

MEN

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SISWA PADA
LEMBAGA BAHASA DAN PENDIDIKAN PROFESIONAL (LBPP) LIA
AFILIASI PALEMBANG**



Diajukan Oleh :

LEO NARIKO

01023110059

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat

Guna mencapai gelar

Sarjana Ekonomi

2006

7

1/1

650.1407
NAR
P
2006

14831 / 15193.

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA



SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SISWA PADA
LEMBAGA BAHASA DAN PENDIDIKAN PROFESIONAL (LBPP) LIA
AFILIASI PALEMBANG**



Diajukan Oleh :

LEO NARIKO

01023110059

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat

Guna mencapai gelar

Sarjana Ekonomi

2006

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : LEO NARIKO

NIM : 01023110059

JURUSAN : MANAJEMEN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH SISWA PADA LEMBAGA BAHASA DAN
PENDIDIKAN PROFESIONAL (LBPP) LIA AFILIASI
PALEMBANG**

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

Tanggal 1-11-2006 Pembimbing 1

:



Dra. Hj. Rusmiati Sofyan

Tanggal 1-11-2006 Pembimbing 2

:



Dra. Suhartini Karim

Motto :

“Bacalah dengan (menyebut) nama tuhanmu yang menciptakan; Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah; Bacalah, dan tuhanmulah yang maha pemurah; Yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam; Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”

(Q.S Al'Alaq : 1-5)

Kupersembahkan kepada :

- ◆ Agamaku
- ◆ Orang Tuaku
- ◆ Adik-adikku
- ◆ Almamaterku

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah, SWT karena berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi dalam meningkatkan jumlah siswa pada Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Afiliasi Palembang”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai kesempurnaan dan tidak luput dari kekurangan. Hal ini dikarenakan masih terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki.

Didalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak berupa bimbingan maupun petunjuk yang sangat berguna. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya khususnya kepada :

1. Bapak **Dr.Syamsurijal,Ak**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
2. Bapak **Drs.Yuliansyah M. Diah**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Ibu **Dra. Hj. Rusmiati Sofyan**, selaku Dosen Pembimbing I.
4. Ibu **Dra. Suhartini Karim**, selaku Dosen Pembimbing II.
5. Ibu **Nofiawaty, SE, MM**, selaku Dosen Pembimbing Akademik.

6. Bapak **Rusdi**, selaku Kepala Lembaga bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Palembang yang telah memberikan izin pada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Bapak **Faisal** beserta Para karyawan dan staff administrasi LBPP-LIA Palembang yang telah banyak membantu dalam pemberian data dan informasi guna penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen serta para staff karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Kedua orang tuaku tercinta serta saudara-saudaraku tersayang, yang telah banyak memberi do'a dan dorongan baik moril maupun materiil selama mengerjakan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabatku yang terbaik, **Ferdi, Ade, Noto, Ariska, Joko, Ninggo, Yessy dan Risca** yang banyak memberi bantuan serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
11. Seluruh teman-temanku di manajemen UNSRI angkatan 2002 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan akan diterima sebagai amal ibadah dan mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah, SWT.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak. Baik bagi penulis maupun bagi para pembaca skripsi ini.

Palembang, Oktober 2006

Penulis

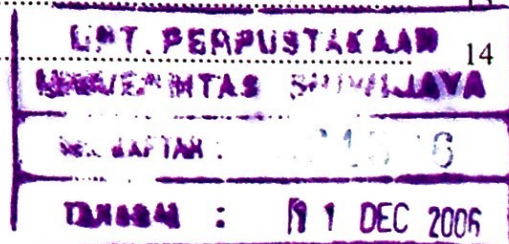
LEO NARIKO

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Metodologi Penelitian.....	8
1.5.1 Rancangan Penelitian.....	8
1.5.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	8
1.5.3 Populasi dan Sampel.....	9
1.5.4 Variabel Penelitian.....	10
1.5.5 Kerangka Penelitian.....	10
1.5.6 Hipotesa Penelitian.....	11
1.5.7 Batasan Operasional Variabel.....	11
1.5.8 Pengukuran Variabel Penelitian.....	12
1.5.9 Jenis dan Sumber Data.....	12
1.5.10 Teknik Pengumpulan Data.....	13
1.5.11 Teknik Analisis.....	13
1.6 Sistematika Pembahasan.....	14



BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Jasa dan Karakteristik Jasa.....	16
2.1.1 Pengertian Jasa	16
2.1.2 Karakteristik Jasa	16
2.2 Pengertian Promosi	17
2.3 Tujuan Promosi	18
2.4 Elemen-elemen Promosi	19
2.4.1 Periklanan.....	19
2.4.2 Promosi Penjualan.....	20
2.4.3 Personal Selling.....	22
2.4.4 Hubungan Masyarakat	24
2.5 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	25

BAB III. KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah singkat perusahaan	26
3.2 Visi dan Misi.....	28
3.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	29
3.3.1 Struktur Organisasi.....	29
3.3.2 Uraian Tugas	32
3.4 Program dan Fasilitas.....	36
3.4.1 Program	36
3.4.2 Fasilitas	39
3.5 Kegiatan Promosi	40
3.5.1 Periklanan.....	40
3.5.2 Promosi Penjualan.....	41
3.5.3 Personal Selling.....	44
3.5.4 Hubungan Masyarakat	45

BAB IV. PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas	47
4.2 Uji Reliabilitas	48
4.3 Uji Normalitas.....	49
4.4 Karakteristik Responden	50
4.4.1 Jenis Kelamin.....	50
4.4.2 Usia	51
4.4.3 Pendidikan.....	51
4.4.4 Level Yang Diikuti.....	52
4.5 Penilaian responden terhadap kegiatan promosi yang dilakukan LBPP-LIA Afiliasi Palembang	53
4.5.1 Kegiatan Periklanan (X_1)	53
4.5.2 Kegiatan Promosi Penjualan (X_2)	55
4.5.3 Kegiatan Personal Selling (X_3)	57
4.5.4 Kegiatan Hubungan Masyarakat (X_4).....	59
4.6 Pengaruh Promosi yang dilakukan LBPP-LIA Afiliasi Palembang terhadap keputusan untuk menjadi siswa LBPP-LIA Afiliasi Palembang	61
4.7 Pengaruh masing-masing variabel promosi	64
4.7.1 Periklanan (X_1).....	65
4.7.2 Promosi Penjualan (X_2).....	67
4.7.3 Personal Selling (X_3).....	69
4.7.4 Hubungan Masyarakat (X_4).....	71

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Daftar Lembaga Bahasa Inggris di Palembang.....	3
1.2 Jumlah Siswa LBPP LIA Afiliasi Palembang tahun 2001 s/d 2005	6
3.1 Daftar staf pengajar LBPP-LIA Palembang.....	34
3.2 Biaya Kursus Program EA & FSC LBPP-LIA Palembang	43
3.3 Biaya Kursus Program Executive Class.....	44
3.4 Biaya Kursus English for Children	44
4.1 Hasil uji Validitas.....	49
4.2 Hasil uji Reliabilitas	50
4.3 Hasil uji Normalitas	51
4.4 Jenis Kelamin Responden	51
4.5 Usia Responden.....	52
4.6 Pendidikan Responden	53
4.7 Level yang di Ikuti Responden	53
4.8 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Mengenai Kegiatan Periklanan	55
4.9 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Mengenai Kegiatan Promosi Penjualan	57
4.10 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Mengenai Kegiatan Personal Selling	59
4.11 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Mengenai Kegiatan Hubungan Masyarakat	61
4.12 Hasil Analisis Regresi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Struktur LBPP-LIA Afiliasi Palembang	32

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin maju ini dimana perkembangan teknologi sudah semakin pesat hal ini mendorong manusia untuk memenuhi kebutuhannya lebih banyak lagi tidak hanya terbatas pada kebutuhan primer saja yang harus dipenuhi tetapi juga kebutuhan lain yang berkaitan dengan kemampuannya agar dapat bersaing dengan sumber daya manusia lainnya untuk mencapai kehidupan yang lebih baik.

Menurut Teori A. Maslow ada 5 tingkat dasar kebutuhan manusia, yaitu:¹

“1. Kebutuhan Fisiologis

Adalah kebutuhan akan kelangsungan hidup seperti makan dan minum.

