

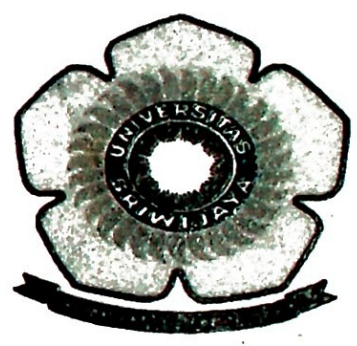
15071 / 16233.



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

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
TURUNNYA JUMLAH SISWA PADA LEMBAGA  
PENDIDIKAN PROFESIONAL KOMPUTER  
MASTER KOMPUTER PALEMBANG**



**Diajukan Oleh :  
Rintis Amru  
NIM . 01033110061**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi  
2007.**

S  
658.834.  
Amr  
9  
2007

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

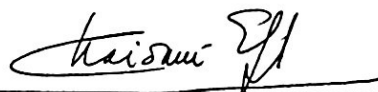
NAMA : RINTIS AMRU  
NIM : 01033110061  
JURUSAN : MANAJEMEN  
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
TURUNNYA JUMLAH SISWA PADA LEMBAGA  
PENDIDIKAN PROFESIONAL MASTER KOMPUTER  
PALEMBANG

**PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI**

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal 23 April 2007 Pembimbing I :



Dra. Hj. Chairani Effendi

Tanggal 30 April 2007 Pembimbing II :



Drs. Samadi W. Bakar, SU

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

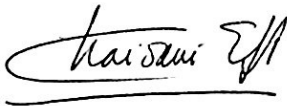
**TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF**

NAMA : RINTIS AMRU  
NIM : 01033110061  
JURUSAN : MANAJEMEN  
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI TURUNNYA JUMLAH SISWA  
PADA LEMBAGA PENDIDIKAN PROFESIONAL  
MASTER KOMPUTER PALEMBANG

Telah diuji di depan panitia ujian kmprehensif pada tanggal 16 Mei 2007 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif  
Inderalaya, 16 Mei 2006

Ketua,



Drs. Hj. Chairani Effendy  
NIP.130604261

Anggota,



Drs. Samadi W. Bakar, SU  
NIP. 130871121

Anggota,



Drs. Machmud Syahidin  
NIP. 130519978

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM  
NIP. 131474902

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT, karena atas izinNya jualan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi mengambil judul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Turunnya Jumlah Siswa Pada Lembaga Pendidikan Profesional Komputer Master Komputer Palembang**. Penulisan skripsi ini terbagi dalam lima bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Landasan Teori, Bab III Gambaran Umum Perusahaan, Bab IV Analisis dan Pembahasan dan Bab V Kesimpulan dan Saran.

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder perusahaan yang diperoleh dari wawancara langsung kepada konsumen dan penyebaran kuisisioner kepada orang – orang yang mengikuti pelatihan pada lembaga ini, sedangkan data sekunder diperoleh dari catatan historis yang telah terusun dalam arsip yang tidak dipublikasikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah siswa pada lembaga LPP Master Komputer selama tiga tahun terakhir. Penurunan jumlah siswa karena banyaknya bermunculan lembaga-lembaga sejenis dengan lokasi yang berdekatan dengan lembaga ini. Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan daya saing maka disusun suatu strategi pemasaran yang ilmiah yang didasarkan pada riset terhadap konsumennya, karena konsumen merupakan penentu hidup matinya suatu perusahaan.

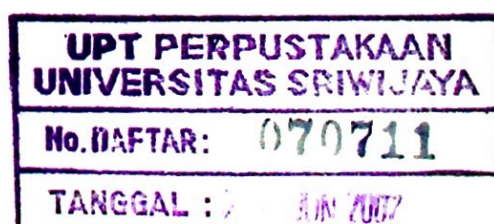
Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan manajemen perusahaan dan bahan masukan akademisi bagi peneliti manajemen pemasaran.

