

**Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan
Konsumen Memilih Tempat Kursus Komputer Palcomtech**

Palembang



Skripsi Oleh :

Ayu Wulandari

01061001014

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat – Syarat

Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

INDERALAYA

2010

658.821 of
mul
a
e-100379
2010

Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan

Konsumen Memilih Tempat Kursus Komputer Palcomtech

Palembang



Skripsi Oleh :

Ayu Wulandari

01061001014

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat – Syarat

Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

INDERALAYA

2010

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**NAMA : AYU WULANDARI
NIM : 01061001014
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH TEMPAT KURSUS
KOMPUTER PALCOMTECH PALEMBANG**

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PESETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal 15 Januari 2010 Ketua


: _____

**Drs. Machmud Syahidin
NIP. 19460415 197404 1 001**

Tanggal 15 Januari 2010 Anggota


: _____

**Drs. Thomas Handy
NIP. 19520921 198103 1 006**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

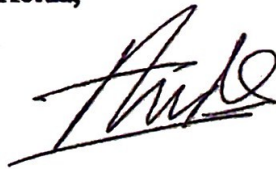
TANDA PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**NAMA : AYU WULANDARI
NIM : 01061001014
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH TEMPAT KURSUS
KOMPUTER PALCOMTECH PALEMBANG**

Telah dilaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 2 Februari 2010 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 10 Februari 2010

Ketua,



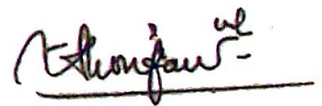
Drs. H. Machmud Syahidin
NIP 19460415 197404 1 001

Anggota,



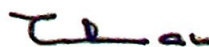
Drs. Thomas Handy
NIP 19520921 198103 1 006

Anggota,



Hj. Nofiawaty, SE, MM
NIP 19691108 199401 2001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP 19560701 198503 1003

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Saya tidak peduli seberapa baik Anda, tetapi Saya lebih baik “

” Hidup adalah anugerah, maka syukurilah apa saja yang telah Tuhan berikan kepada kita

Kupersembahkan Untuk :

Allah SWT

Keluarga Tercinta

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T, karena atas izinNya jualah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul : **Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Tempat Kursus Komputer Palcomtech Palembang**. Penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian Perusahaan, Bab IV Gambaran Umum Perusahaan, Bab V Analisis dan Pembahasan, dan Bab VI Kesimpulan dan Saran.

Jenis data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.(i) Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner yang kemudian diolah penulis untuk dijadikan bahan penganalisaan dari pokok permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya.(ii) Data Sekunder adalah jenis data yang diperoleh melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya, baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan empat faktor yang mempengaruhi konsumen memilih tempat kursus komputer Palcomtech Palembang yaitu faktor tenaga pengajar dan pelayanan, faktor produk dan tempat, faktor harga dan faktor promosi.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan manajemen perusahaan dan bahan masukan akademisi bagi penelitian manajemen pemasaran.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kelemahan, kekurangan serta jauh dari sempurna dalam penyajiannya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan tanggapan untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Palembang, Januari 2010

Penulis

Ayu Wulandari

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak berupa moril, materil, bimbingan maupun petunjuk yang sangat berguna. Oleh karena itu penulis merasa berkewajiban untuk menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu **Prof. Dr. Badia Parizade, MBA** selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak **Dr. Syamsurijal, Ak** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak **Drs. Yuliansyah M. Diah** selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak **Drs. Kosasih M. Zen** selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
5. Bapak **Drs. Macmud Syahidin** selaku Ketua Pembimbing Skripsi, yang telah mencurahkan pikiran serta meluangkan waktu dalam memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak **Drs. Thomas Handy** selaku Anggota Pembimbing Skripsi, yang telah mencurahkan tenaga dan pikiran serta meluangkan waktu dalam memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
7. Ibu **Aslamia Rosa, SE., M.Si** selaku Penasehat Akademik.
8. Semua pihak di **Palcomtech Palembang**, **Mbak Vivi** dan semua karyawan Palcomtech Palembang, terima kasih atas bantuan data dan sikap yang kooperatif.
9. Kedua orang tuaku tercinta Ayahnda "**H.A. Rahim**" dan Ibunda "**Hj. Rasmala Dewi**", kedua adikku **Nur Indah Pratiwi** dan **Khoirunnisa Oktavianty** serta keluarga yang selalu menyertai perkembangan dan