2. Kebutuhan akan rasa aman

Adalah kebutuhan akan perlindungan terhadap bahaya yang akan mengancam jasmani diri sendiri dan keluarga

3. Kebutuhan akan kasih sayang dan perasaan diterima sebagai suatu anggota lingkungan dan diperhatikan.

4. Kebutuhan kehormatan dan kedudukan adalah kebutuhan untuk mencapai kedudukan yang lebih tinggi dari orang lain baik dalam bidang keahlian, nama baik maupun prestasi.

5. Kebutuhan aktualisasi yaitu kebutuhan untuk memahami, mengetahui suatu sistem nilai”

Dari kebutuhan diatas dalam menghadapi era baru dimana tingkat persaingan dalam menjalani hidup semakin ketat maka manusia perlu memiliki suatu keahlian tertentu yang berkaitan dengan sumber daya yang ia miliki.

¹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengawasan, Edisi ke tujuh, jilid I, 1993, hal 239.

Kualitas sumber daya manusia dapat dilihat dari kualitas pendidikannya, semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seseorang semakin banyak ilmu yang ada padanya. Untuk menghasilkan manusia yang berkualitas tinggi maka perlu adanya pendidikan yang cukup bagi seseorang mulai dari pendidikan yang paling rendah sampai pada jenjang pendidikan lanjutan.

Pemerintah Indonesia mengeluarkan undang-undang sistem pendidikan nasional No.20 / 2003 tentang Sisdiknas (Sistem Pendidikan Nasional), terutama pasal 37 ayat 1, yang berbunyi bahwa kurikulum pendidikan dasar, dan menengah wajib memuat bahasa inggris, yang pengaturannya diatur oleh Peraturan Pemerintah; dan ayat 2, yang berbunyi bahwa kurikulum perguruan tinggi juga wajib memuat bahasa inggris dan pengaturannya juga diatur oleh pemerintah², untuk mewujudkan sumber daya manusia yang bisa berkomunikasi dalam bahasa inggris, minimal secara pasif, sehingga kita dapat bersaing dengansumber daya manusia dari negara lain.

Kondisi direspon secara baik oleh para pelaku bisnis. Hal ini dapat dilihat dari bermunculannya lembaga-lembaga pendidikan bahasa inggris di kota Palembang sebagai akibat banyaknya masyarakat yang butuh akan lembaga pendidikan sebagai tempat untuk meningkatkan kemampuan dan kecakapannya dalam berbahasa Inggris. Lembaga-lembaga pendidikan ini menawarkan berbagai macam keunggulan dari lembaga masing-masing seperti fasilitas yang memadai, tenaga pengajar yang berkualitas dan profesional, lokasi yang strategis, biaya yang relatif terjangkau, dan berbagai keunggulan lain, yang pada akhirnya mencoba menawarkan yang terbaik dan mampu merebut pasar. Hal ini menuntut setiap lembaga pendidikan bahasa inggris untuk

² www.dikti.co.id

menerapkan strategi yang tepat untuk bisa bersaing dipasar, salah satunya yaitu menerapkan strategi pemasaran.

Menurut data resmi Dinas Pendidikan Nasional Kota Palembang tahun 2005, daftar lembaga pendidikan bahasa inggris yang beroperasi di kota Palembang adalah seperti yang tertera dalam tabel berikut :