**Penulis**

**Rintis Amru**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
ABSTRAKSI.....	ix
ABSTRACT .....	x
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	8
1.4. Metodologi Penelitian.....	9
1.4.1 Desain Penelitian .....	9
1.4.2 Batasan Operasional Variabel .....	9
1.4.3 Pengukuran Variabel .....	10
1.4.4 Jenis dan Sumber Data .....	10
1.4.5. Teknik Pengumpulan Sampel.....	11
1.5.6 Metode Pengumpulan Data .....	12
1.5.7 Teknik Analisis.....	12
1.5.8. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB. II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Perilaku Konsumen .....	14
2.1.1 Model Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2. Faktor Utama yang Mempengaruhi Konsumen .....	16
2.1.3. Proses Pembelian dan Perilaku Pembelian .....	19
2.1.4. Proses Keputusan Konsumen .....	22
2.2. Bauran Pemasaran .....	23



2.3.	Kerangka Konseptual .....	32
<b>BAB. III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>		
3.1.	Sejarah Singkat Perusahaan .....	33
3.1.1.	Bentuk Usaha .....	34
3.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan .....	38
3.2.	Struktur Organisasi.....	39
3.3.	Perlengkapan Pendidikan .....	47
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1.	Uji Validitas, Uji realibilitas dan Uji Normalitas.....	50
4.1.1.	Uji Validitas .....	50
4.1.2	Uji Realibilitas.....	52
4.1.3	Uji Normalitas .....	52
4.2.	Karakteristik Responden .....	54
4.3.	Deskripsi Variabel.....	62
4.3.1.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen .....	62
4.3.2.	Keputusan Konsumen dalam Memakai Jasa Pelatihan .....	67
4.4.	Analisis Regresi.....	69
4.5.	Pengaruh Faktor Independen terhadap Keputusan Konsumen.....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1.	Kesimpulan .....	79
5.2	Saran .....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Banyaknya Lembaga Pendidikan Swasta di Indonesia.....	4
Tabel	1.2	Jumlah Alumni yang Telah Mengikuti Pendidikan Komputer Pada LPP Master Komputer Palembang.....	5
Tabel	1.3	Jumlah Alumni yang Telah Mengikuti Pendidikan Komputer Pada Lembaga Palcomtech Palembang.....	6
Tabel	4.1	Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel	4.2	Hasil Uji Realibilitas.....	52
Tabel	4.3	Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel	4.4	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel	4.5	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Usia Responden .....	55
Tabel	4.6	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Pekerjaan responden .....	56
Tabel	4.7	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Pengeluaran Responden Per Bulan .....	57
Tabel	4.8	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Tujuan Mengikuti Pelatihan .....	58
Tabel	4.9	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Sumber Informasi Responden .....	58
Tabel	4.10	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Orang yang Berhak Memutuskan .....	59
Tabel	4.11	Karakteristik dan Frekuensi Data Responden Berdasarkan Faktor yang Paling Penting.....	61
Tabel	4.12	Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Kualitas.....	63
Tabel	4.13	Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Biaya.....	64
Tabel	4.14	Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Lokasi .....	65
Tabel	4.15	Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Fasilitas.....	66
Tabel	4.16	Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Materi Pendidikan.....	67
Tabel	4.17	Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Keputusan Konsumen .....	68
Tabel	4.18	Hasil Analisis Regresi.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Model Perilaku Pembelian Kotler .....	14
Gambar	2.2	Model Proses Keputusan Membeli.....	22
Gambar	4.4	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Gambar	4.5	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Usia Responden .....	55
Gambar	4.6	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Pekerjaan Responden .....	56
Gambar	4.7	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	57
Gambar	4.8	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Tujuan Mengikuti Pelatihan .....	58
Gambar	4.9	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Sumber Informasi Responden .....	59
Gambar	4.10	Karakteristik dan Frekuensi Responden berdasarkan Orang yang berhak memutuskan .....	60
Gambar	4.11	Faktor yang Paling Penting .....	61



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pengolahan data telah dilakukan oleh manusia sejak zaman dahulu kala. Manusia ditantang dengan suatu perhitungan – perhitungan untuk memecahkan bermacam-macam persoalan. Manusia telah berpikir untuk menemukan peralatan – peralatan yang dapat mengolah data dengan hasil yang lebih cepat dan tepat.

