
2.4 Populasi dan Sampel	2-5
2.5 Teknik Sampling	2-5
2.6 Ukuran Sampel	2-9
2.7 Data Berskala..	2-10
2.8 Tipe Skala Pengukuran	2-11
2.9 Kriteria Instrumen yang baik	2-13
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-14
2.11 Pengujian Validitas Instrumen	2-14
2.11.1 Pengujian Validitas Internal	2-15

2.11.1.1 Pengujian Validitas Konstruksi	2-15
2.12.1.2 Pengujian Validitas Isi	2-15
2.11.2 Pengujian Validitas Eksternal	2-16
2.12 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-17
2.13 Pengenalan Program SPSS.....	2-18
2.14 Bauran Pemasaran.....	2-20
2.15 Analisis Cluster... ..	2-25
2.15.1 K-Means Cluster.....	2-25
2.15.2 Hierarchical Cluster.....	2-26
2.16 Analisis Regresi.....	2-27
2.16.1 Regresi Multivariat.....	2-27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan... ..	3-3
3.2 Studi Pustaka	3-3
3.3 Identifikasi Masalah	3-3
3.4 Pembatasan Masalah	3-3
3.5 Perumusan Masalah	3-4
3.6 Tujuan Penelitian.....	3-4
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian	3-4
3.8 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-7
3.9 Uji Validitas Konstruksi	3-8
3.10 Penyebaran Kuisisioner Penelitian.....	3-9
3.11 Uji Validitas	3-9
3.12 Uji Reliabilitas	3-10
3.13 Pengolahan Data	3-11
3.14 Analisis Hasil Pengolahan Data	3-12
3.15 Usulan.....	3-12
3.16 Kesimpulan dan Saran	3-12

BAB 4 PENGUMPULAN

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
--------------------------------	-----

4.1.1 Sejarah Singkat perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-4
4.2 Penentuan Penelitian Pendahuluan	4-5
4.3 Pengumpulan Data Pendahuluan	4-5
4.4 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Penelitian	4-5
4.5 Hasil Kuesioner Penelitian	4-6

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data Hasil Kuesioner Penelitian Bagian I Profil Responden.....	5-1
5.2 Bagian II Faktor-faktor yang dipentingkan mengenai Perguruan Tinggi..	5-16
5.2.1 Uji Validitas.....	5-16
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	5-19
5.2.3 Cluster Analysis.....	5-19
5.2.4 Koefisien Keragaman.....	5-39
5.3 Bagian III Respon terhadap Promosi.....	5-41
5.3.1 Uji Validitas.....	5-41
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	5-42
5.3.3 Regresi Multivariabel.....	5-43
5.3.3.1 Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	5-43
5.3.3.2 Uji ANOVA.....	5-44
5.3.4 Tingkat Kepuasan Responden	5-46
5.3.5 Koefisien Keragaman.....	5-49
5.4 Analisis	5-50
5.4.1 Analisis Profil responden	5-50
5.4.2 Analisis <i>Cluster Analysis</i>	5-50
5.4.3 Analisis Regresi Multivariabel	5-53
5.5 Usulan.....	5-54

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-5

DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	
DATA PENULIS	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Tabel Nilai Koefisien Korelasi	2 - 28
4.1	Hasil Kuesioner Bagian II	4-6
4.1	Hasil Kuesioner Bagian II (lanjutan)	4-7
4.2	Hasil Kuesioner Bagian III	4-7
5.1	Tabel Pekerjaan Orang Tua Responden	5-1
5.2	Tabel Penghasilan Orang Tua Responden	5-2
5.3	Tabel Asal Sekolah Responden	5-2
5.3	Tabel Asal Sekolah Responden (lanjutan)	5-3
5.3	Tabel Asal Sekolah Responden (lanjutan)	5-4
5.4	Tabel Jurusan/program studi yang diminati oleh responden	5-6
5.5	Tabel Perguruan Tinggi yang diminati oleh responden	5-8
5.6	Tabel Hal yang mendorong responden memilih Perguruan Tinggi tersebut	5-10
5.7	Tabel Sumber Informasi mengenai Universitas Kristen Maranatha	5-11
5.8	Tabel Faktor-faktor yang mendorong responden memilih Universitas Kristen Maranatha	5-13
5.9	Tabel Media Informasi yang lebih disukai	5-14
5.10	Uji Validitas Penelitian Bagian II	5-17
5.10	Uji Validitas Penelitian Bagian II (lanjutan)	5-17
5.11	Uji Reliabilitas Bagian II	5-19
5.12	Tabel Uji ANOVA	5-20
5.12	Tabel Uji ANOVA (lanjutan)	5-21
5.13	Tabel <i>Final Cluster Centers</i>	5-23
5.13	Tabel <i>Final Cluster Centers</i> (lanjutan)	5-24
5.14	<i>Number of Cases in Each Cluster</i>	5-24
5.15	Pengelompokan Variabel berdasarkan Prioritas	5-25

