

## KATA PENGANTAR

Yang pertama dan terutama, penulis dengan segala kerendahan hati menaikkan segala puji, hormat, juga ucapan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena kebaikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Spesifikasi Program, Biaya Kuliah, Promosi dan Lokasi Kampus Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Telkom Applied Science School Bandung. Tesis ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pasca sarjana (S-2) Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, atas berkat, rahmat dan kasih setia-Nya selama ini sehingga penulis masih diberikan kesehatan dan kemampuan serta kesempatan untuk menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Dr. Maya Ariyanti. SE. MM, selaku pembimbing atas segala kesabaran, bimbingan, saran, inspirasi, motivasi dan segala arahan yang diberikan kepada penulis selama proses bimbingan.
3. Ibu Dewi K. Soedarsono, MSi, dan Bapak Dr. Yudi Pramudiana, Ir., MM, MT, selaku tim penguji sidang proposal tesis.
4. Bapak Prof. Dr.Hiro Tugiman, Ak., QIA., CRMP, dan Bapak Dadan Rahadian, ST., MM, selaku tim penguji sidang tesis.
5. Istri dan Anak Tercinta, Cindra Nur Sugismanti dan Xavier Andriandra Dillak atas kesabaran, perhatian, kasih sayang, doa, dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, Mea Marthen Dillak dan Emilia Dillak LoE Mau, atas segala cinta, kasih sayang, perhatian, doa, dan pengorbanan yang tiada putusnya yang diberikan kepada penulis.
7. Mertua tercinta dari penulis, Bapak Abdul Rasyid Toro dan Ibu Nurmalasari, atas segala cinta, kasih sayang, perhatian, dan doa yang tiada putusnya diberikan kepada penulis.

8. Adikku tersayang, Heru Christian Dillak dan Indry Widya Gusti serta Vaya Juliana Dillak dan Wahyu atas perhatian, kasih sayang, dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis, Hendry, Danang, Anak Agung Gde Agung, Wardani Muhamad, Magdalena Karismariyanti, Irna Yuniar, Novy Gilang P, Rani Ginawati Yuniar, Febianti Roris Marini, Putri Mubdiani terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan bantuannya selama ini.
10. Kepada sahabat-sahabat di GP GPIB Maranatha Bandung, terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan bantuannya selama ini.
11. Teman-Teman MM eks 24, teman seperjuangan yang selalu kompak dan saling memberi semangat.
12. Civitas Akademika Telkom Business School yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
13. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Program Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Telkom.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis, selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan pengetahuan penulis, maka hasil penelitian ini masih perlu disempurnakan. Karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis memohon segala kritik dan saran demi perbaikan hasil penelitian ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang mau memanfaatkannya.

Bandung, Agustus 2014

Rixard George Dillak



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Tinjauan Objek Penelitian Telkom Applied Science School .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	7
1.3 Identifikasi Masalah .....	14
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Kegunaan Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	16
2.2 Bauran Pemasaran .....	17
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	17
2.2.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	17
2.3 Promosi.....	20
2.3.1 Pengertian Promosi.....	21
2.3.2 Bauran Promosi.....	21
2.3.3 Tujuan Kegiatan Promosi.....	22
2.4 Perilaku Konsumen .....	23
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	23
2.4.2 Model Perilaku Konsumen .....	25
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	25
2.5 Proses Pembelian Konsumen .....	28
2.5.1 Peran Pembelian .....	28
2.5.2 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Pembelian .....	29

2.5.3 Struktur Keputusan Pembelian .....	31
2.6 Penelitian Terdahulu.....	33
2.7 Kerangka Pemikiran.....	34
2.8 Hipotesis.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Operasional Variabel .....	36
3.3 Tahapan Penelitian .....	39
3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	41
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.5.1 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Pengujian Instrumen.....	45
3.6.1 Uji Validitas .....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	50
3.7 Analisis Data .....	52
3.7.1 Teknik Pengolahan Data.....	52
3.7.2 Teknik Analisis Data.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	62
4.1.1 Karakteristik Responden .....	62
4.1.2 Deskripsi Data Penelitian .....	66
4.1.2.1 Data Tanggapan Tentang Spesifikasi Program ..	66
4.1.2.2 Data Tanggapan Tentang Biaya Kuliah .....	69
4.1.2.3 Data Tanggapan Tentang Promosi .....	71
4.1.2.4 Data Tanggapan Tentang Lokasi .....	74
4.1.2.5 Data Tanggapan Tentang Keputusan Memilih Tempat Kuliah .....	76
4.1.3 Hasil Pengujian <i>Structural Equation Modeling</i> .....	78