- kedewasaanku terima kasih untuk seluruh kasih sayang, do'a, materil, fasilitas dan dukungan yang sangat berarti bagi hidupku.
10. **Rudi Juharni, ST.**, yang selalu ada baik dalam suka maupun duka dan senantiasa selalu menyupport dan membantu dalam penyelesaian skripsi baik moril maupun materil. Luv u so kang...
 11. **TOSKA (Alfa, Iwi, Ochie, Tasha N Ocha)** tersayang yang merupakan sahabat terbaik aku dari masa SMP dan sampai sekarang yang selalu mendengarkan keluhan aku dan berbagai masalah yang aku hadapi. Trima kasih sudah mengisi hari-hari hidup aku dan hidup ini menjadi lebih berarti dengan hadirnya kalian.
 12. **Sherly N Winta** tersayang, sahabat masa SMA yang sekarang udah jarang ngumpul. Kapan kumpul lagi??
 13. **asSoy** tercinta kedua belas sahabat ku (**Apri, Dina, Dean, Chaye, Hane, Eka, Ika, Maci, Yaya, Yuyun, Jupe dan Alin**) yang selalu bersama dari kuliah semester khusus pertama hingga sekarang. Ayu sayang kalian,,walaupun terkadang ada singgungan antara kita.
 14. **Gajul (Lukman, Ade, Ijal, dan bastian)**, trima kasih untuk persahabatan yang indah.
 15. Teman-teman manajemen 2006 yang merupakan teman dan sekaligus saudara dan keluarga, **khalid, Uwak, Yudi, Angga, Samsu, Ellin, Yulis, Kiki, Lia, Keket, Novi, Royda, Dc, Hadi, Abi, Salim, Basyar, Suhe** dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
 16. Temen-temen satu PA, **Maci, Eka, Destri, Udin, Agung dan Bastian** terima kasih atas kerja samanya selama ini.

17. Seluruh kk angkatan 2003 (k dayat, k mario, k yudi, k olan), angkatan 2004 (k'aan, M7, k jack, k joe dan yang tidak bisa disebutkan satu persatu), angkatan 2005, 2007, dan 2008. Makasih buat bantuan dan keceriaan selama ini. *Last but not least* semua yang tidak dapat disebutkan satu per satu terima kasih.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi kita semua. Amien.

Penulis

Ayu Wulandari

DAFTAR ISI

UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

No. DAFTAR: 100579

TANGGAL: 10 MAR 2010

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL SKRIPSI | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF..... | iii |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR DAN DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| ABSTRAKSI..... | xvii |
| ABSTRACT | xvii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 7 |

BAB II STUDI PUSTAKA

| | |
|--|----|
| 2.1 Landasan teori | 8 |
| 2.1.1 Konsep Jasa..... | 8 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen..... | 9 |
| 2.1.2.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen... | 11 |

| | |
|---|----|
| 2.1.3 Pengambilan Keputusan..... | 13 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 14 |
| 2.2.1 ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH GLOBAL ENGLISH LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG OLEH TRIYANA NATASA, MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA TAHUN 2004..... | 14 |
| 2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian di Exelso Cafe Palembang Indah Mall Oleh Marsela Oktaviany, MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA TAHUN 2005..... | 15 |
| 2.3 Kerangka konseptual..... | 16 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian..... | 17 |
| 3.2 Desain Penelitian..... | 17 |
| 3.3 Objek Penelitian..... | 17 |
| 3.4 Populasi, sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 17 |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 19 |
| 3.5.1 Identifikasi Variabel..... | 19 |
| 3.5.2 Batasan Operasional Variabel..... | 19 |
| 3.5.3 Pengukuran Variabel..... | 21 |
| 3.6 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data..... | 21 |
| 3.6.1 Jenis Data..... | 21 |
| 3.6.2 Sumber Data..... | 22 |

| | |
|------------------------------------|----|
| 3.6.3 Metode Pengumpulan Data..... | 22 |
| 3.7 Instrumen Penelitian..... | 23 |
| 2.5.6 Teknik Analisis Data..... | 23 |