Alat pengolah data yang telah ditemukan dari yang paling sederhana sampai sekarang ini dapat digolongkan ke dalam 4 golongan, yaitu :<sup>1</sup>

1. Peralatan manual: yaitu peralatan pengolahan data yang sangat sederhana, dan faktor terpenting dalam pemakaian alat adalah menggunakan tenaga tangan manusia
2. Peralatan Mekanik: yaitu peralatan yang sudah berbentuk mekanik yang digerakkan dengan tangan secara manual
3. Peralatan Mekanik Elektronik: Peralatan mekanik yang digerakkan oleh secara otomatis oleh motor elektronik
4. Peralatan Elektronik: Peralatan yang bekerjanya secara elektronik penuh

Sekarang kita hidup di dalam dunia yang sedang mengalami proses revolusi penerapan dari teknologi komputer yang disebut *computerization* (komputerisasi). Komputer yang kita temui saat ini adalah suatu evolusi panjang dari penemuan-penemuan manusia sejak dahulu kala berupa alat mekanik maupun elektronik.

---

<sup>1</sup> <http://www.ilmukomputer.com>

Penggunaan teknologi yang berbasis komputerisasi digunakan hampir di segala bidang, disadari atau tidak manusia dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut agar mampu mengimbangi zaman. Sejak tahun 1950 sampai saat ini, pemakaian komputer dirasa sangat membantu di segala aspek kegiatan. Hal ini tersebut dapat dilihat dari aplikasi komputer yang meliputi<sup>2</sup> :

a. *Di Bidang Teknik dan Ilmu Pengetahuan*

Yaitu penyelesaian perhitungan-perhitungan yang sulit dan rumit dalam waktu yang cepat. Penelitian dan riset pengembangan yang berbahaya bila dilakukan oleh manusia dan yang membutuhkan biaya yang besar, dapat dilakukan secara simulasi pada komputer

b. *Di Bidang Bisnis*

Kegunaan komputer pada aplikasi bisnis adalah untuk menyediakan informasi dengan cepat dan tepat. Keadaan pasar yang bersaing dan berkembang serta kompleksnya suatu perusahaan, membuat informasi yang dapat diandalkan dan tepat pada waktunya sangat penting untuk semua tingkat manajemen. Informasi yang beraneka ragam, tepat dan cepat membutuhkan suatu alat pengolah data yang dapat menyediakan informasi yang dapat menyediakan informasi tersebut yakni komputer

c. *Di Bidang Industri*

Komputer membantu kegiatan operasional dalam suatu perusahaan produksi barang guna meningkatkan produktivitas, penekanan biaya, memperbaiki produksi barang. Di samping itu komputerpun dipakai untuk mengontrol

---

<sup>2</sup> Hartono, Jogianto. *Pengenalan Komputer: Dasar ilmu komputer, Pemograman, Sistem Informasi dan Intelegensi Buatan Edisi IV*. Andi, Yogyakarta, 2004 hal. 93.

suatu alat mesin seperti : memotong kayu, membor, mengatur temperatur ataupun tekanan udara di dalam suatu pabrik yang besar.

d. *Di Bidang Perbankan*

Di bidang perbankan, komputer dipergunakan untuk menghasilkan informasi bagi pihak manajemen bank sendiri dan juga untuk meningkatkan pelayanan kepada pihak nasabah bank.

Sedemikian besarnya peranan teknologi komputer pada masa sekarang mendesak masyarakat untuk memiliki kemampuan penguasaan teknologi komputerisasi ini agar dapat mengikuti arus modernisasi.