5.15	Pengelompokan Variabel berdasarkan Prioritas (lanjutan)	5-26
5.16	Tabel Koefisien Keragaman	5-39
5.16	Tabel Koefisien Keragaman (lanjutan)	5-40
5.17	Uji Validitas	5-42
5.18	Tabel Uji Reliabilitas	5-42
5.19	Model <i>Summary</i>	5-43
5.20	ANOVA	5-44
5.21	<i>Coefficients</i>	5-45
5.22	Tabel Tingkat kepuasan responden	5-46
5.23	Tabel Perhitungan Bobot Tingkat kepuasan responden	5-46
5.24	Koefisien Keragaman	5-49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Skema Teknik Sampling	2 – 6
3.1	Sistematika Penelitian	3 – 1
3.1	Sistematika Penelitian (Lanjutan)	3 – 2
4.1	Struktur Organisasi	4 – 4
5.1	Diagram lingkaran Pekerjaan Orang Tua dari Responden	5-1
5.2	Diagram lingkaran Penghasilan Orang Tua dari Responden	5-2
5.3	Diagram Batang Asal Sekolah Responde	5-5
5.4	Diagram Batang Jurusan/program studi yang diminati oleh responden	5-7
5.5	Diagram Batang Perguruan Tinggi yang diminati oleh responden	5-9
5.6	Diagram Lingkaran Hal yang mendorong responden memilih Perguruan Tinggi tersebut	5-10
5.7	Diagram Lingkaran Sumber Informasi mengenai Universitas Kristen Maranatha	5-12
5.8	Diagram Lingkaran Faktor-faktor yang mendorong responden memilih Universitas Kristen Maranatha	5-13
5.9	Media Informasi Televisi yang disukai	5-14
5.10	Media Informasi Koran yang disukai	5-15
5.11	Media Informasi Radio yang disukai	5-15
5.12	Uji Validitas Hasil Data Penelitian Bagian II	5-17
5.12	Uji Validitas Hasil Data Penelitian Bagian II (lanjutan)	5-18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
I	Kuesioner Penelitian	L1-1
	Hasil Kuesioner Bagian I Profil Responden dan	
II	Hasil Kuesioner Bagian II Faktor-faktor yang dipentingkan mengenai Perguruan Tinggi	L2-1
	Hasil Kuesioner Bagian III Respon Terhadap	
III	Promosi	L3-1
IV	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	L4-1
V	K-Means Cluster dengan n:3, 4, dan 5	L5-1
	Regresi Multivariabel dengan metode <i>Stepwise</i> ,	
VI	<i>Enter, Forward, Backward, dan Remove</i>	L6-1

