



**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MEMILIH KULIAH DI PERGURUAN TINGGI**
(Studi Pada Program Studi Manajemen Regular-1 Meruya Universitas Mercu Buana)

TESIS

Diajukan Sebagai Salah satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Magister Manajemen

OLEH
SARMAWI
5511412 0299

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2020**

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the decision to choose a higher education institution through the effect of price, price perception and promotion (a survey of the Management Study Program S1 Regular 1 Meruya Mercuru Buana University). The study population was regular students 1. The total sample was 393 students as respondents. The sampling method used was purposive sampling. The analysis method used is structural equation modeling with Smart PLS software. The results showed that price and product had a significant effect on the decision to choose a university, perceived price had a significant effect on the decision to choose a university, brand image had a significant effect on the decision to choose a university at Mercuru Buana University. The strongest influence is shown by the promotion variable, the strongest dimensional influence is shown by the technology (facilities) of education on the variable of college selection decisions.

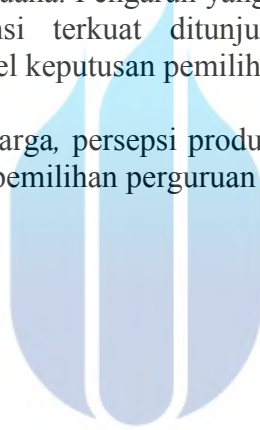
Key words : the effect of price, product perception, promotion, purchasing decisions, college selection decisions

UNIVERSITAS
MERCURU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Melalui Pengaruh harga, Persepsi Harga dan Promosi (Survei terhadap Program Studi Manajemen S1 Reguler 1 Meruya Universitas Mercu Buana). Populasi penelitian adalah mahasiswa reguler 1. Jumlah sampel sebanyak 393 mahasiswa sebagai responden. Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah *structural equation modeling* dengan *software Smart PLS*. Hasil penelitian menunjukkan Harga dan Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi, berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi Universitas Mercu Buana. Pengaruh yang terkuat ditunjukkan oleh variabel promosi, pengaruh dimensi terkuat ditunjukkan oleh teknologi (fasilitas) pendidikan terhadap variabel keputusan pemilihan perguruan tinggi

Kata kuncinya: pengaruh harga, persepsi produk, *promosi*, keputusan pembelian, keputusan pemilihan perguruan tinggi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Kuliah Di Perguruan Tinggi (Studi Pada Program Studi Manajemen Regular-1 Meruya Universitas Mercu Buana)

Nama : **Sarmawi**

NIM : 55114120299

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 28 September 2020

Mengesahkan

Pembimbing


(Dudi Permana, Ph.D)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dudi Permana, Ph.D)

PERNYATAAN SEMILARITY CHECK

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

Nama : **Sarmawi**
NIM : 55114120299
Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul

Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Kuliah Di Perguruan Tinggi
(Studi Pada Program Studi Manajemen Regular-1 Meruya Universitas Mercu Buana)

Telah dilakukan pengecekan similarity dengan system Turnitin Tanggal 3 Oktober 2020
didapatkan nilai persentase sebesar 27 %

Jakarta, 3 Oktober 2020

Administrasi Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Arie Pangudi, A.Md.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenr-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Kuliah Di Perguruan Tinggi (Studi Pada Program Studi Manajemen Regular-1 Meruya Universitas Mercu Buana)

Nama : Sarmawi

NIM : 55114120299

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 28 September 2020

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

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

Jakarta, 28 September 2020



(Sarmawi)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, penulis panjatkan atas segala rahmat, hidayah dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul "Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Kuliah Di Perguruan Tinggi (Studi Pada Program Studi Manajemen Reguler-1 Meruya Universitas Mercu Buana)."

Tesis ini ditulis guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana, Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian tesis ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku dosen pembimbing dan selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis juga berterima kasih kepada Penguji ujian Seminar Proposal dan Sisang Tesis (Ibu Dr. Aldhina), dan Ketua Sidang Tesis (Bapak Dr. Zulfitri), Direktur Program Pascasarjana (Bapak Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus), beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif pada program Pascasarjana. Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf TU Pascasarjana (khususnya TU MM, Mba Nina Nurbaiti,


Mas Tri Aji Pebrianto, Arie Pangudi dan Mas Rio) yang telah banyak membantu penulis dalam proses menyelesaikan Tesis. Terima kasih yang terdalam untuk Kepala Biro Administrasi Keuangan Universitas Mercu Buana (Bapak Edy Suryadi, SE, M.Ak.) dan seluruh tim khususnya teman-teman di unit Biro Administrasi Keuangan Universitas Mercu Buana (Mba Sigit, Seva, Hari, Dolly, Fareza, Gita, Farid, Sarif, Imam, Yani dan Yody) dan Bapak Warto, SE, MM. yang saya anggap sebagai orang tua di Unit Biro Adminisntrasi Keuangan Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan nasehat selama menjabat di Biro Administrasi Keuangan Universitas Mercu Buana, yang banyak memberikan dukungan kepada penulis sampai penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas semangat, dukungan dan do'a yang tak pernah putus dari (alm) ayahanda dan Ibunda tercinta (alm. Bapak H. Mursidi & Ibu Hj. Sariah), Istri tersayang (Wenny Pramua Dhani), anak terkasih (Muhuammad Dhavien Azizi), dan kakak-kakak terhebat yang selalu ada untuk penulis dalam kondisi apapun.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah materi Keputusan Memilih Perguruan Tinggi.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebaikan dan selalu mencurahkan hidayahNya untuk kita semua, Amin.