Tabel 1.1
Daftar Lembaga Bahasa Inggris Di Palembang

No	Nama Lembaga	Lokasi
1	Oasis	Jl. Dempo Luar Rt.13
2	Alfa Prima	Jl. Jendral Sudirman No. 628
3	Victoria	Jl. Candi Angsoko No.177
4	PEC	Jl. Kapten Marzuki No. 82
5	Brotherhood	Jl. Jendral Sudirman No. 3105
6	LBPP LIA	Jl. Jendral Sudirman No. 2145
7	Merciaes	Jl. Mayor Salim Batubara No. 60A
8	Gloria	Jl. Jendral Sudirman No. 3527
9	Phesdia	Jl. Letnan Sayuti No. 56
10	Flint	Jl. Kebon Jahe No. 388
11	Yenti	Jl. Sersan Wahab No. 1031F
12	Rika	Jl. Tembesu No. 394
13	Oxford	Jl. Letnan Yasin No. 2926
14	Michael Course	Jl. Letnan Sayuti No. 61
15	Medra English Course	Jl. Rekanang No. 1230
16	Top	Jl. Jendral Sudirman No. 339
17	Surya	Jl. Pengadilan Lama No. 41
18	EREC	Jl. Letnan Mukmin No. 1011 A
19	Gilland English Course	Jl. MP. Mangkunegara No. 12
20	Budi Asih Selatan	Jl. Badak No. 15 Bukit Sangkal
21	English First	Jl. Cendrawasih No. 28
22	Isnani	Jl. Bambang Utoyo No. 33
23	Formula	Jl. Sapta Marga Blok B7
24	Nuansa Ilmu	Jl. Sersan KKO Badarudin No. 115
25	Budi Wijaya	Jl. RE. Martadinata No. 83
26	Gloria	Jl. Merdeka No. 25
27	2 N 7	Jl. Dharmapala No. 52
28	Sheila Pitaloka	Jl. Parameswara No. 305
29	Mahameru	Jl. Inspektur Marzuki No. 3
30	Kanesis	Jl. Angkatan 45 No. 44
31	Intensive English Course	Jl. Letkol Iskandar No. 16
32	English Conversation Course	Jl. AKBP Amin No. 12

33	Gloria	Jl. Merdeka No. 45
34	Anida English Course	Jl. Angkasa 45 No. 47
35	Satya Gamma	Jl. Jaksa Agung No. 24
36	Siguntang English Course	Jl. Sultan M. Mansyur No. 226
37	Land Main English Education	Jl. Ki Gede Ing Suro, 30 ilir
38	Seneagan English Course	Jl. Ki Gede Ing Suro No. 256
39	Marlborough English Course	Jl. Tenon No. 5, 28 ilir
40	Excelent	Jl. St. Moh. Mansyur No. 445
41	Alvaris	Jl. Ki Marogan No. 1139
42	Ekselen	Jl. Simpang PAM Musi Raya 187
43	Shailendra	Jl. Siaran No. 03
44	Modern English Course	Jl. Fatahillah No. 266
45	ETT Bima	Jl. DI. Panjaitan No. 6870 Plaju
46	Budi Wijaya	Jl. Jendral Ahmad Yani No. 21
47	Ganeshha English Course	Jl. Jendral Ahmad Yani No. 21
48	IPEC	Jl. DI. Panjaitan SD 69
49	Shailendra	Jl. Jendral Ahmad Yani No. 21
50	Adiguna English Course	Jl. DI. Panjaitan No. 24
51	Global	Jl. Suka Bangun 1 Blok B2
52	Jayanti Course	Jl. Lukman Idris No. 283
53	Bahana English Course	Jl. Kolonel H. Burlian No. 226

Sumber : Diknas Pendidikan Nasional Sumatera Selatan

Dengan semakin banyaknya jumlah lembaga bahasa inggris yang ada, maka konsumen dapat dengan mudah memilih tempat untuk menunjang pendidikan bahasa inggrisnya disekolah. Dengan demikian para pemilik lembaga bahasa inggris yang bergerak dalam pemasaran jasa tersebut harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempertahankan usahanya dan terus bersaing dengan para pesaing. Salah satunya dengan cara memperhatikan unsur-unsur *Marketing mix* yang ada didalam perusahaan Unsur-unsur *Marketing mix* tersebut antara lain:³

- “1. Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
2. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk

³ Philip Kotler, Marketing, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1987, hal 41

3. Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya.
4. Tempat (Distribusi) adalah berbagai kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh konsumen sasaran.”

Pada perusahaan jasa, bauran pemasaran yang terdiri dari 4P tersebut dirasakan kurang mencukupi sehingga ditambah tiga unsur lagi, yaitu :⁴

“1. *People*

Merupakan tipe kualitas dan kuantitas orang yang akan terlibat dalam pemberian jasa

2. *Process*

Yaitu bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut

3. *Customer Service*

Yaitu tingkat pelayanan (*service level*) yang bagaimana yang akan diberikan kepada konsumen.”

