



**Pengaruh Persepsi Calon Mahasiswa pada Kinerja
Atribut Bauran Pemasaran Sekolah Tinggi Perhotelan
terhadap Minat Menjadi Mahasiswa
(Studi Kasus Pada Sabrina Hotel School Jakarta)**

TESIS

Oleh:

Saddam Hussaen

55110120040

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2013**



**Pengaruh Persepsi Calon Mahasiswa pada Kinerja
Atribut Bauran Pemasaran Sekolah Tinggi Perhotelan
terhadap Minat Menjadi Mahasiswa
(Studi Kasus Pada Sabrina Hotel School Jakarta)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Oleh

Saddam Hussaen

55110120040

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2013**



UNIVERSITAS
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Persepsi Calon Mahasiswa pada Kinerja Atribut Bauran Pemasaran Sekolah Tinggi Perhotelan terhadap Minat Menjadi Mahasiswa** (Studi Kasus di Sabrina Hotel School Jakarta)

Bentuk Tesis : Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Saddam Hussaen

NIM : 55110120040

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : *28 September 2013*

Mengesahkan :

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Direktur Program Pascasarjana



Dr. Augustina Kurniasih, ME.



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

MERCU BUANA

Pembimbing



Prof. Dr. Budiarto Subroto

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : **Pengaruh Persepsi Calon Mahasiswa pada Kinerja Atribut Bauran Pemasaran Sekolah Tinggi Perhotelan terhadap Minat Menjadi Mahasiswa** (Studi Kasus di Sabrina Hotel School Jakarta)

Nama : Saddam Hussaen

NIM : 55110120040

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil studi pustaka dan penelitian lapangan, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 19 Agustus 2013



Saddam Hussaen

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa Syukurulillah, penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan maunah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang judul **“Pengaruh Persepsi Calon Mahasiswa pada Kinerja Atribut Bauran Pemasaran Sekolah Tinggi Perhotelan terhadap Minat Menjadi Mahasiswa** (Studi Kasus di Sabrina Hotel School Jakarta)”. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk menyelesaikan program pascasarjana dan memperoleh gelar Magister Manajemen pada program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tesis masih memiliki banyak kekurangan, dengan demikian penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaikinya. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat baik di bidang akademis maupun praktis. Secara akademis penulis berharap bahwa hasil penelitian ini bisa menambah literature di bidang pemasaran terutama konsep bauran promosi dibidang pendidikan tinggi dan secara praktis dapat diterapkan oleh lembaga-lembaga pendidikan tinggi untuk memasarkan produk jasanya lebih baik lagi..

Selama penyusunan tesis ini, penulis telah mendapat bimbingan, masukan, dukungan, motivasi, saran dan kritikan dari berbagai pihak agar bisa menghasilkan karya ilmiah yang bernilai tinggi. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sangat mendalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Budiarto Subroto selaku Dosen Pembimbing;
2. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Penguji Proposal Penelitian dan Penguji Sidang Karya Akhir;
3. Bapak Wawan Purwanto, SE. MM. selaku Ketua Ujian Sidang Karya Akhir;
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE. MM. selaku Dosen Mata Kuliah *Marketing Research*;

5. Bapak M. Zulashari Nst. selaku Direktur Sabrina Hotel School Jakarta beserta para staffnya;
6. Semua calon Mahasiswa SHS Jakarta, Mahasiswa SHS Jakarta, dan Karyawan hotel Mitra SHS Jakarta yang telah berkontribusi dalam pengisian kuesioner tesis ini.
7. Kedua orang tua penulis, Ayahanda H. Abdul Rojat dan Ibunda Hj. Munanilh yang tiada hentinya berdo'a dan selalu memberi dukungan kepada penulis.
8. Semua Dosen mata kuliah yang pernah penulis ikuti, karena berkat jasanya penulis mendapatkan nilai tambah yang tidak bisa dihitung nilainya.
9. Semua rekan-rekan mahasiswa Pascasarjana Magister Manajemen angkatan XVII tahun 2011 dan rekan mahasiswa yang pernah satu kelas dengan penulis yang telah saling memberi semangat sehingga tidak terasa semua kewajiban bisa terselesaikan.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mohon dibukakan pintu maaf yang sebesar-besarnya atas segala kesalahan kepada semua pihak yang terkait selama penyusunan tesis ini.

Jakarta, 19 Agustus 2013

Penulis,
Saddam Hussaen

DAFTAR TABEL

Tabel I.1.	Rata-rata Lama Tinggal Wisman dan Rata-rata Pengeluaran Wisman per kunjungan tahun 2003-2011	5
Tabel III.1.	Penelitian Terdahulu	78
Tabel IV.1.	Definisi Operasional Variabel	91
Tabel IV.2.	Kriteria Penerimaan Suatu Model	108
Tabel IV.3.	Uji Validitas Variabel Product	113
Tabel IV.4.	Uji Validitas Variabel Price	114
Tabel IV.5.	Uji Validitas Variabel Place	114
Tabel IV.6.	Uji Validitas Variabel Promotion	115
Tabel IV.7.	Uji Validitas Variabel People	115
Tabel IV.8.	Uji Validitas Variabel Physical Evidence	116
Tabel IV.9.	Uji Validitas Variabel Process	116
Tabel IV.10.	Uji Validitas Variabel Intention to Buy.....	117
Tabel IV.11.	Uji Reliabilitas	117
Tabel V.1.	Karakteristik Responden	119
Tabel V.2.	Hasil Uji Normalitas Data	122
Tabel V.3.	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Awal	123
Tabel V.4.	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Setelah Modifikasi ...	125
Tabel V.5.	Hasil Validitas Variabel Teramati	128
Tabel V.6.	Construct Reliability dan Variance Extracted	133

