



**FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN
LULUSAN SMA, ORANGTUA, DAN
MAHASIWA DALAM MEMILIH
PERGURUAN TINGGI DI CILEGON**

KARYA AKHIR

UNIVERSITAS
OLEH
MERCU BUANA
ALI FAOZIN
NIM: 55106020019

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2010**



**FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN
LULUSAN SMA, ORANGTUA, DAN
MAHASIAWA DALAM MEMILIH
PERGURUAN TINGGI DI CILEGON**

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGI SALAH SATU SYARAT
UNTUK MENYELESAIKAN PROGRAM PASKASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
OLEH
ALI FAOZIN
NIM: 55106020019

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2010**

ABSTRACT



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pertimbangan lulusan SMA, Orangtua, dan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Cilegon. Dengan mengambil sampel 90 responden yang meliputi kelompok SMA, Orangtua, dan Mahasiswa di wilayah Kota Cilegon.

Dari jumlah 35 faktor (variabel) tersebut dioperasionalkan dengan metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik quota sample. Scoring atas jawaban-jawaban responden menggunakan skala Likert. Sedangkan analisis data menggunakan *Friedman Two Way Anova* (Analisa Varian Dua Jalan Friedman) digunakan untuk menguji hipotesa komparatif 'k' sampel yang berpasangan (*related*). Untuk mengetahui hasil penelitian maka penulis menggunakan Analisa Statistik Non-Parametrik yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 17.0 for Windows

Dengan teknik tersebut diperoleh hasil penelitian sebagai berikut; Masing-masing kelompok yang diteliti yaitu; lulusan SMA, orangtua, dan mahasiswa memandang bahwa faktor-faktor unggulan yang dimiliki perguruan tinggi di Cilegon memiliki tingkat kepentingan berbeda baik oleh anggota masing-masing kelompok yang diteliti (SMA, OT, dan MHS) maupun oleh ketiga kelompok secara bersama-sama.

Ketiga kelompok yang diteliti menganggap faktor 'Produk Kolektif PT' yang meliputi fasilitas fisik PT, pengakuan kompetensi dan kualitas PT oleh lembaga berwenang, program, bahan dan waktu kuliah merupakan faktor yang paling berpengaruh. 'Lokasi dan Akses', 'Biaya dan Skema Pembayaran' memiliki tingkat kepentingan yang berbeda bagi ketiga kelompok, serta faktor 'Citra yang didapatkan dari promosi yang dilakukan' dan 'Kultural Sosial-Budaya/non-pemasaran' ('lainnya') memiliki tingkat kepentingan terendah.

Seharusnya perguruan tinggi membangun/ memperbaiki/ memelihara dan meningkatkan 'produk kolektif' yang dimilikinya karena faktor inilah yang dianggap paling penting oleh pasar. Dengan adanya fokus pada faktor ini maka akan menjadikan perguruan tinggi semakin menarik bagi para pelanggannya

PENGESAHAN

Judul : **Faktor-Faktor Pertimbangan Lulusan SMA,
Orangtua, dan Mahasiswa Dalam Memilih
Perguruan Tinggi Di Cilegon**

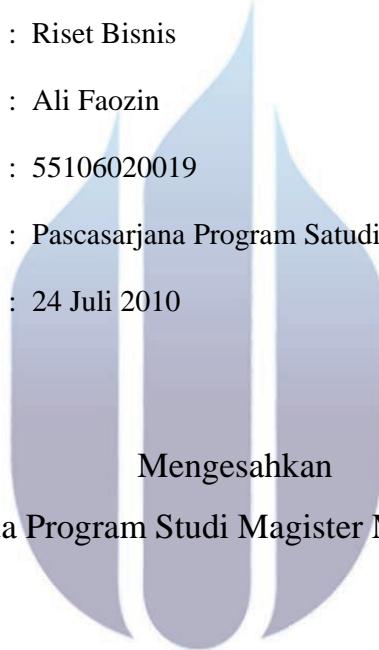
Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Ali Faozin

NIM : 55106020019

Program : Pascasarjana Program Satudi Magister Manajemen

Tanggal : 24 Juli 2010



UNIVERSITAS
Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D
MERCU BUANA
Pembimbing

Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, MSc

PERNYATAAN

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

Judul : **Faktor-Faktor Pertimbangan Lulusan SMA,
Orangtua, dan Mahasiswa Dalam Memilih
Perguruan Tinggi Di Cilegon**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Ali Faozin

NIM : 55106020019

Program : Pascasarjana Program Satudi Magister Manajemen

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

Karya ilmiah 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 jelas sumbernya dan
dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2010

Ali Faozin

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdullilah kami panjatkan atas kehadirat Allah SWT atas segala hidaya dan ridho-Nya sehingga kami dapat melaksanakan penelitian ilmiah ini menyusun tesis dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN LULUSAN SMA, ORANGTUA, DAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI DI CILEGON"**. Tesis ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dengan segala kemampuan dan keterbatasan dalam proses pembuatan tulisan ini, kami banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang sangat besar artinya dalam penyelesaian tesis ini. Pada kesempatan ini menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, MEC, Ph.D selaku Ketua Program Study Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

2. Bapak Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, M.Sc, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada kami.

3. Segenap staf pengajar atas bekal ilmu pengetahuan dan wawasan berfikir kami terhadap penulisan karya akhir ini.

4. Segenap Civitas Akademika STTIKOM Insan Unggul Cilegon yang telah memberikan dorongan dan semangat serta data-data yang kami perlukan dalam rangka penulisan karya akhir ini.

5. Keluarga besar kami yang telah memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan studi kami pada Program Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Angkatan 10 dan 11 Cilegon terutama teman satu perjuangan yang telah dengan penuh semangat mendorong agar dapat menyelesaikan perkuliahan dan penulisan karya akhir ini.
7. Istriku tercinta atas kesabaran dan pengorbanan dalam rangka menyelesaikan studi ini.
8. Berbagai pihak yang tidak mungkin kami sebutkan satu persatu atas bantuan, dorongan dan dukungan moril kepada kami.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan kepada kami dapat berguna bagi kemajuan kami dan semua pihak yang berkepentingan. Kami mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan yang ada. Kritik dan saran yang membangun akan kami terima dengan lapang dada bagi perkembangan ilmu kami dimasa yang akan datang. Atas perhatian semua kami mengucapkan terimakasih.

MERCU BUANA
Cilegon, April 2010

Ali Faozin

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------|------|
| ABSTRACT | i |
| ABSTRAK | ii |
| PENGESAHAN | iv |
| PERNYATAAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah-Masalah..... | 5 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian | 9 |
| 1.5. Sistematika Penulisan | 10 |

BAB II GAMBARAN UMUM PENDIDIKAN TINGGI

| | |
|--|----|
| 2.1 Sejarah Pendidikan Tinggi di Indonesia | 12 |
| 2.2 Kondisi Pendidikan Tinggi di Indonesia | 14 |
| 2.3 Struktur Pendidikan Tinggi di Indonesia | 15 |
| 2.3.1 Bentuk Perguruan Tinggi | 15 |
| 2.3.2 Jalur Pendidikan | 16 |
| 2.4. Gambaran Umum Pendidikan Tinggi di Cilegon..... | 17 |
| 2.5. Lingkup Pendidikan Tinggi..... | 21 |
| 2.6. Demografi Penduduk Kota Cilegon..... | 22 |

BAB III KAJIAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| 3.1. Kajian Pustaka | 24 |
| 3.1.1. Pengertian Pemasaran | 24 |
| 3.1.2. Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 25 |
| 3.1.2.1. Pengertian Produk | 26 |
| 3.1.2.2. Pengertian Harga | 27 |
| 3.1.2.3. Pengertian Tempat | 28 |
| 3.1.2.4. Pengertian Promosi | 29 |
| 3.1.3. Pengertian Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>) | 30 |
| 3.1.3.1. Pengertian Periklanan | 32 |
| 3.1.3.2. Pengertian Promosi Penjualan | 34 |
| 3.1.3.3. Pengertian Hubungan Masyarakat | 35 |
| 3.1.3.4. Pengertian Publisitas | 37 |
| 3.1.3.5. Pengertian Penjualan Secara Pribadi | 38 |
| 3.1.3.6. Pengertian Pemasaran Langsung | 39 |
| 3.1.4. Pengertian Prilaku Konsumen | 40 |
| 3.1.5. Pengertian Proses Pengambilan Keputusan Pembeli | 43 |
| 3.1.6. Pengertian Keinginan Membeli | 45 |
| 3.1.7. Pengertian Analisa Varian Dua Jalan Friedman | 47 |
| 3.2. Kerangka Pemikiran | 48 |
| 3.3. Hipotesis | 52 |

