

KATA PENGANTAR

Yang pertama dan terutama, penulis dengan segala kerendahan hati menaikkan segala puji, hormat, juga ucapan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena kebaikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Spesifikasi Program, Biaya Kuliah, Promosi dan Lokasi Kampus Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Telkom Applied Science School Bandung. Tesis ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pasca sarjana (S-2) Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, atas berkat, rahmat dan kasih setia-Nya selama ini sehingga penulis masih diberikan kesehatan dan kemampuan serta kesempatan untuk menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Dr. Maya Ariyanti. SE. MM, selaku pembimbing atas segala kesabaran, bimbingan, saran, inspirasi, motivasi dan segala arahan yang diberikan kepada penulis selama proses bimbingan.
3. Ibu Dewi K. Soedarsono, MSi, dan Bapak Dr. Yudi Pramudiana, Ir., MM, MT, selaku tim penguji sidang proposal tesis.
4. Bapak Prof. Dr.Hiro Tugiman, Ak., QIA., CRMP, dan Bapak Dadan Rahadian, ST., MM, selaku tim penguji sidang tesis.
5. Istri dan Anak Tercinta, Cindra Nur Sugismanti dan Xavier Andriandra Dillak atas kesabaran, perhatian, kasih sayang, doa, dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, Mea Marthen Dillak dan Emilia Dillak LoE Mau, atas segala cinta, kasih sayang, perhatian, doa, dan pengorbanan yang tiada putusnya yang diberikan kepada penulis.
7. Mertua tercinta dari penulis, Bapak Abdul Rasyid Toro dan Ibu Nurmalasari, atas segala cinta, kasih sayang, perhatian, dan doa yang tiada putusnya diberikan kepada penulis.

8. Adikku tersayang, Heru Christian Dillak dan Indry Widya Gusti serta Vaya Juliana Dillak dan Wahyu atas perhatian, kasih sayang, dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis, Hendry, Danang, Anak Agung Gde Agung, Wardani Muhamad, Magdalena Karismariyanti, Irna Yuniar, Novy Gilang P, Rani Ginawati Yuniar, Febianti Roris Marini, Putri Mubdiani terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan bantuannya selama ini.
10. Kepada sahabat-sahabat di GP GPIB Maranatha Bandung, terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan bantuannya selama ini.
11. Teman-Teman MM eks 24, teman seperjuangan yang selalu kompak dan saling memberi semangat.
12. Civitas Akademika Telkom Business School yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
13. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Program Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Telkom.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis, selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan pengetahuan penulis, maka hasil penelitian ini masih perlu disempurnakan. Karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis memohon segala kritik dan saran demi perbaikan hasil penelitian ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang mau memanfaatkannya.

Bandung, Agustus 2014

Rixard George Dillak

DAFTAR ISI

HALAMAN PERYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Tinjauan Objek Penelitian Telkom Applied Science School	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	7
1.3 Identifikasi Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2 Bauran Pemasaran	17
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	17
2.2.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	17
2.3 Promosi.....	20
2.3.1 Pengertian Promosi.....	21
2.3.2 Bauran Promosi.....	21
2.3.3 Tujuan Kegiatan Promosi.....	22
2.4 Perilaku Konsumen	23
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	23
2.4.2 Model Perilaku Konsumen	25
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	25
2.5 Proses Pembelian Konsumen	28
2.5.1 Peran Pembelian	28
2.5.2 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	29

2.5.3 Struktur Keputusan Pembelian	31
2.6 Penelitian Terdahulu.....	33
2.7 Kerangka Pemikiran.....	34
2.8 Hipotesis.....	35
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Operasional Variabel	36
3.3 Tahapan Penelitian	39
3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	41
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Pengujian Instrumen.....	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas	50
3.7 Analisis Data	52
3.7.1 Teknik Pengolahan Data.....	52
3.7.2 Teknik Analisis Data.....	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	62
4.1.1 Karakteristik Responden	62
4.1.2 Deskripsi Data Penelitian	66
4.1.2.1 Data Tanggapan Tentang Spesifikasi Program ..	66
4.1.2.2 Data Tanggapan Tentang Biaya Kuliah	69
4.1.2.3 Data Tanggapan Tentang Promosi	71
4.1.2.4 Data Tanggapan Tentang Lokasi	74
4.1.2.5 Data Tanggapan Tentang Keputusan Memilih Tempat Kuliah	76
4.1.3 Hasil Pengujian <i>Structural Equation Modeling</i>	78