Jakarta, 28 September 2020

Penulis



(Sarmawi)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
LERMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN SEMILARITY	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	7
1.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian.....	8
1.2.2. Perumusan Masalah Penelitian.....	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.1.1. Perilaku Konsumen	11
2.1.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.1.1.2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen...	13
2.1.2. Pengetahuan Kosumen (<i>Costumer Knowledge</i>)	16
2.1.2.1. Pengertian Pengetahuan Konsumen	16

2.1.2.2.	Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
2.1.3.	Pemasaran Dalam Pendidikan	20
2.1.4.	Pemasaran Jasa	23
2.1.4.1.	Karakteristik Jasa dan Layanan	24
2.1.5.	Keputusan Memili Perguruan Tinggi	26
2.1.5.1.	Pengertian Keputusan Pembelian (<i>Consumer Decicion Making</i>).....	26
2.1.5.2.	Faktor ang Mempengaruhi Keputusan Pembelian... ..	27
2.1.6.	Pengertian Produk.....	31
2.1.7.	Pengertian Harga	33
2.2.	Kualitas Pendidikan	34
2.2.1.	Pengertian Kuliatas Pendidikan	34
2.2.2.	Makna Strategi Pendidikan	35
2.2.3.	Proses Pendidikan di Perguruan Tnggi.....	36
2.2.4.	Karakteristik Jasa	37
2.3.	Penelitian Terdahulu	38
2.4.	Kerangka Pemikiran.	44
2.4.1.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan dalam Memilih Perguruan Tinggi.	44
2.4.2.	Pengaruh Produk terhadap Keputusan dalam Memilih Perguruan Tinggi.....	45
2.4.3.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan dalam Memilih Perguruan Tinggi.....	48
2.5.	Hipotesis Penelitian.	50
BAB III	METODE PENELITIAN	51
3.1.	Objek Penelitian.....	51
3.2.	Variabel Penelitian.....	51
3.2.1.	Definisi Konsep	52
3.2.2.	Definisi Operasional.	52

3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.3.1.	Populasi	54
3.3.2.	Sampel	54
3.4.	Metode Pengumpulan Data	56
3.5.	Metode Analisis Data	57
3.5.1.	Analisa Data Deskriptif	57
3.5.2.	Analisis SEM (<i>Structural Equation Model</i>)	57
3.5.2.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.5.2.2.	Analisis <i>Structural Equation Model</i>	59
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1.	Deskripsi Universitas Mercu Buana.	65
4.1.1.	Sejarah Perusahaan.	65
4.1.2.	Lingkup dan Bidang Usaha.....	65
4.1.3.	Sumber Daya.....	69
4.1.4.	Tantangan Bisnis.....	72
4.1.5.	Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis.....	74
4.2.	Hasil Penelitian.....	76
4.2.1.	Karakteristik Responden.....	76
4.2.2.	Hasil Analisis Data.....	78
4.2.2.1.	Deskriptif Data Penelitian.....	78
4.2.2.2.	Varibael Harga.....	79
4.2.2.3.	Variabel Produk	80
4.2.2.4.	Variabel Promosi	82
4.2.2.5.	Variabel Keputusan	83
4.2.3.	Analisis Data.....	85
4.2.3.1.	Mengembangkan Model SEM	85
4.3.	Pembahasan.	92

4.3.1.	Uji Struktural Model (Inner Model)	92
4.3.2.	Uji Hipotesis.	95
4.4.	Analisis Hipotesis.	97
4.4.1.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi	97
4.4.2.	Pengaruh Produk terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi	98
4.4.3.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi	99
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1.	Kesimpulan.	101
5.2.	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.	103
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		



 UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Akreditasi Perguruan Tinggi Kompetitor yang memiliki Program Studi Manajemen.....	3
Tabel 1.2	Jumlah Mahasiswa Baru Program Studi Manajemen S1 Reguler 1 Meruya dalam 5 (lima) tahun terakhir Kampus Meruya	4
Tabel 1.3	Biaya Mahasiswa Baru Program Studi Manajemen S1 dalam 5 (lima) Tahun Terakhir	5
Tabel 1.4	Hasil <i>Pre Study</i> Terhadap Mahasiswa Manajemen S1 Universitas Mercu Buana	6
Tabel 3.1	Variabel Penelitian	52
Tabel 3.2	Jumlah Mahasiswa Baru Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana	54
Tabel 4.1	Jumlah Tenaga Kependidikan dan Tenaga Pendidik.....	71
Tabel 4.2	Karakteristik Responden	76
Tabel 4.3	<i>Descriptive Statistics</i> Variabel.....	78
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel Harga.....	79
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel Produk.....	80
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Promosi.....	82
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan.....	83
Tabel 4.8	Ringkasan <i>Outer Loadings</i>	87
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	89
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Construct Reliability dan Validity</i>	90
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity Cross Loading</i>	90
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Locker Criteria</i>	92
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Nilai R-Square (R²)</i>	93
Tabel 4.1.4	Hasil Uji Pengaruh Antar Variabel	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penawaran jasa Pendidikan	22
Gambar 2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
Gambar 2.3 Model Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	32
Gambar 4.1. Logo Universitas Mercu Buana	66
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Universitas Mercu Buana	70
Gambar 4.3. Alur Penerimaan Mahasiswa Baru Mercu Buana	75