Menyikapi fenomena ini maka tidaklah mengherankan jika banyak bermunculan lembaga-lembaga yang menawarkan jasa pelatihan komputer, perkembangan dunia komputer diiringi dengan bermunculannya lembaga-lembaga pendidikan komputer, berakibat persaingan diantara lembaga-lembaga pendidikan komputer semakin ketat karena setiap lembaga komputer selalu berusaha menawarkan kelebihan masing-masing dalam mempengaruhi konsumen. sehingga bersedia mengikuti pendidikan komputer.

**Tabel 1.1**

**Banyaknya Lembaga Usaha Pendidikan Swasta di Indonesia**

**Tahun 1968-2004**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Usaha Pendidikan</b>
1968-1972	1.651
1973-1977	2.340
1978-1982	3.737
1983-1987	4.077
1988-1992	7.678
1993-1996	9.224
2004	38.353

*Sumber : Badan Pusat Statistik Palembang*

Berdasarkan tabel 1.1. dapat dilihat dari tahun ke tahun peningkatan jumlah lembaga pendidikan komputer sangat pesat dan pada tahun 2004 jumlah lembaga pendidikan komputer telah mencapai 38.353 buah, hal ini mengisyaratkan betapa ketatnya persaingan diantara penyedia jasa tersebut.

Lembaga Pendidikan Komputer Master Komputer Palembang (LPP Master Komputer) yang berlokasi di Jln. Jend Sudirman KM. 3,5 adalah salah satu dari lembaga yang menyediakan jasa pelatihan komputer yang telah cukup lama berdiri di Palembang dan turut pula terkena imbas dari persaingan antar lembaga pelatihan komputer, seperti terlihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.2**

**Jumlah Alumni Yang Telah Mengikuti Pendidikan Komputer**

**Pada Master Komputer Palembang**

Periode ( Tahun )	Jumlah Siswa	Pertambahan
1999-2000	210	0
2000-2001	320	52,38 %
2001-2002	410	28,13 %
2002-2003	590	43,9 %
2003-2004	400	-32,2 %
2004-2005	350	-12,5 %
2005-2006	275	-21,43 %

*Sumber : LPP Master Komputer Palembang*

Pada tabel 1.2 memperlihatkan bahwa terjadi penurunan jumlah siswa pada lembaga pelatihan komputer LPP Master Komputer secara berturut-turut pada tiga tahun terakhir yakni berjumlah 400, 350 dan 275 siswa. Hal ini mungkin diakibatkan dari munculnya beberapa lembaga pelatihan yang sama dan lokasi yang tidak berjauhan misalnya Palcomtech, IPILEPINNDO, Lami Komputer dan Lembaga Pelatihan Komputer Siap Pakai.

Palcomtech merupakan lembaga pendidikan pelatihan komputer sejenis dan berlokasi sama dengan lembaga pendidikan LPP Master Komputer Palembang, lembaga pendidikan yang baru beroperasi pada tahun 2003 ini telah dapat berkembang secara berkesinambungan seperti tampak pada tabel 1.3 :

**Tabel 1.3**

**Jumlah Alumni Yang Telah Mengikuti Pendidikan Komputer  
Pada Palcomtech Palembang**

Periode ( Tahun )	Jumlah Siswa	Pertambahan
2003-2004	400	0
2004-2005	470	17,5%
2005-2006	524	10,63%

*Sumber : Palcomtech Palembang*

Disini terlihat adanya peningkatan jumlah siswa pada lembaga ini pada tahun ke tahun yang sampai saat ini telah mencapai berjumlah 524 siswa, hal ini dimungkinkan karena gencarnya promosi dan publikasi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan Palcomtech Palembang, yakni dengan melakukan promosi berhadiah, berbagai promosi melalui media elektronik : radio dan televisi lokal, pemasangan reklame di berbagai tempat dan promosi melalui media koran dan bahkan publisitas dengan mensponsori berbagai pentas, sedangkan lembaga pendidikan LPP Master Komputer Palembang hanya melakukan promosi dengan membagikan brosur dan penggunaan media koran sebagai saluran promosinya.