4.1.3.1	Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Measurement/Outer Model</i> ) .....	79
4.1.3.2	Uji Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	82
4.1.3.3	Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Structural/Inner Model</i> ) .....	83
4.1.3.4	Pengujian Hipotesis .....	84
4.2	Pembahasan .....	91
4.2.1	Pengaruh Spesifikasi Program terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung .....	91
4.2.2	Pengaruh Biaya Kuliah terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung .....	91
4.2.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung .....	92
4.2.4	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung .....	92
4.2.5	Pengaruh Spesifikasi Program, Biaya Kuliah, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Telkom Applied Science School Bandung .....	93
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan .....	94
5.2	Saran .....	95
5.2.1	Saran Praktis .....	95
5.2.2	Saran Akademik .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	97

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Tabel Jumlah Mahasiswa per Program Studi Diploma 3 Perguruan Tinggi Di Bandung .....	8
Tabel 1.2	Pertumbuhan Jumlah Mahasiswa Telkom Applied Science School.....	10
Tabel 1.3	Jumlah Pendaftar Jenjang Strata 1 dan Jenjang Diploma III.....	11
Tabel 1.4	Lowongan Kerja Terdaftar di Indonesia Menurut Pendidikan dan Jenis Kelamin Tahun 2011.....	11
Tabel 1.5	Perbandingan biaya kuliah Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan program diploma tiga.....	12
Tabel 3.1	Operasional Variabel .....	37
Tabel 3.2	Jumlah Sampel Masing-masing Program Studi .....	43
Tabel 3.3	Kriteria Jawaban dan Skoring Penilaian Responden .....	45
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Kuesioner Spesifikasi Program .....	47
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Kuesioner Biaya Kuliah .....	48
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Kuesioner Promosi .....	48
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Kuesioner Lokasi .....	49
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Memilih .....	49
Tabel 3.9	Intepertasi Koefisien Reliabilitas .....	51
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian .....	51
Tabel 3.11	Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden .....	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden .....	63
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Sekolah Menengah .....	64
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lulusan Pendidikan Menengah .....	65

Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Kurikulum Pendidikan .....	66
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Keragaman Spesifikasi Program .....	67
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pendidikan .....	67
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Jaminan Pendidikan .....	68
Tabel 4.8	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Spesifikasi Program .....	68
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Biaya Kuliah .....	69
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Keterjangkauan Biaya Kuliah .....	69
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Keringanan Pembayaran Biaya Kuliah .....	70
Tabel 4.12	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Biaya Kuliah .....	70
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Pesan dalam Iklan .....	71
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Promosi .....	71
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Tentang Keanekaragaman Media Promosi .....	72
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Pesan Penjualan Langsung .....	72
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Tentang Publisitas Melalui Humas .....	73
Tabel 4.18	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Promosi .....	73
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Kestrategisan Lokasi Perguruan Tinggi .....	74
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Kemudahan Menjangkau Lokasi Perguruan Tinggi .....	74
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Kedekatan Lokasi Perguruan Tinggi Dengan Lingkungan Pendidikan Lainnya .....	75
Tabel 4.22	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Lokasi .....	75



Tabel 4.23	Tanggapan Responden Tentang Daya Kesesuaian dengan Kebutuhan dan Keinginan .....	76
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Tentang Prioritas Pemilihan Tempat Kuliah ...	76
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan .....	77
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Tentang Kepuasan .....	77
Tabel 4.27	Rekapitulasi dan Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Keputusan Memilih Tempat Kuliah .....	78
Tabel 4.28	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Spesifikasi Program (X1) .....	80
Tabel 4.29	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Biaya Kuliah (X2).....	80
Tabel 4.30	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Promosi (X3 ).....	81
Tabel 4.31	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Lokasi (X4) .....	81
Tabel 4.32	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Keputusan Memilih Tempat Kuliah (Y) .....	82
Tabel 4.33	Nilai R-Square .....	83
Tabel 4.34	Hasil Pengujian <i>Inner Weight</i> .....	86
Tabel 4.35	Hasil Pengujian <i>Inner Weight</i> .....	87
Tabel 4.36	Hasil Pengujian <i>Inner Weight</i> .....	88
Tabel 4.37	Hasil Pengujian <i>Inner Weight</i> .....	89

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Nama Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	25
Gambar 2.2	Tahap-tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian .....	29
Gambar 2.3	Tahap-tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	31
Gambar 2.4	Kerangka Konsep Pemikiran.....	35
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian .....	41
Gambar 4.1	Koefisien Standarisasi Permodelan Persamaan Struktural .....	79
Gambar 4.2	Diagram Jalur Pada Pengujian Hipotesis .....	85