



**Strategi Marketing UHAMKA Untuk Meningkatkan
Literasi Mahasiswa**



Guwido Nur Rahmawati

55118110017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020



**Strategi Marketing UHAMKA Untuk Meningkatkan
Literasi Mahasiswa**

TESIS

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

Guwido Nur Rahmawati

55118110017

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020

PENGESAHAN TESIS

Judul : Strategi Marketing UHAMKA Untuk Meningkatkan Literasi Mahasiswa

Nama : Guwido Nur Rahmawati
NIM : 55118110017

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 09 Juni 2020

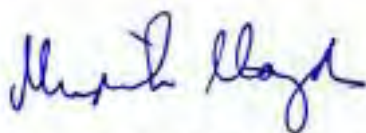
Mengesahkan
Pembimbing



(Dr. Mirza, ST, MM)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Pascasarjana



(Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi Magister
Management



(Dr. Dudi Permana, Phd)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Guwido Nur Rahmawati

NIM : 55118110017

Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul “*UHAMKA Marketing Strategy to Improve Student Literacy*”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 14 Mei 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 18 %.

Jakarta, 09 Juni 2020

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Strategi Marketing UHAMKA Untuk Meningkatkan
Literasi Mahasiswa

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Guwido Nur Rahmawati

NIM : 55118110017

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 09 Juni 2020

Merupakan hasil penelitian saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 09 Juni 2020



(Guwido Nur Rahmawati)

ABSTRACT

This study aimed to determine, analyze and test the effect of UHAMKA's marketing strategy to improve college student literacy by looking at several factors, namely the role of the family, motivation, ICT development, library facilities and university curriculum. This study used a survey method with a questionnaire. The sampling technique used is non probability sampling, namely accidental sampling. The population in this study were active college students in the Faculty of Pharmacy and Science of UHAMKA, with a total sample of 95 respondents. The analysis technique that used was multiple linear regression. The results of the study were as follows: (1) The role of parents had a positive but not significant effect of 0.058 on reading interest; (2) Motivation had a positive but not significant effect on reading interest in the value of 0.055; (3) The development of ICT had a positive but not significant effect on reading interest, the value is 0.530; (4) Library facilities had a positive but not significant effect on reading interest, the value is 0.772; (5) Curriculum of college had a positive and significant effect on reading interest, the value is 0.000. The role of the family, motivation, ICT development, library facilities and higher education curriculum together influenced the interest in reading which could be seen from the $F_{count} > F_{table}$ that was $14,271 > 0.056$.

Keywords: *College Student Literacy, Interest in Reading, Family, Motivation, ICT Development, Library Facilities, Higher Education Curriculum.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menguji pengaruh strategi marketing UHAMKA untuk meningkatkan literasi mahasiswa dengan melihat dari beberapa faktor yaitu peran keluarga, motivasi, perkembangan ICT, sarana perpustakaan dan kurikulum perguruan tinggi. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Adapun populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Fakultas Farmasi dan Sains UHAMKA, dengan jumlah sampel sebesar 95 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian sebagai berikut: (1) peran orang tua berpengaruh positif namun tidak signifikan besar nilainya 0.058 terhadap minat baca (2) motivasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat baca besar nilainya 0.055 (3) perkembangan ICT berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat baca besar nilainya 0.530 (4) sarana perpustakaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat baca, besar nilainya 0.772 (5) kurikulum perguruan tinggi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat baca, besar nilainya 0.000. Peran keluarga, motivasi, perkembangan ICT, sarana perpustakaan dan kurikulum perguruan tinggi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat baca yang dapat dilihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $14.271 > 0.056$.

Kata Kunci : Literasi Mahasiswa, Minat Baca, Keluarga, Motivasi, Perkembangan ICT, Sarana Perpustakaan, Kurikulum Perguruan Tinggi.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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: Strategi Marketing UHAMKA Untuk Meningkatkan Literasi Mahasiswa.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak atas kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Mirza, ST, MM sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dudi Permana, Phd selaku Ketua Sidang ujian tesis dan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Ririn Wulandari, SE., MM selaku Penguji pada sidang tesis ini.
4. Mas'ud Syaiful, S.IP selaku Kordinator Perpustakaan Fakultas Farmasi dan Sains UHAMKA yang telah memberikan informasi data yang dibutuhkan pada penelitian ini.
5. Dr. Hadi Sunaryo, M.Si., Apt selaku Dekan Fakultas Farmasi dan Sains UHAMKA yang telah memberikan izin serta mensupport terhadap penyelesaian pendidikan di Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
6. Risna KD, S.S, yang telah memberikan support terhadap penyelesaian pendidikan di Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
7. Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta jajarannya.
8. Seluruh Dosen di Program Studi Magister Manajemen dan Para Staf Administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

9. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada orangtua dan keluarga yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis juga menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lanjut agar benar-benar bermanfaat. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih bagi kita semua untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang strategi marketing dan khususnya perbaikan serta pengembangan mengenai literasi mahasiswa di Fakultas Farmasi dan Sains UHAMKA.



Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Hal
COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN <i>SIMILIARITY</i>	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.4.1 Maksud Penelitian	11
1.4.2 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	12
1.5.1 Secara Teoritis	12
1.5.2 Secara Praktis	12
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Minat Membaca	13
2.1.2 Keluarga	16
2.1.3 Motivasi	17
2.1.4 Perkembangan ICT	18
2.1.5 Sarana Perpustakaan	19
2.1.6 Kurikulum Perguruan Tinggi	20
2.1.7 Teori Perilaku Berencana	21
2.2 Penelitian Terdahulu (<i>Theory Planned Behavior</i>)	21
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III	
METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian Kuantitatif	34
3.2 Variabel dan Pengukuran Variabel	34
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	38
3.4 Populasi dan Metode Sampling	39
3.5 Metode Analisis	40
BAB IV	
PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Universitas	44

4.1.1 Sejarah Singkat UHAMKA	44
4.1.2 Visi Misi UHAMKA	45
4.1.3 Sumber Daya di UHAMKA	46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Profil Responden	47
4.2.2 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	48
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	51
4.3.1 Uji Multikolinearitas	51
4.3.2 Uji Auto Korelasi	52
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.3.4 Uji Normalitas	54
4.3.5 Uji Linearitas	55
4.4 Hasil Uji Hipotesis	56
4.4.1 Nilai Determinasi (Fit Model)	56
4.4.2 Hasil Pengaruh Secara Parsial	57
4.5 Pembahasan	61
4.5.1 Pengaruh Peran Keluarga Terhadap Minat Baca	61
4.5.2 Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Baca	63
4.5.3 Pengaruh Perkembangan ICT Terhadap Minat Baca	65
4.5.4 Pengaruh Sarana Perpustakaan Terhadap Minat Baca	67
4.5.5 Pengaruh Kurikulum Perguruan Tinggi Terhadap Minat Baca	68
4.5.6 Hasil Korelasi Antar Dimensi	63
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Akademisi	76
5.2.2 Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Hal
Tabel 1.1	Hasil Pra Survei	6
Tabel 2.1	Mapping Jurnal Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	34
Tabel 3.2	Jenis dan Metode Pengumpulan Data	38
Tabel 4.1	Profil Responden	48
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	50
Tabel 4.3	Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.4	Uji Auto Korelasi	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas Data	54
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan R^2 New	56
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan R^2 Old	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Nilai Determinasi	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Pengaruh Secara Parsial	58
Tabel 4.11	Hasil Rangkuman Uji Hipotesis Penelitian	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Korelasi Dimensi	69


 UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

	Hal	
Gambar 1.1	Statistik Pengunjung Perpustakaan Tahun 2017	4
Gambar 1.2	Statistik Pengunjung Perpustakaan Tahun 2018	4
Gambar 1.1	Statistik Pengunjung Perpustakaan Tahun 2019	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	53



DAFTAR LAMPIRAN

		Hal
Lampiran 1	Hasil <i>Uji Similarity</i>	85
Lampiran 2	Kuesioner Pra Survei	95
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 4	Profil Responden	102
Lampiran 5	Validitas X ₁ (keluarga)	105
Lampiran 6	Validitas X ₂ (motivasi)	108
Lampiran 7	Validitas X ₃ (perkembangan ICT)	109
Lampiran 8	Validitas X ₄ (perkembangan sarana prasarana)	111
Lampiran 9	Validitas X ₅ (kurikulum perguruan tinggi)	113
Lampiran 10	Validitas Y (minat baca)	115
Lampiran 11	Realibilitas X ₁ (keluarga)	117
Lampiran 12	Realibilitas X ₂ (motivasi)	118
Lampiran 13	Realibilitas X ₃ (perkembangan ICT)	119
Lampiran 14	Realibilitas X ₄ (perkembangan sarana prasarana)	120
Lampiran 15	Realibilitas X ₅ (kurikulum perguruan tinggi)	121
Lampiran 16	Realibilitas Y (minat baca)	122
Lampiran 17	Hasil Uji Normalitas	123
Lampiran 18	Hasil Uji Auto Korelasi	124
Lampiran 19	Hasil Uji Multikolinearitas	125
Lampiran 20	Hasil Uji Regresi Berganda	126
Lampiran 21	Surat Izin Penelitian	134