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 25 |
| 4.2 Profile Perusahaan..... | 26 |
| 4.3 Visi dan Misi Perusahaan..... | 27 |
| 4.4 Prestasi dan Sponsor Perusahaan..... | 28 |
| 4.5 Data Siswa Palcomtech..... | 28 |
| 4.6 Struktur Organisasi..... | 30 |

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 5.1 Uji Akurasi Data..... | 31 |
| 5.1.1 Uji Validitas..... | 32 |
| 5.1.2 Uji Reabilitas..... | 34 |
| 5.1.3 Uji Normalitas..... | 34 |
| 5.2 Analisis Statistik Deskriptif..... | 36 |
| 5.2.1 Analisis Deskriptif Non Variabel..... | 36 |
| 5.2.1.1 Karakteristik Responden..... | 36 |
| 5.2.1.1.1 Frekuensi Jenis Kelamin..... | 36 |
| 5.2.1.1.2 Frekuensi Usia Responden..... | 37 |
| 5.2.1.1.3 Frekuensi Pekerjaan..... | 38 |
| 5.2.1.2 Perilaku Responden..... | 39 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 5.2.1.2.1 | Frekuensi Rata – rata Pengeluaran tiap Bulan..... | 39 |
| 5.2.1.2.2 | Frekuensi Darimana Mengetahui Palcomtech..... | 40 |
| 5.2.1.2.3 | Frekuensi Siapa Mempengaruhi Responden | 41 |
| 5.2.2 | Analisis Deskriptif Variabel Utama..... | 42 |
| 5.3 | Analisis faktor | 47 |
| 5.3.1 | Analisis KMO and Barlett’s..... | 47 |
| 5.3.2 | Analisis Anti Image Matrices..... | 48 |
| 5.3.3 | Analisis Communalities..... | 49 |
| 5.3.4 | Analisis Total Variance Explained | 50 |
| 5.3.5 | Analisis Scree Plot..... | 51 |
| 5.35 | Analisis Rotated Component Matrix..... | 52 |
| 5.4 | Analisis Regresi Linier Berganda dan Korelasi..... | 58 |
| 5.4.1 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 58 |
| 5.4.2 | Analisis Korelasi..... | 63 |
| 5.4.3 | Pembahasan Regresi Linier Berganda | 64 |
| 5.5 | Pembahasan Hasil Secara Keseluruhan..... | 65 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | | |
| 6.1 | Kesimpulan..... | 69 |
| 6.2 | Saran..... | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 71 |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------|---|----|
| 1.1 | Daftar Lembaga Pendidikan Komputer Palembang..... | 2 |
| 1.2 | Jumlah Siswa Kursus Komputer Palcomtech Palembang..... | 4 |
| 2.1 | Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen..... | 12 |
| 3.1 | Skala Likert..... | 24 |
| 4.1 | Jumlah Siswa Kursus Komputer Palcomtech Palembang..... | 32 |
| 5.1 | Hasil Uji Validitas Variabel Utama..... | 36 |
| 5.2 | Hasil Uji Normalitas Variabel Utama..... | 38 |
| 5.3 | Frekuensi Jenis Kelamin..... | 39 |
| 5.4 | Frekuensi Usia..... | 40 |
| 5.5 | Fekuensi Pekerjaan..... | 41 |
| 5.6 | Frekuensi Pengeluaran Tiap Bulan..... | 42 |
| 5.7 | Frekuensi Darimana Responden Mengetahui Palcomtech..... | 43 |
| 5.8 | Frekuensi Siapa Yang Mempengaruhi Responden..... | 44 |
| 5.9 | Deskriptif Variabel Independent..... | 45 |
| 5.10 | Analisis KMO and Barlett’s Test..... | 50 |
| 5.11 | Analisis Anti Image Matrices..... | 51 |
| 5.12 | Analisis Communalities..... | 52 |
| 5.13 | Analisis Total Variance Explained..... | 53 |
| 5.14 | Analisis Rotated Component Matrix..... | 55 |