Tabel V.7.	Hasil Uji Kecocokan Model Structural Penelitian	134
Tabel V.8.	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	136



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.	Grafik Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman ke Indonesia Tahun 2007-2012	4
Gambar I.2.	Tingkat Penghunian Hotel (TPH) di Jakarta Tahun 2011-2012	6
Gambar I.3.	Perbandingan Jumlah Mahasiswa SHS Jakarta dan Permintaan Training/ Karyawan Hotel Mitra Kerjasama	7
Gambar I.4.	Permintaan Tenaga Daily Worker di Hotel Berbintang dan Restoran dari SHS Jakarta (perbulan)	8
Gambar II.1.	Struktur Operasional Sabrina Hotel School Jakarta	28
Gambar III.1.	Konsep Inti Pemasaran	35
Gambar III.2.	Bauran Pemasaran Jasa	42
Gambar III.3.	Proses antara evaluation of alternative dan purchase decisions ...	64
Gambar III.4.	Proses Keputusan Pembelian	65
Gambar III.5.	Kerangka Berfikir	82
Gambar V.1.	Model Pengukuran konstruk Variabel Penelitian	124
Gambar V.2.	Model Pengukuran konstruk Variabel Setelah Modifikasi	132
Gambar V.3.	Model Struktural	134

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	148
Lampiran 2	Data Hasil Isian Kuesioner	151
Lampiran 3	Hasil Uji Normalitas Data	159
Lampiran 4	Hasil Uji Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian	166
Lampiran 5	Hasil Uji Pengukuran Model Struktural	173
Lampiran 6	Hasil Korelasi antar Sub-Variabel Penelitian	177



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	
1.2.1. Identifikasi Masalah	10
1.2.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	
1.3.1. Maksud Penelitian	13
1.3.2. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	14
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah LPKP Sabrina Hotel School	16

2.2. Lingkup dan Bidang Usaha	19
2.3. Sumber Daya	20
2.4. Gedung dan Fasilitas	20
2.5. Human Resources (SDM)	21
2.6. Tantangan Bisnis/ Pesaing	30
2.7. Strategi Pemasaran	30

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS

3.1. Landasan Teori	
3.1.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	33
3.1.2. Pengertian Jasa	36
3.1.3. Pendidikan dan Pemasarannya	38
3.1.4. Bauran Pemasaran Jasa	40
3.1.4.1. Produk Jasa (<i>The Service Product</i>)	42
3.1.4.2. Tarif Jasa (<i>Price</i>)	45
3.1.4.3. Tempat/ Lokasi Pelayanan (<i>Place</i>)	48
3.1.4.4. Promosi (<i>Promotion</i>)	51
3.1.4.5. Sumber Daya Manusia (<i>People</i>)	55
3.1.4.6. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	56
3.1.4.7. Proses (<i>Process</i>)	58
3.1.5. Perilaku Konsumen	59

3.1.6. Persepsi Konsumen	61
3.1.7. Minat Beli (<i>Intention to Buy</i>) dan Keputusan Pembelian	62
3.2. Penelitian Terdahulu	66
3.3. Kerangka Penelitian	82
3.4. Hipotesis	83

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Waktu dan tempat penelitian	84
4.2. Desain Penelitian	84
4.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	
4.3.1. Jenis Data Riset	85
4.3.2. Metode Pengumpulan Data	86
4.4. Variabel dan Pengukuran Variabel Penelitian	88
4.4.1. Definisi Variabel Penelitian	88
4.4.2. Pengukuran Variabel Penelitian	91
4.5. Populasi dan Metode Sampling	
4.5.1. Populasi dan Jumlah Sampel	94
4.5.2. Metode Sampling	96
4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	97
4.7. Teknik Analisis Data	99
4.8. Pretest	
4.8.1. Uji Validitas Pretest	113

4.8.2. Uji Reabilitas Pretest	117
BAB V. HASIL DAN ANALISIS	
5.1. Pengumpulan Data	118
5.2. Karakteristik Responden	118
5.3. Pengolahan Data	
5.3.1. Uji Normalitas Data	121
5.3.2. Uji Kecocokan Model Pengukuran	
5.3.2.1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan	122
5.3.2.2. Validitas Variabel Teramati	127
5.3.2.3. Reliabilitas Model	129
5.3.3. Analisis Model Struktural	133
5.4. Pengujian Hipotesis Penelitian	135
5.5. Korelasi antar Sub-Variabel	137
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	141
6.2. Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN	148
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	178