



**PENGARUH PROMOSI PADA MEDIA *ONLINE*, PERSEPSI BIAYA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KULIAH PADA PROGRAM KELAS
KARYAWAN UNIVERSITAS MERCU BUANA**



TESIS

UNIVERSITAS
Oleh:
MERCU BUANA
M. Azhar Satria

Nim: 55111120294

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
TAHUN 2015



**PENGARUH PROMOSI PADA MEDIA *ONLINE*, PERSEPSI BIAYA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KULIAH PADA PROGRAM KELAS
KARYAWAN UNIVERSITAS MERCU BUANA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Oleh:
M. Azhar Satria

Nim: 55111120294

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
TAHUN 2015

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh promosi *online*, persepsi biaya dan citra merek terhadap keputusan kuliah pada program kelas karyawan Universitas Mercu Buana

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Organisasi Pendidikan

Nama : M.Azhar Satria

NIM : 55111120294

Program : Magister Management

Tanggal : 16 Oktober 2015

Pembimbing Utama



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Prof. Dr. Ngadino Surip MS)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh promosi *online*, persepsi biaya dan citra merek terhadap keputusan kuliah pada program kelas karyawan Universitas Mercu Buana

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Organisasi Pendidikan

Nama : M. Azhar Satria

NIM : 55111120294

Program : Magister Management

Tanggal : 16 Oktober 2015

Merupakan hasil studi sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana 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, 16 Oktober 2015


(M. Azhar Satria)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Pengaruh Promosi *Online*, Persepsi Biaya dan Citra Merek terhadap Keputusan Kuliah pada program kelas karyawan Universitas Mercu Buana.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr Ngadino Surip MS, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Rina Astini, SE, MM, selaku Penguji pada seminar proposal yang telah memberikan banyak masukan dan memperdalam penelitian ini.
3. Dr. Farida dan Bp Priyono selaku Penguji pada Ujian Tesis yang menunjukkan bagaimana penelitian ini dapat dikembangkan dan dipertanggung jawabkan.

4. Prof Dr. Didik J Rachbini Msc. Ph.D. Direktur Program Pasca Sarjana, beserta segenap jajarannya yang telah erupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.
5. Dr. Augustina Kurniasih, ME, Ketua Program Studi yang telah memberikan segenap perhatiannya dalam mengakomodasi kebutuhan mahasiswa.
6. Kepada Istri tersayang Dwi Amelia, anak-anakku Denizfarra dan Archie yang telah memberikan motivasi dan waktu bahagia bersama. Kepada Mamah dan Ayah kami yang telah banyak mendukung dan mendoakan kami.
7. Kepada rekan Universitas Mercubuana team '404', kalian telah banyak menginspirasi dan mendorong saya menyelesaikan Tesis ini, semoga segala kebaikan dibalas oleh yang maha kuasa.
8. Kepada seluruh Dosen Universitas Mercu Buana, yang menginspirasi saya untuk terus maju dan menyelesaikan masa perkuliahan dengan baik.
9. Kepada seluruh staff administrasi Program Studi Magister Manajemen, Responden dan berbagai pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam pengembangan perkuliahan program kelas karyawan Universitas Mercu Buana dalam waktu mendatang.

M. Azhar Satria

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	15
BAB II DESKRIPSI ORGANISASI	17
2.1 Visi Universitas Mercu Buana	17
2.2 Misi Universitas Mercu Buana	17
2.3 Budaya Universitas Mercu Buana	17
2.4 Sejarah Perusahaan	18
2.5 Struktur Organisasi	20

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS..... 27

3.1	Kajian Pustaka	27
3.1.1	Teori Promosimedia <i>online</i>	27
3.1.1.1	<i>Website</i> (WWW).....	30
3.1.1.2	Display atau Banner.....	30
3.1.1.3	Format Kaya Media	31
3.1.1.4	Media Sosial	31
3.1.1.4.1	Kerangka Honeycomb media sosial.....	32
3.1.1.5	Email.....	34
3.1.1.6	<i>Search Engine</i> (mesin pencarian).....	35
3.1.1.7	Target beriklan berdasar perilaku	36
3.1.1.8	Dimensi Promosi <i>Online</i>	36
3.1.2	Persepsi Biaya	37
3.1.2.1	Tujuan penetapan harga	40
3.1.2.2	Dimensi persepsi biaya	41
3.1.3	Citra merek	42
3.1.3.1	Dimensi Citra merek.....	47

3.1.4	Keputusan Pembelian	47
3.1.4.1	Dimensi Keputusan Pembelian	50
3.2	Pengaruh variable Promosi <i>Online</i> (X1) terhadap variable Keputusan Kuliah pada program kelas karyawan Universitas Mercu Buana (Y)	51
3.3	Pengaruh variable Persepsi Biaya (X2) terhadap variable Keputusan Kuliah pada program kelas karyawan Universitas Mercu Buana (Y)	57
3.4	Pengaruh variable Citra merek (X3) terhadap variable Keputusan Kuliah di Program Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana (Y)	62
3.5	Model Penelitian	81
BAB IV METODE Riset		83
4.1	Obyek Penelitian	83
4.2	Metode Penelitian	83
4.2.1	Operasional Variable penelitian	83
4.2.2	Teknik Pengumpulan Data	92
4.2.3	Populasi	94
4.2.4	Teknik Pengambilan Data	94
4.2.5	Metode Pengolahan Data	95
4.2.6	Pengujian Instrumen	95
4.2.7	Pengujian Data Penelitian	98

4.2.8	Analisis Regresi Linear Berganda	100
4.2.9	Rancangan Uji Signifikansi	101
4.2.10	Analisis Dimensi	104
BAB V HASIL DAN ANALISA		107
5.1	Karakteristik Responden	107
5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	108
5.2.1	Uji Validitas data	108
5.2.2	Uji Reliabilitas Data	109
5.3	Uji Linieritas dan Asumsi Klasik	110
5.3.1	Uji Normalitas	110
5.3.2	Uji Multikolinearitas	111
5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	112
5.4	Analisis Regresi Linear Berganda	113
5.4.1	Persamaan Regresi	113
5.5	Uji Signifikasi	117
5.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	117
5.5.2	Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)	118
5.5.3	Uji Signifikasi Parameter Individu (Uji statistik t)	118

5.6 Analisis Antar Dimensi.....	120
BAB VI KESIMPULAN	122
6.1 Kesimpulan	122
6.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	131

