

**PENGARUH RANGSANGAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA**

Studi Empiris di kota Kupang



Disusun Oleh:
NURUL KHASANAH
20020410223

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2007

**PENGARUH RANGSANGAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA**

Studi Empiris di kota Kupang

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada

Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta

Disusun Oleh:

NURUL KHASANAH

20020410223

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI

PENCARIH RANGSANGAN DEMAS DAN TERTIADAL KEDURUTIGAN

SKRIPSI
PENGARUH RANGSANGAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA
Studi Empiris di kota Kupang

Diajukan oleh
NURUL KHASANAH
20020410223

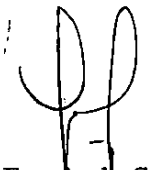
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 24 September 2007

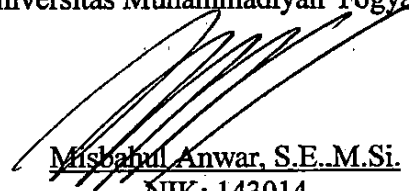
Yang terdiri dari


Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji


Drs. Supriyadi, MM.
Anggota Tim Penguji


Fauziyah, S.E.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

MOTTO

“Hadapi Hidup Dengan Tersenyum”

**“Sesungguhnya Allah tiada mengubah keadaan suatu kaum, kecuali jika mereka
mengubah keadaan diri mereka sendiri”**

**“Sesungguhnya setelah Kesulitan pasti ada kemudahan. Maka apabila kamu telah
selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain.**

Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

PERSEMBAHAN

**Kupersembahkan
Kepada**

**Ibunda Terkasih
Atas Segenap Cinta, Dorongan, dan Inspirasi**

**Ayahanda Terhebat
Atas Segenap Bimbingan, Dukungan dan Keteladanan**

**Untuk tiga saudaraku tersayang
Atas seganap perhatian, Keceheran, dan Kebengatan Kasih**

Rasa syukur yang tak terhingga atas segala nikmat dan Karunia yang telah Engkau
limpahkan pada ku dan
Sebuah penghargaan Untuk Orang-orang Yang Tulus Mencintai, Memberi dorongan
dan Melahirkan Inspirasi

- ♣ Bapak dan mama.
- ♣ Ketiga saudara q: mas Uud beserta mba Nani (makasih dah ngasih 2 keponakan yang lucu (Mas Fais & De Arin), Mas Aqim, dan Mas uan. Uyunk sayang ma kalian semua dalam bentuk yang berbeda-beda.
- ♣ Teman-teman Seperjuangan di IMM, Rina, Dayat, Ipan, Andre, Nono, Dicky, Alex, Sigit, Bayu, Ibing, Alung, Fika, Ilpeh, Ika Maniez, Amri nduts, Anis, Hatta, Bang Bowo, Yusrizal, Syahrizal, Martha, Halim and all my Sisters and brothers 2007-2005 *keep fighting yo.....*
- ♣ Adek2 kos: Lia, Tea, Esa, Ella, Uci, Evi, Rica, Enos, Ulan, Ari, Anggi, Wini, Ria, Pi2t, ki2n, Ayu, Galuh.
- ♣ Tim Climbing, Lia-lio, Hadi, Reko, Lilik.
- ♣ Teman-teman Alumni IKMAMM 2002.
- ♣ Dan semua pihak yang sudah menjadi bagian dalam hidup a

INTISARI

Penelitian ini merupakan contoh pengaruh rangsangan pemasaran dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kupang - Nusa Tenggara Timur. Penelitian ini menggunakan analisis dari gabungan tujuh faktor rangsangan pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, Sumber Daya Manusia, Bukti fisik, dan proses) yang mempengaruhi keputusan memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kupang - Nusa Tenggara Timur. Model analisis Regresi digunakan untuk mengukur pengaruh dari rangsangan pemasaran terhadap keputusan memilih Perguruan Tinggi Swasta. Data dikumpulkan melalui survei kepada calon mahasiswa (konsumen potensial) dari SLTA di Kupang - NTT. Penelitian ini memberikan sebuah model yang sistematis untuk mengembangkan pelayanan pendidikan yang lebih baik bagi Perguruan Tinggi Swasta di Kupang - NTT.