4.1.3.1	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Measurement/Outer Model</i>)	79
4.1.3.2	Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	82
4.1.3.3	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Structural/Inner Model</i>)	83
4.1.3.4	Pengujian Hipotesis	84
4.2	Pembahasan	91
4.2.1	Pengaruh Spesifikasi Program terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung	91
4.2.2	Pengaruh Biaya Kuliah terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung	91
4.2.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung	92
4.2.4	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung	92
4.2.5	Pengaruh Spesifikasi Program, Biaya Kuliah, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung	93
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Saran	95
5.2.1	Saran Praktis	95
5.2.2	Saran Akademik	96
DAFTAR PUSTAKA		97

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Tabel Jumlah Mahasiswa per Program Studi Diploma 3 Perguruan Tinggi Di Bandung	8
Tabel 1.2	Pertumbuhan Jumlah Mahasiswa Telkom Applied Science School.....	10
Tabel 1.3	Jumlah Pendaftar Jenjang Strata 1 dan Jenjang Diploma III.....	11
Tabel 1.4	Lowongan Kerja Terdaftar di Indonesia Menurut Pendidikan dan Jenis Kelamin Tahun 2011.....	11
Tabel 1.5	Perbandingan biaya kuliah Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan program diploma tiga.....	12
Tabel 3.1	Operasional Variabel	37
Tabel 3.2	Jumlah Sampel Masing-masing Program Studi	43
Tabel 3.3	Kriteria Jawaban dan Skoring Penilaian Responden	45
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Kuesioner Spesifikasi Program	47
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Kuesioner Biaya Kuliah	48
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Kuesioner Promosi	48
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Kuesioner Lokasi	49
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Memilih	49
Tabel 3.9	Intepertasi Koefisien Reliabilitas	51
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	51
Tabel 3.11	Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	63
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Sekolah Menengah	64
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lulusan Pendidikan Menengah	65

Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Kurikulum Pendidikan	66
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Keragaman Spesifikasi Program	67
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pendidikan	67
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Jaminan Pendidikan	68
Tabel 4.8	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Spesifikasi Program	68
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Biaya Kuliah	69
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Keterjangkauan Biaya Kuliah	69
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Keringanan Pembayaran Biaya Kuliah	70
Tabel 4.12	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Biaya Kuliah	70
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Pesan dalam Iklan	71
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Promosi	71
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Tentang Keanekaragaman Media Promosi	72
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Pesan Penjualan Langsung	72
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Tentang Publisitas Melalui Humas	73
Tabel 4.18	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Promosi	73
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Kestrategisan Lokasi Perguruan Tinggi	74
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Kemudahan Menjangkau Lokasi Perguruan Tinggi	74
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Kedekatan Lokasi Perguruan Tinggi Dengan Lingkungan Pendidikan Lainnya	75
Tabel 4.22	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Lokasi	75

Tabel 4.23	Tanggapan Responden Tentang Daya Kesesuaian dengan Kebutuhan dan Keinginan	76
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Tentang Prioritas Pemilihan Tempat Kuliah ...	76
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan	77
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Tentang Kepuasan	77
Tabel 4.27	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Keputusan Memilih Tempat Kuliah	78
Tabel 4.28	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Spesifikasi Program (X1)	80
Tabel 4.29	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Biaya Kuliah (X2).....	80
Tabel 4.30	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Promosi (X3)......	81
Tabel 4.31	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Lokasi (X4)	81
Tabel 4.32	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Keputusan Memilih Tempat Kuliah (Y)	82
Tabel 4.33	Nilai R-Square	83
Tabel 4.34	Hasil Pengujian <i>Inner Weight</i>	86
Tabel 4.35	Hasil Pengujian <i>Inner Weight</i>	87
Tabel 4.36	Hasil Pengujian <i>Inner Weight</i>	88
Tabel 4.37	Hasil Pengujian <i>Inner Weight</i>	89

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Nama Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	25
Gambar 2.2	Tahap-tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	29
Gambar 2.3	Tahap-tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	31
Gambar 2.4	Kerangka Konsep Pemikiran.....	35
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	41
Gambar 4.1	Koefisien Standarisasi Permodelan Persamaan Struktural	79
Gambar 4.2	Diagram Jalur Pada Pengujian Hipotesis	85