DAFTAR PUSTAKA

1. Muis, R.; ***“Diktat Kuliah Analisis Data Statistik”***, Bandung, 2004.
2. Santoso, S., dan Fandy Tjiptono.; ***“Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS”***, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.
3. Singarimbun, M., dan Sofian Effendi.; ***“Metode Penelitian Survei”***, PT Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta, 1995.
4. Stanton W.; ***“Prinsip Pemasaran”***, Jilid 2, Edisi 7, Erlangga, 1993.
5. Sugiyono; ***“Metode Penelitian Administrasi”***, Cetakan kesembilan, Alfabeta, Bandung, 2003.
6. Tjiptono, F.; ***“Manajemen Jasa”***, Penerbit Andi Yogyakarta, 1996.
7. Walpole, R. E., and Raymond H. Myers.; ***“Ilmu Peluang dan Statistika untuk Insinyur dan Ilmuwan”***, Edisi4, Penerbit ITB, Bandung, 1995.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.4. Latar Belakang	1-1
1.5. Identifikasi Masalah	1-2
1.6. Pembatasan Masalah	1-2
1.6 Perumusan Masalah	1-2
1.7 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan	1-3
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Jasa	2-1
2.1.1 Pengertian Jasa	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa	2-1
2.1.3 Klasifikasi Jasa	2-2
2.2 Metode Pengumpulan Data	2-3
2.3 Sumber Data	2-5
2.4 Populasi dan Sampel	2-5
2.5 Teknik Sampling	2-5
2.6 Ukuran Sampel	2-9
2.7 Data Berskala..	2-10
2.8 Tipe Skala Pengukuran	2-11
2.9 Kriteria Instrumen yang baik	2-13
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-14
2.11 Pengujian Validitas Instrumen	2-14
2.11.1 Pengujian Validitas Internal	2-15

2.11.1.1 Pengujian Validitas Konstruksi	2-15
2.12.1.2 Pengujian Validitas Isi	2-15
2.11.2 Pengujian Validitas Eksternal	2-16
2.12 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-17
2.13 Pengenalan Program SPSS.....	2-18
2.14 Bauran Pemasaran.....	2-20
2.15 Analisis Cluster... ..	2-25
2.15.1 K-Means Cluster.....	2-25
2.15.2 Hierarchical Cluster.....	2-26
2.16 Analisis Regresi.....	2-27
2.16.1 Regresi Multivariat.....	2-27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan... ..	3-3
3.2 Studi Pustaka	3-3
3.3 Identifikasi Masalah	3-3
3.4 Pembatasan Masalah	3-3
3.5 Perumusan Masalah	3-4
3.6 Tujuan Penelitian.....	3-4
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian	3-4
3.8 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-7
3.9 Uji Validitas Konstruksi	3-8
3.10 Penyebaran Kuisisioner Penelitian.....	3-9
3.11 Uji Validitas	3-9
3.12 Uji Reliabilitas	3-10
3.13 Pengolahan Data	3-11
3.14 Analisis Hasil Pengolahan Data	3-12
3.15 Usulan.....	3-12
3.16 Kesimpulan dan Saran	3-12

BAB 4 PENGUMPULAN

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
--------------------------------	-----

4.1.1 Sejarah Singkat perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-4
4.2 Penentuan Penelitian Pendahuluan	4-5
4.3 Pengumpulan Data Pendahuluan	4-5
4.4 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Penelitian	4-5
4.5 Hasil Kuesioner Penelitian	4-6

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data Hasil Kuesioner Penelitian Bagian I Profil Responden.....	5-1
5.2 Bagian II Faktor-faktor yang dipentingkan mengenai Perguruan Tinggi..	5-16
5.2.1 Uji Validitas.....	5-16
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	5-19
5.2.3 Cluster Analysis.....	5-19
5.2.4 Koefisien Keragaman.....	5-39
5.3 Bagian III Respon terhadap Promosi.....	5-41
5.3.1 Uji Validitas.....	5-41
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	5-42
5.3.3 Regresi Multivariabel.....	5-43
5.3.3.1 Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	5-43
5.3.3.2 Uji ANOVA.....	5-44
5.3.4 Tingkat Kepuasan Responden	5-46
5.3.5 Koefisien Keragaman.....	5-49
5.4 Analisis	5-50
5.4.1 Analisis Profil responden	5-50
5.4.2 Analisis <i>Cluster Analysis</i>	5-50
5.4.3 Analisis Regresi Multivariabel	5-53
5.5 Usulan.....	5-54