Kata kunci: Penelitian Pasar Sasaran, Rangsangan Pemasaran, Perilaku Pemilihan Produk, Konsep Pengembangan Produk, Relevansi, Dan

ABSTRACT

The research tests a model of the influence of marketing stimuli to the choice of private colleges in Kupang - NTT. The study uses confirmatory factor analysis for a model comprising seven marketing stimuli (product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process) which influence the choice of private colleges in Kupang - NTT. Regression analysis model is used to determine the influence of marketing stimuli to the choice of private colleges. Data are gathered through survey to applicants (potential customer) from Kupang - NTT high schools. This research provides a systematic model to develop a concept of private higher education services in Kupang - NTT.

Key word: *Market research, marketing stimuli, Product choice behavior,*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat yang telah diberikan hingga dapat diselesaikannya skripsi ini dengan judul Pengaruh Rangsangan Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi Perguruan Tinggi Swasta di kota Kupang pada khususnya dan di Indonesia pada umumnya agar dapat mengambil strategi pemasaran yang tepat.

Dalam terwujudnya skripsi ini dengan segala kerendahan hati, penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dekan fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Misbahul Anwar, S.E., M. Si yang telah memberikan bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi dan karya tulis ini.
2. Drs. Supriyadi, MM. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan saran, waktu dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Kepala Sekolah SMA Negeri I Kupang : Bapak Filmon J. Lulupoy,

Muhammadiyah Kupang: Bapak Syahrir Yusuf, S.Pd. SMA Kristen I Kupang: Ibi Dra. Dyah Tri Hastuti. SMA Swasta Diakui PGRI Kupang: Bapak Drs. Simon Petrus Manu. SMK Kisten I Diakui Kupang: Bapak Drs. ADolf Bili Dairo. SMK diakui Karya Kupang: Bapak Hassan AB. SMK diakui Wira Karya Kupang: Bapak Drs. Artaban Gasper Nubatonis. SMK Negeri I Kupang: Ibu Dra. Y.B. Tode Solo. SMK Negeri 4 Kupang: Bapak Drs. Darius Tiwu Hero. Yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di sekolah tersebut.

4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Dengan terselesaikannya skripsi ini penulis merasakan upaya yang telah penulis kerahkan membuahkan hasil yang mendatangkan suka cita bagi penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tak lepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Amin.

Wassalamu'alaikum Wa Wa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	5
1. Perilaku konsumen.....	5
2. Keseluruhan yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	5

3. Proses Pengambilan Keputusan.....	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
C. Hipotesis Penelitian.....	13
D. Model Penelitian.....	16
BAB III METODA PENELITIAN	
A. Subyek dan Obyek Penelitian.....	17
B. Jenis Data.....	17
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	17
D. Teknik Pengumpulan Data.....	18
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	19
1. Devinisi Variabel Penelitian.....	19
2. Alat Ukur Variabel Penelitian.....	21
3. Skala Pengukuran.....	24
F. Uji Kualitas Instrumen.....	25
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian.....	30
B. Uji Kevalidan Instrumen.....	32
C. Hasil Penelitian.....	36
D. Pembahasan (Interpretasi).....	44
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
A. Simpulan.....	51
B. Saran.....	52

C. Keterbatasan penelitian.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	
A. Lampiran 1: Kuesioner.....	57
B. Lampiran 2: Data Jawaban Kuesioner.....	64
C. Lampiran 3: Uji Validitas.....	82
D. Lampiran 4: Uji Reliabilitas.....	89
E. Lampiran 5: Regresi.....	97
F. Lampiran 6: Surat Keterangan Penelitian.....	00

DAFTAR TABEL

4.1	Pemilihan Sampel SLTA di kota Kupang Secara Acak dengan Stratifikasi Proposional.....	30
4.2	Uji Validitas.....	33
4.3	Nilai Cronbach's Alpha Hasil Uji Reliabilitas.....	36
4.4	Koefisien Regresi.....	37

DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Perilaku Pembelian: Black Box Model.....	5
2.2	Faktor – faktor yang Mempengaruhi Konsumen.....	9
2.3	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	10
2.4	Model Penelitian	16