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasanya. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi diantara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Salah satu Lembaga Bahasa Inggris yang ikut bersaing dalam mendapatkan konsumen diantara para pesaingnya di kota Palembang yaitu Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Afiliasi Palembang. Perkembangan jumlah siswa yang ada didalam lembaga Bahasa Inggris tersebut mengalami fluktuasi, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

⁴ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik, Salemba Empat, Jakarta, hal.58

Tabel 1.2
Jumlah Siswa LBPP LIA Afiliasi Palembang tahun 2001 s/d 2005

No	Tahun	Jumlah Siswa LBPP LIA Palembang
1	2001	11.228
2	2002	11.509
3	2003	12.478
4	2004	12.721
5	2005	12.530

Sumber : LBPP-LIA Palembang

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah siswa yang ada di Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Afiliasi Palembang mengalami perubahan yaitu peningkatan dan penurunan jumlah siswa. Peningkatan jumlah siswa pada LBPP LIA Afiliasi Palembang terjadi selama 4 tahun berurutan, yakni dari tahun 2001 hingga tahun 2004. Namun pada tahun 2005, terjadi sedikit penurunan jumlah siswa. Penurunan jumlah siswa ini terjadi pada tahun 2005 dimana pada tahun tersebut jumlah siswa hanya mencapai 10.530 sedangkan pada tahun sebelumnya jumlah siswa dapat mencapai 10.721 siswa.

Jumlah siswa yang berfluktuasi tersebut dapat berkaitan dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan salah satunya termasuk promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh LBPP LIA Afiliasi Palembang ini cukup beraneka ragam antara lain adanya spanduk yang di pasang pada tempat-tempat yang strategis dan juga di outlet LBPP LIA Afiliasi Palembang, mengadakan pameran pendidikan, adanya kegiatan yang berhubungan dengan pendidikan bekerjasama dengan sekolah-sekolah. Selain itu juga dilakukan penyebaran brosur kesekolah-sekolah. Kegiatan promosi yang dilakukan

sangat penting guna memberitahukan dan menarik para siswa untuk mendaftar pada lembaga bimbingan belajar tersebut sehingga dapat meningkatkan jumlah siswa.

Oleh karena itulah promosi harus dibuat seefektif mungkin agar dapat berfungsi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dan juga agar dapat tetap mempertahankan kelangsungan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas dan juga dengan didukung oleh data yang ada maka penulis tertarik untuk membahas mengenai **“Pengaruh promosi dalam meningkatkan jumlah siswa pada Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Afiliasi Palembang”**

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka dapat diambil suatu permasalahan, yaitu :

“Bagaimana pengaruh promosi yang dilakukan LBPP LIA Afiliasi Palembang terhadap siswa LBPP LIA Afiliasi Palembang?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kegiatan promosi yang dilakukan oleh LBPP LIA Afiliasi Palembang terhadap keputusan konsumen untuk menjadi siswa LBPP LIA Afiliasi Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, antara lain:

1. Memberikan informasi kepada LBPP LIA Afiliasi Palembang mengenai pengaruh kegiatan promosi yang dilakukan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi siswa LBPP LIA Afiliasi Palembang
2. Memberikan masukan kepada LBPP LIA Afiliasi Palembang mengenai kegiatan promosi yang dapat dipertimbangkan dalam usaha meningkatkan jumlah siswa.
3. Menambah pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai pentingnya kegiatan promosi dalam suatu usaha lembaga pendidikan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai produk jasa, dimana jasa yang menjadi pusat penelitian yaitu jasa dibidang pendidikan. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data.

1.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Sampling adalah metodologi untuk memilih dan mengambil individu-individu yang masuk kedalam sampel yang mewakili.