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-5

DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	
DATA PENULIS	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Tabel Nilai Koefisien Korelasi	2 - 28
4.1	Hasil Kuesioner Bagian II	4-6
4.1	Hasil Kuesioner Bagian II (lanjutan)	4-7
4.2	Hasil Kuesioner Bagian III	4-7
5.1	Tabel Pekerjaan Orang Tua Responden	5-1
5.2	Tabel Penghasilan Orang Tua Responden	5-2
5.3	Tabel Asal Sekolah Responden	5-2
5.3	Tabel Asal Sekolah Responden (lanjutan)	5-3
5.3	Tabel Asal Sekolah Responden (lanjutan)	5-4
5.4	Tabel Jurusan/program studi yang diminati oleh responden	5-6
5.5	Tabel Perguruan Tinggi yang diminati oleh responden	5-8
5.6	Tabel Hal yang mendorong responden memilih Perguruan Tinggi tersebut	5-10
5.7	Tabel Sumber Informasi mengenai Universitas Kristen Maranatha	5-11
5.8	Tabel Faktor-faktor yang mendorong responden memilih Universitas Kristen Maranatha	5-13
5.9	Tabel Media Informasi yang lebih disukai	5-14
5.10	Uji Validitas Penelitian Bagian II	5-17
5.10	Uji Validitas Penelitian Bagian II (lanjutan)	5-17
5.11	Uji Reliabilitas Bagian II	5-19
5.12	Tabel Uji ANOVA	5-20
5.12	Tabel Uji ANOVA (lanjutan)	5-21
5.13	Tabel <i>Final Cluster Centers</i>	5-23
5.13	Tabel <i>Final Cluster Centers</i> (lanjutan)	5-24
5.14	<i>Number of Cases in Each Cluster</i>	5-24
5.15	Pengelompokan Variabel berdasarkan Prioritas	5-25

5.15	Pengelompokan Variabel berdasarkan Prioritas (lanjutan)	5-26
5.16	Tabel Koefisien Keragaman	5-39
5.16	Tabel Koefisien Keragaman (lanjutan)	5-40
5.17	Uji Validitas	5-42
5.18	Tabel Uji Reliabilitas	5-42
5.19	Model <i>Summary</i>	5-43
5.20	ANOVA	5-44
5.21	<i>Coefficients</i>	5-45
5.22	Tabel Tingkat kepuasan responden	5-46
5.23	Tabel Perhitungan Bobot Tingkat kepuasan responden	5-46
5.24	Koefisien Keragaman	5-49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Skema Teknik Sampling	2 – 6
3.1	Sistematika Penelitian	3 – 1
3.1	Sistematika Penelitian (Lanjutan)	3 – 2
4.1	Struktur Organisasi	4 – 4
5.1	Diagram lingkaran Pekerjaan Orang Tua dari Responden	5-1
5.2	Diagram lingkaran Penghasilan Orang Tua dari Responden	5-2
5.3	Diagram Batang Asal Sekolah Responde	5-5
5.4	Diagram Batang Jurusan/program studi yang diminati oleh responden	5-7
5.5	Diagram Batang Perguruan Tinggi yang diminati oleh responden	5-9
5.6	Diagram Lingkaran Hal yang mendorong responden memilih Perguruan Tinggi tersebut	5-10
5.7	Diagram Lingkaran Sumber Informasi mengenai Universitas Kristen Maranatha	5-12
5.8	Diagram Lingkaran Faktor-faktor yang mendorong responden memilih Universitas Kristen Maranatha	5-13
5.9	Media Informasi Televisi yang disukai	5-14
5.10	Media Informasi Koran yang disukai	5-15
5.11	Media Informasi Radio yang disukai	5-15
5.12	Uji Validitas Hasil Data Penelitian Bagian II	5-17
5.12	Uji Validitas Hasil Data Penelitian Bagian II (lanjutan)	5-18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
I	Kuesioner Penelitian	L1-1
	Hasil Kuesioner Bagian I Profil Responden dan	
II	Hasil Kuesioner Bagian II Faktor-faktor yang dipentingkan mengenai Perguruan Tinggi	L2-1
	Hasil Kuesioner Bagian III Respon Terhadap	
III	Promosi	L3-1
IV	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	L4-1
V	K-Means Cluster dengan n:3, 4, dan 5	L5-1
	Regresi Multivariabel dengan metode <i>Stepwise</i> ,	
VI	<i>Enter, Forward, Backward, dan Remove</i>	L6-1