Penurunan jumlah angka siswa yang terjadi pada lembaga LPP Master Komputer memberi gambaran perlunya perubahan strategi persaingan bagi LPP Master Komputer. Ketatnya persaingan diantara lembaga-lembaga pelatihan komputer tersebut menuntut masing-masing penyedia jasa ini menerapkan strategi yang tepat untuk dapat bersaing di pasar, yakni strategi mengenali keinginan dan kebutuhan konsumen

Keputusan pembelian ada pada diri konsumen, konsumen akan menggunakan berbagai kriteria dalam memutuskan memakai produk dari berbagai

alternatif yang tersedia, diantaranya berdasarkan kebutuhan, selera, dan daya belinya. Oleh karenanya memiliki pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi keputusan konsumen sehingga menggunakan apa yang ditawarkan oleh pemasar.<sup>3</sup>

Oleh karena konsumen merupakan penentu pengambilan keputusan konsumsi, sehingga lembaga pendidikan yang memahami konsumen dalam mengambil keputusan konsumsi akan mampu merancang strategi pemasaran dengan lebih baik dan akan bisa memperkirakan kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya.

Lembaga pendidikan yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara ekonomis dan secara menyenangkan serta yang dapat berkomunikasi secara efektif kepada konsumennyalah yang akan mampu bertahan dan unggul dalam persaingan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan singkat diatas maka pokok permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan memakai jasa pelatihan komputer pada LPP Master Komputer Palembang.
- b. Faktor manakah yang dominan dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan memakai jasa pelatihan komputer pada LPP Master Komputer Palembang ?

Sedangkan yang menjadi masalah pokok disini adalah :

---

<sup>3</sup> Sumarwan,Ujang,2000.*Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.hal 24



“ Faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen dan seberapa jauh faktor-faktor tersebut berpengaruh dalam pemilihan lembaga pendidikan LPP Master Komputer Palembang “

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah faktor fasilitas, materi, kualitas, biaya dan lokasi pendidikan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan memakai jasa pelatihan komputer pada LPP Master Komputer Palembang.
- b. Untuk mengetahui faktor manakah yang dominan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan memakai jasa pelatihan komputer pada LPP Master Komputer Palembang

#### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

- a. Bagi Manajemen LPP Master Komputer Palembang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan dan merancang penawarannya sehingga sesuai dengan keinginan konsumen.
- b. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan berpikir dan pengalaman peneliti yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam memilih lembaga pelatihan komputer
- c. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lanjutan.



## 1.4. Metodologi Penelitian

### 1.4.1. Desain Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan menggunakan jenis desain penelitian deskriptif (*deskriptif design*). Penelitian Deskriptif merupakan suatu penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan<sup>4</sup>

### 1.4.2. Batasan Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Variabel Dependen ( Y )

- ❖ Keputusan konsumen dalam memakai jasa pelatihan komputer pada LPP Master Komputer Palembang

#### 2. Variabel Independen ( X )

- ❖ Variabel Fasilitas Pendidikan (  $X_1$  ), yaitu sarana penunjang yang mendukung proses pembelajaran
- ❖ Variabel Materi Pendidikan (  $X_2$  ), yaitu paket pendidikan yang ditawarkan penyedia jasa
- ❖ Variabel Kualitas Pendidikan (  $X_3$  ), yaitu mutu pendidikan dari lembaga pendidikan
- ❖ Variabel Biaya Pendidikan (  $X_5$  ), yaitu pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen dalam bentuk uang

---

<sup>4</sup> Santoso, Singgih, *Riset Pemasaran*, PT. Elek Media Komputindo, Jakarta, 2001, hal. 44

### **1.4.3. Pengukuran Variabel**

Dalam penelitian ini untuk menganalisa variabel digunakan skala likert dengan enam tingkat penilaian, yakni Sangat Tidak Berpengaruh (STP), Tidak Berpengaruh (TP), Kurang Berpengaruh (KB), Cukup Berpengaruh (CB), Berpengaruh (B), Sangat Berpengaruh ( SB ). Besaran skala yang diberikan adalah dimulai dari angka 1 ( untuk jawaban STB ) sampai dengan angka 6 ( untuk jawaban SB ).