Metode Penentuan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian dimana sampel yang dipilih

merupakan sampel yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

1.5. 3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh siswa yang ada di LBPP-LIA Afiliasi Palembang

2. Sampel

Adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan didapat dari rumus Slovin yaitu ⁵:

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

$$n = \frac{12.530}{1 + (12.530 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{12.530}{1 + 125,3}$$

$$n = \frac{12.530}{126,3}$$

n = 99,20 dibulatkan jadi 99 responden

⁵ Husein Umar, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Edisi I, PT Gramedia, Jakarta, 2000, hal 146.

keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen (%) kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dimana pada penelitian ini diambil 10 %

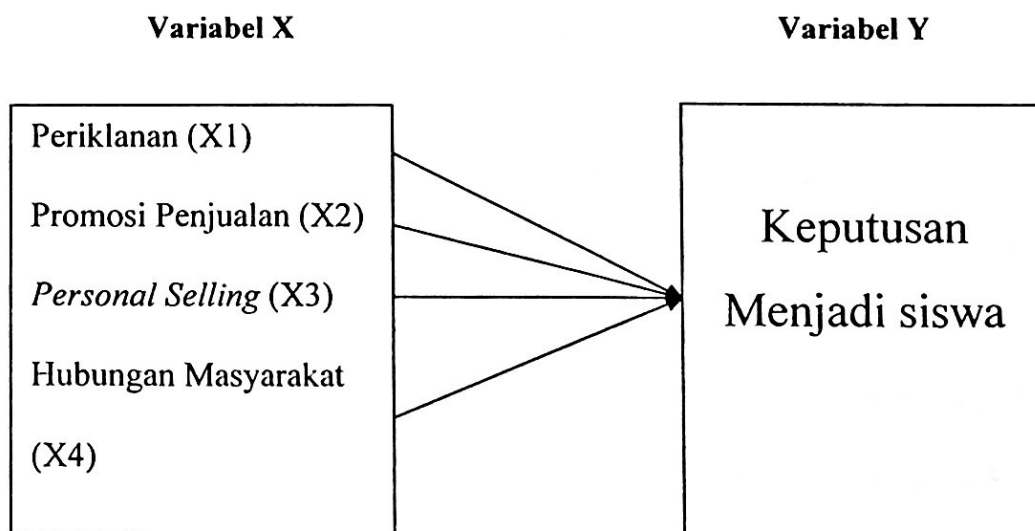
Dari perhitungan diatas maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 responden yang telah menjadi siswa LBPP-LIA Afiliasi Palembang.

1.5.4 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Variabel *dependent* (tergantung) yaitu keputusan menjadi siswa LBPP-LIA Afiliasi Palembang
- Variabel *Independent* (bebas) yaitu Periklanan (X1), Promosi Penjualan (X2), *Personal Selling* (X3), Hubungan Masyarakat (X4).

1.5.5 Kerangka Penelitian



1.5.6 Hipotesa Penelitian

Dengan berdasar pada kerangka penelitian diatas maka dapat ditarik suatu hipotesa penelitian, yaitu :

1. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh LBPP-LIA Afiliasi Palembang berupa kegiatan periklanan, promosi penjualan, *personal selling* dan hubungan masyarakat mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan untuk menjadi siswa LBPP-LIA Afiliasi Palembang.
2. Periklanan merupakan variabel promosi yang mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan untuk menjadi siswa LBPP-LIA Palembang.

1.5.7 Batasan Operasional Variabel

Batasan operasional variabel dalam penelitian ini, yaitu:

- Periklanan (*Advertising*) adalah bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran dan melalui media antara lain spanduk, brosur, Surat kabar
- Promosi Penjualan adalah kegiatan promosi yang dilakukan untuk mendorong adanya pembelian dari calon konsumen dengan menggunakan beberapa sarana atau alat promosi penjualan antara lain pemberian potongan harga, pemberian voucher, penawaran paket harga yang baik.
- *Personal Selling* adalah Penyajian secara lisan oleh perusahaan kepada calon pembeli agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat terjual
- Hubungan masyarakat adalah mengelola hubungan yang baik antara masyarakat dan perusahaan dengan melakukan berbagai kegiatan yang

berhubungan dengan masyarakat antara lain pameran-pameran, pengadaan lomba-lomba, adanya kerjasama.

- Keputusan menjadi siswa LBPP-LIA Palembang yang dipengaruhi oleh kegiatan promosi yang terdiri atas kegiatan Periklanan, Promosi Penjualan, *Personal Selling* dan Hubungan Masyarakat.