| | | |
|------|--|----|
| 5.15 | Koefisien Korelasi dan Determinasi..... | 62 |
| 5.16 | Hasil Uji F..... | 63 |
| 5.17 | Analisis Koefisien Regresi Berganda..... | 64 |
| 5.18 | Analisis Korelasi..... | 66 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman | |
|--------|---|----|
| 1.1 | Jumlah Siswa Kursus Komputer Palcomtech..... | 5 |
| 1.2 | Proses Keputusan Konsumen..... | 7 |
| 2.1 | Kerangka Konseptual Penelitian..... | 18 |
| 4.1 | Gedung Palcomtech Palembang..... | 28 |
| 4.2 | Jumlah Siswa Kursus Palcomtech Palembang..... | 32 |
| 4.3 | Struktur Organisasi Palcomtech..... | 34 |
| 2.4 | Kerangka konseptual penelitian..... | 32 |
| 5.1 | Scree Plot..... | 54 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuisisioner

Lampiran Output SPSS

Analisis Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Tempat Kursus Komputer Palcomtech Palembang

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Palcomtech Palembang dan 2) mengetahui faktor apa yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen memilih Palcomtech Palembang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian mengenai faktor analisis atas variabel – variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih tempat kursus komputer Palcomtech Palembang, berdasarkan hasil analisis faktor dari 20 variabel yang dikelompokkan menjadi empat faktor baru. Faktor – faktor tersebut adalah Faktor tenaga pengajar dan pelayanan, faktor produk dan tempat, faktor harga dan faktor promosi. Dari hasil analisis regresi liner berganda diketahui bahwa hanya faktor tenaga pengajar dan pelayanan yang mempengaruhi dominan keputusan konsumen memilih tempat kursus komputer Palcomtech Palembang.

Maka, sebaiknya pihak Palcomtech Palembang harus meningkatkan kualitas tenaga pengajar dan pelayanan kepada para siswa.

Kata kunci : Faktor Tenaga Pengajar dan Pelayanan ; dan Pengambilan keputusan.



**Factors that Influencing Consumer Decision To Choose Palcomtech
Palembang Computer Course Analysis**

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) knowing factors that influencing consumer decision to choose Palcomtech Palembang computer course and 2) knowing dominant factor that influencing consumer decision to choose Palcomtech Palembang computer course.

The result of research indicate that research factor analyse for variables of influencing consumer decision to choose Palcomtech Palembang computer course, according to the result of factor analysis, from 20 variables grouped to 4 factors. These factors are teachers and service factor, product and place factor, price factor, and promotion factor. From multiple linier regression analysis, we find that teachers and service factor is the dominant factor that influencing consumer decision to choose Palcomtech Palembang computer course.

Therefore, the Palcomtech Palembang management should be improving the quality of teachers and service to the students.

Key Words : teachers and service ; consumer decision.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan ilmu pengetahuan saat ini, ternyata juga diikuti oleh perkembangan berbagai teknologi yang menyebar ke seluruh dunia. Tentunya hal ini akan mempengaruhi masyarakat untuk mengikuti kemajuan teknologi. Salah satu bentuk kemajuan teknologi adalah terciptanya komputer yang menjadi alat untuk membantu manusia dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Pada era globalisasi sekarang ini teknologi semakin berkembang dimana komputer adalah salah satu keahlian yang wajib kita miliki. Untuk mendapatkan keahlian dalam menggunakan komputer sudah barang tentu kita harus belajar untuk mengoperasikan komputer. Keadaan seperti ini memicu berdirinya berbagai macam lembaga baik yang formal maupun informal yang menawarkan jasa pendidikan komputer