BAB IV OBJEK DAN METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Objek Penelitian | 53 |
| 4.2. Metode Penelitian | 53 |
| 4.2.1. Variabel Penelitian | 53 |
| 4.2.1.1. Identifikasi Variabel | 54 |
| 4.2.1.2. Operasionalisasi Variabel | 61 |
| 4.2.2. Populasi | 65 |
| 4.2.3. Metode Penarikan Sampel | 65 |
| 4.2.4. Teknik Pengumpulan Data | 66 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| 4.2.5. Metode Analisis Data | 67 |
| 4.2.6. Jadwal Penelitian | 73 |

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 5.1 Penelitian Awal | 74 |
| 5.2 Pelaksanaan Penelitian | 75 |
| 5.2.1 Pengumpulan Data | 75 |
| 5.2.2 Data Umum Responden Hasil Pengumpulan Data | 77 |
| 5.2.3 Tabulasi Data Hasil Penelitian | 92 |
| 5.2.4 Analisa Friedman Terhadap Data Hasil Penelitian | 96 |

BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

| | |
|----------------------|-----|
| 6.1 Kesimpulan | 106 |
| 6.2 Rekomendasi..... | 108 |

DAFTAR PUSTAKA 110

LAMPIRAN 112

RIWAYAT HIDUP 113

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel | 62 |
| Tabel 4.2 Jadwal Penelitian | 73 |
| Tabel 5.1 Data Umum Pelajar SMA | 78 |
| Tabel 5.1.1 Hasil Pemetaan Pelajar SMA | 79 |
| Tabel 5.1.2 Pelajar SMA Berdasarkan Sumber Informasi Utama PT | 80 |
| Tabel 5.2 Data Umum Orangtua | 81 |
| Tabel 5.2.1 Data Hasil Pemetaan Orangtua | 82 |
| Tabel 5.2.2 Orangtua Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terahir | 83 |
| Tabel 5.2.3 Orangtua Berdasarkan Sumber Informasi Utama PT | 83 |
| Tabel 5.3 Data Umum Mahasiswa | 85 |
| Tabel 5.3.1 Data Hasil Pemetaan Mahasiswa | 86 |
| Tabel 5.3.2 Mahasiswa Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terahir | 87 |
| Tabel 5.3.3 Mahasiswa Berdasarkan Sumber Informasi Utama PT | 87 |
| Tabel 5.4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 89 |
| Tabel 5.4.2 Responden Berdasarkan Usia | 89 |
| Tabel 5.4.3 Responden Berdasarkan Domisili | 89 |
| Tabel 5.4.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 90 |
| Tabel 5.4.5 Responden Berdasarkan Pemerhati PT atau Bukan | 90 |
| Tabel 5.4.6 Responden Berdasarkan Sumber Informasi Utama PT | 91 |
| Tabel 5.5.1 Tingkat Kepentingan Menurut Kelompok Pelajar SMA (Data Interval) | 93 |
| Tabel 5.5.2 Tingkat Kepentingan Menurut Kelompok Orangtua (Data Interval) | 94 |
| Tabel 5.5.3 Tingkat Kepentingan Menurut Kelompok Mahasiswa (Data Interval) | 95 |
| Tabel 5.6.1 Tingkat Kepentingan Menurut Kelompok Pelajar SMA (Data Ordinal) | 97 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 5.6.2 Tingkat Kepentingan Menurut Kelompok Orangtua (Data Ordinal) | 99 |
| Tabel 5.6.3 Tingkat Kepentingan Menurut Kelompok Mahasiswa (Data Ordinal) | 101 |
| Tabel 5.6.4 Tingkat Kepentingan Ketiga Kelompok (Data Interval) | 103 |
| Tabel 5.6.5 Tingkat Kepentingan Ketiga Kelompok (Data Ordinal) | 104 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1 Model Prilaku Pembeli | 48 |
| Gambar 3.2 Model Prilaku Komsumen | 49 |
| Gambar 3.1 Model Pengambilan Keputusan Konsumen | 50 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Nilai-Nilai Chi Kuadrat 112



UNIVERSITAS
MERCU BUANA