1.5.8 Pengukuran Variabel Penelitian

Untuk mengukur variabel maka Skala yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert dimana menunjukkan tingkat efektifitas variabel yang diukur dengan keterangan sebagai berikut:

- (1) STP : sangat tidak penting, bobot nilai 1
- (2) TP : tidak penting, bobot nilai 2
- (3) BS : biasa saja, bobot nilai 3
- (4) P : penting, bobot nilai 4
- (5) SP : sangat penting, bobot nilai 5

1.5.9 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan wawancara langsung melalui siswa, karyawan dan pimpinan perusahaan

2. Data Sekunder

Yaitu data yang telah lebih dahulu di peroleh atau dikumpulkan oleh orang lain ataupun dapat juga data yang didapat dari membaca literatur-literatur dan buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian.

1.5.10 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian dan mencatat hal-hal yang diperlukan.

2. Wawancara dengan kuesioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada karyawan ataupun pimpinan perusahaan untuk mendapatkan data.

3. Kuesioner

Yaitu daftar pertanyaan yang memuat pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis

1.5.11 Teknik Analisis

Untuk menganalisis data yang telah diperoleh penulis menggunakan teknik analisa kuantitatif dan kualitatif.

- Teknik Analisis Kuantitatif yang digunakan adalah *Descriptive Statistics Frequencies* dan juga *regresi linier* berganda dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 11,0 dari program komputer untuk mengukur pengaruh kegiatan promosi terhadap keputusan untuk menjadi siswa LBPP-LIA Afiliasi Palembang

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

Keterangan :

Y = Keputusan untuk menjadi siswa LBPP-LIA Afiliasi Palembang

a = *Konstanta*

b₁, b₂, b₃, b₄ = *Koefisien Regresi*

x₁ = Periklanan

x₂ = Promosi Penjualan

x₃ = *Personal Selling*

x₄ = Hubungan Masyarakat

alpha = 0,05

e = *error*

- Teknik Analisis Kualitatif dilakukan dengan melihat hasil perhitungan dari analisis kuantitatif yang selanjutnya diinterpretasikan dalam bentuk pernyataan dan kesimpulan

1.6 Sistematika Pembahasan

Untuk lebih mempermudah pembahasan dan memahami skripsi ini, serta untuk memberikan gambaran secara garis besar mengenai apa yang dikemukakan penulis, maka penulis mengemukakan pembahasannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan disajikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas teori-teori yang merupakan dasar analisa dalam penyusunan skripsi ini yang meliputi Pengertian Jasa dan Karakteristik Jasa, Pengertian Promosi, Tujuan Promosi, Elemen-elemen Promosi dan Kerangka Konseptual.

BAB III : KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang Sejarah singkat perusahaan, Visi dan Misi, Struktur Organisasi dan Uraian Tugas, Program dan Fasilitas dan Kegiatan Promosi.

BAB IV : PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan di bahas dan dianalisis mengenai Pengaruh kegiatan promosi yang dilakukan oleh LBPP-LIA Palembang terhadap keputusan untuk menjadi siswa di lembaga bahasa ini.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan dari bab sebelumnya dan saran perbaikan yang kiranya bermanfaat bagi perusahaan dan masyarakat di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, 2000.
- Assauri, Sofyan, Manajemen Pemasaran Edisi 1. Rajawali Pers, Jakarta, 1987.
- Boyd, dkk, Manajemen Pemasaran suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Penerbit Erlangga, Jakarta, 2000.
- Kotler, Philip, Marketing Jilid I. Penerbit Erlangga, Jakarta, 1987.
- _____, Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengawasan Edisi ke tujuh Jilid I. Penerbit Erlangga, 1993.
- _____, Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Penerbit Erlangga, 1996.
- _____, Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid II. PT Prenhalindo, Jakarta, 2002
- Lupiyoadi, Rambat, Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik. Salemba Empat, Jakarta.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono, Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.
- Swastha, Basu, Manajemen Pemasaran Modern. UMB, Yogyakarta, 1990.
- Umar, Husein, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Edisi I. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000
- Winardi, Pengantar Manajemen Penjualan. PT Citra Aditya Bakti, 1991