Berdasarkan data dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa banyak terdapat lembaga-lembaga/tempat-tempat kursus yang menawarkan jasa pendidikan komputer di Palembang. Banyaknya tempat yang menawarkan jasa pendidikan ini berarti semakin besarlah pilihan bagi konsumen untuk menentukan dimana tempat mengikuti program pendidikan komputer



Tabel 1.1

Daftar Lembaga Pendidikan Komputer di Palembang

| No | NAMA LEMBAGA | LOKASI |
|----|-----------------|---|
| 1 | MDP | Jl. Dempo Luar |
| 2 | Palcomtech | Jl. Jendral Sudirman KM 3 No. 3007 |
| 3 | Bina Sriwijaya | Jl. A. Yani 7 Ulu |
| 4 | Lami Komputer | Jl. Jendral Sudirman No. 3010 B Jl. R. Soekamto No. A2 |
| 5 | AMIKOM | Jl. K.H.A Dahlan No. 17 A |
| 6 | El Rahma | Jl. Jendral sudirman No. 2270 KM 2.5 Simpang sekip |
| 7 | LPBMI | Jl. Basuki Rahmat |
| 8 | IMIK Infra | Jl. Jendral Sudirman |
| 9 | Master Komputer | Jl. Jendral Sudirman |
| 10 | Siap Pakai | Jl. Jendral Sudirman No. 2957 |
| 11 | IPI Leppindo | Jl. Jendral Sudirman |

Sumber : Hasil Observasi peneliti dilapangan.¹

Salah satu lembaga pendidikan komputer dikota Palembang yang juga menjadi objek dari penelitian ini adalah Palcomtech Palembang yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman KM 3 No.3007 Palembang 30129, yang didirikan pada tanggal 10 Januari 2003.

Keberadaan dan pengembangannya tidak terlepas dari tujuan dan cita-cita Lembaga Pendidikan Komputer dan Internet Profesional yang telah dibina oleh CV. PalComTech. Sebagai organisasi induk yang pertama memulai aktivitas Lembaga Pendidikan Komputer dan Internet, PalComTech yang lahir pada tanggal 10 Maret

¹ Hasil Observasi lapangan

2003, adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan penjualan yang terdiri dari berbagai unit usaha yang bergerak bersama sebagai asset/modal perusahaan, berdasarkan keinginan untuk menciptakan Sumber Daya Manusia yang berkualitas yang mampu menghadapi persaingan baik dari dalam maupun dari luar serta mampu bersaing di dalam dunia kerja. Sehingga esensi dan eksistensinya tidak terlepas untuk menjalankan program pendidikan 100% praktek dan 100% internet guna menghasilkan lulusan yang mampu bersaing memenuhi kebutuhan Sumber Daya Manusia dunia usaha dan dunia industri serta turut mencerdaskan kehidupan dan kesejahteraan bangsa Indonesia.

Kemajuan pengelolaan dibidang Pendidikan Komputer dan Internet PalComTech Palembang, ditandai dengan diperolehnya kesepakatan alih kelola Yayasan Pendidikan Siguntang Mahameru Palembang kepada Yayasan Pendidikan PalComTech Palembang pada tanggal 24 April 2006 dan disahkan pada tanggal 18 Mei 2006. Sesuai dengan kesepakatan alih kelola kedua Yayasan tersebut, Yayasan Pendidikan PalComTech menyampaikan permohonan perubahan badan hukum penyelenggara dan perubahan nama perguruan tinggi kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional di Jakarta.

Meraih dan merebut hati konsumen merupakan suatu tantangan yang tidak mudah bagi setiap pelaku bisnis dalam situasi persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu ketepatan dalam menentukan strategi pemasaran sangat penting dalam menjaring dan mempertahankan konsumen untuk keberhasilan dan kemajuan bisnis suatu perusahaan. Karena pemasaran bukan sekedar menjual tetapi juga memperhatikan apa yang diinginkan konsumen, sehingga diharapkan tidak hanya terampil dalam meraih hati konsumen tetapi juga harus bisa mempertahankannya. Karena apabila konsumennya beralih sebelum waktunya, maka Palcomtech

Palembang akan kehilangan keuntungan yang seharusnya masih bisa mereka dapatkan.

Dalam perkembangannya Palcomtech Palembang yang awal berdirinya masih mempunyai sedikit siswa tetapi kini mengalami peningkatan jumlah siswa yang belajar komputer di lembaga ini. Berikut data mengenai jumlah siswa dari tahun ke tahun dari awal berdiri hingga sekarang :

Tabel 1.2

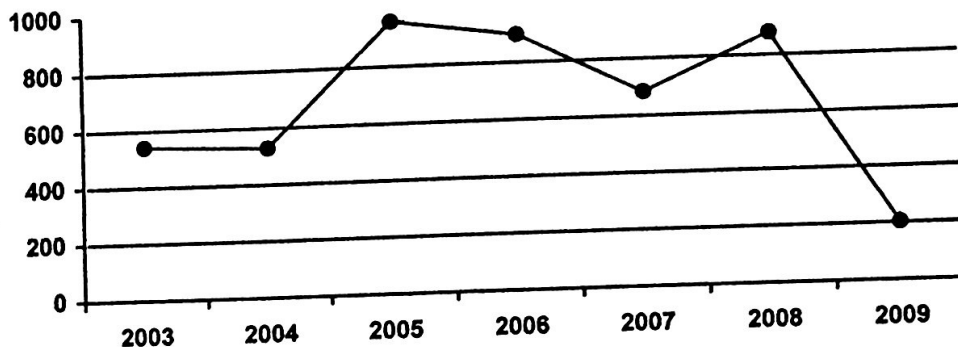
Jumlah Siswa Kursus Komputer Palcomtech Palembang

| No | Tahun | Jumlah Siswa |
|----|-------|--------------|
| 1 | 2003 | 542 Siswa |
| 2 | 2004 | 529 Siswa |
| 3 | 2005 | 957 Siswa |
| 4 | 2006 | 897 Siswa |
| 5 | 2007 | 683 Siswa |
| 6 | 2008 | 878 Siswa |
| 7 | 2009 | 202 Siswa |

Sumber : Palcomtech Palembang²

² Data Palcomtech Palembang

Gambar 1.1



Jumlah Siswa Kursus Komputer Palcomtech Palembang³

Sumber : Palcomtech Palembang (data diolah kembali)

Dari tabel 1.2 dan Gambar 1.1 terlihat jelas bahwa jumlah siswa yang belajar di Palcomtech Palembang mengalami peningkatan setelah alih kelola Yayasan Pendidikan Siguntang Mahameru Palembang kepada Yayasan Pendidikan PalComTech Palembang pada tanggal 24 April 2006 dan disahkan pada tanggal 18 Mei 2006. Jumlah siswa pada tahun 2009 belum bisa dipastikan karena tahun 2009 masih berjalan.

Untuk dapat bersaing, sebuah bisnis termasuk lembaga pendidikan harus memperhatikan strategi pemasarannya. Termasuk memperhatikan faktor – faktor lainnya yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Sebuah lembaga pendidikan tidak hanya menawarkan produk, tetapi lebih mengutamakan pelayanan jasa.

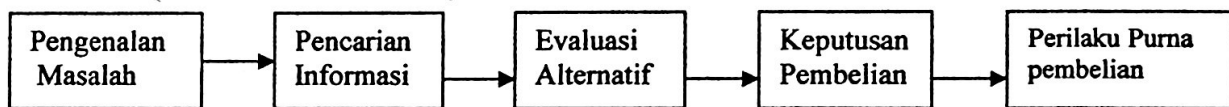
Untuk menyusun strategi yang tepat dalam menarik minat konsumen dibutuhkan informasi tentang konsumen terutama perilakunya dalam mengambil keputusan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Keputusan konsumen memilih tempat kursus komputer Palcomtech Palembang pastilah melalui beberapa tahapan.

³ Data Palcomtech Palembang

Ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku purna pembelian. Model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berakhir jauh setelah pembelian. Setiap konsumen tentu melewati kelima tahap ini untuk setiap pembelian yang mereka buat.⁴

Gambar 1.2 berikut ini melukiskan proses tersebut.

Gambar 1.2



Proses Keputusan Pembelian

Sumber : simamora (2002)

Dalam Pembelian yang rutin, konsumen membalik – balik tahap – tahap tersebut.⁵

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, tentu nya ada banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam memilih tempat kursus komputer, dan unsur – unsur bauran pemasaran jasa merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumen, yang dituangkan dalam skripsi dengan judul : **“Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Tempat Kursus Komputer Palcomtech Palembang”**.

⁴ Bilson Simamora. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta : 2002. Hal 15

⁵ Ibid. Hal 15

1.2 Perumusan Masalah

Masalah yang akan diteliti berdasarkan uraian diatas yaitu:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Palcomtech Palembang sebagai tempat kursus ?
2. Faktor apa yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen memilih Palcomtech Palembang sebagai tempat kursus ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Palcomtech Palembang.
2. Untuk mengetahui faktor apa yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen memilih Palcomtech Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Palcomtech Palembang, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi Palcomtech Palembang dalam mengambil keputusan mengenai strategi bauran pemasaran jasa dimasa yang akan datang.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kepustakaan, serta dapat digunakan sebagai informasi untuk penelitian lebih lanjut dan/atau bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian yang sejenis.

Landasan Teori

Landasan teori dibutuhkan sebagai penunjang analisis data yang diperlukan, selain itu landasan pembahasan dari data – data hasil penelitian yang digunakan adalah teori – teori yang relevan.

1 Konsep Jasa

Definisi jasa menurut Kotler adalah sebagai berikut: “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada akhirnya mengakibatkan kepemilikan apapun oleh pihak lain dikaitkan pada satu produk fisik.”

Tawaran suatu perusahaan ke pasar. Komponen jasa dapat berupa bagian kecil dari produk tersebut. Penawaran dapat dibedakan menjadi dua jenis:

1. Barang berwujud murni
Penawaran hanya terdiri dari barang berwujud. Tidak ada jasa yang ditawarkan.
2. Barang berwujud yang disertai jasa
Penawaran terdiri dari barang berwujud dan jasa atau beberapa jasa yang ditawarkan.

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Marjan Pt. Prenhallindo, Jakarta, 1997, Hal. 83

⁷ Ibid. Hal 83

3. Campuran

Penawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi sama. Misalnya orang mengunjungi restoran untuk makanan dan pelayanannya.

4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Penawaran terdiri dari satu jasa utama disertai jasa tambahan dan/atau barang pendukung. Contohnya, penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi.

5. Jasa murni

Penawaran hanya terdiri dari jasa. Contohnya mencakup jasa menjaga bayi, psikoterapi, dan jasa memijat.

2.1.2 Perilaku Konsumen

Memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan tidak sesederhana yang kita bayangkan. Pelanggan mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka namun bertindak sebaliknya.

Ada banyak pengertian mengenai perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya :

Menurut Nugroho J.Setiadi, perilaku konsumen di definisikan sebagai:⁸

“Tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini.”

⁸ Nugroho. J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Prenada Media, Jakarta, 2003. Hal.3.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Marketing Management 9e Edisi Revisi Jilid 2*. Jakarta: PT.Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1*. Jakarta: PT.Prenhalindo.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Indeks. Dikutip dari skripsi Marcella Oktavianty. 2009.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Natasha, Triyana. 2004. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Global English Language Center Palembang*. Skripsi. UNSRI. Palembang.
- Oktavianty, Marsela. 2009. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Melakukan Pembelian di Excelso Cafe Palembang Indah Mall*. Skripsi.UNSRI. Palembang.
- Puspowarsito, H.A.H. 2008 *Metodelogi Penelitian organisasi*. Bandung. Humaniora.
- Setiadi, Nugroho.J.2003.*Prilaku konsumen*. Jakarta : Prenada Media.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Prilaku konsumen*. Jakarta.2002
- [www. Palcomtech.com](http://www.Palcomtech.com)
- www. Google.com