### **1.4.4 Jenis dan Sumber data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah :

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber aslinya dengan melalui wawancara atau dengan menyebarkan kuisisioner untuk diisi oleh setiap responden yaitu melalui para pengguna jasa LPP Master Komputer Palembang.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang telah diolah dari sumbernya yaitu dari sumber-sumber lain yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti, dimana terbagi dua yaitu

- ❖ Data internal, yaitu data yang diperoleh dari data internal LPP Master Komputer Palembang
- ❖ Data Eksternal, yaitu data yang diperoleh dari data-data sumber-sumber lainnya, misalnya surat kabar, hasil penelitian atau data lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 1.4.5. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah non probability sampling yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*. Dimana dalam *purposive sampling* untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan subjektif untuk memilih anggota populasi dengan kriteria tertentu dan menolak anggota populasi yang tidak memiliki kriteria tersebut. Kriteria yang diambil adalah konsumen yang memakai jasa pelatihan komputer di LPP Master Komputer Palembang.

Untuk penentuan besarnya sampel, dilakukan dengan mempergunakan formula Slovin<sup>5</sup> berikut :

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

dimana : n = jumlah sampel

N = Populasi sampel

e = toleransi kesalahan pengambilan sampel ( range 1-10% )

Dalam penelitian ini e ditentukan sebesar 10%, maka besarnya sampel :

$$n = \frac{275}{1 + (275(0,1)^2)} = \frac{275}{1 + 2,75} = \frac{275}{3,75} = 73,333 = 73 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel pada penelitian ini direncanakan adalah sebanyak 73 orang dan untuk kemudahan perhitungan data saat dilakukan analisis maka disebarkan sebanyak 75 unit kuisisioner.

---

<sup>5</sup> Simamora, Bilson., (2002), *Panduan Riset perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

#### 1.4.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan peneliti adalah :

1. Wawancara yaitu pertanyaan langsung dengan pengguna jasa lembaga pendidikan LPP Master Komputer Palembang ( populasi penelitian ) sehingga dapat diambil sampel yang memberikan data valid untuk penelitian.
2. Kuesioner yaitu daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis yang diberikan kepada sampel penelitian setelah melalui proses wawancara langsung.

#### 1.4.7. Teknik Analisis

Teknik analisis data ini menggunakan tabulasi frekuensi dan persamaan regresi linier berganda (*multiple regression*). Sedangkan untuk pengolahan data menggunakan program *SPSS ( Statistical Package for Social Science ) for Windows ver. 11.5*, dengan formulasi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

Dimana :

<b>Y</b>	<b>= Keputusan memakai jasa pelatihan</b>
<b>a</b>	<b>= Konstanta</b>
<b>b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub>,b<sub>3</sub>,b<sub>4</sub>,b<sub>5</sub></b>	<b>= Koefisien Regresi</b>
<b>X<sub>1</sub></b>	<b>= Faktor Fasilitas Pendidikan</b>
<b>X<sub>2</sub></b>	<b>= Faktor Materi Pendidikan</b>
<b>X<sub>3</sub></b>	<b>= Faktor Kualitas Pendidikan</b>
<b>X<sub>4</sub></b>	<b>= Faktor Biaya Pendidikan</b>
<b>X<sub>5</sub></b>	<b>= Faktor Lokasi Pendidikan</b>
<b>e</b>	<b>= Gangguan ( Error )</b>

#### **1.4.8. Sistematika Pembahasan**

##### **BAB I. PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

##### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini diuraikan tentang konsep-konsep inti pemasaran, definisi pemasaran, bauran pemasaran dan perilaku konsumen.

##### **BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, pembagian kerja, perkembangan perusahaan dan visi dan misi perusahaan.

##### **BAB IV. ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA PENDIDIKAN LPP MASTER KONPUTER PALEMBANG**

Bab ini merupakan pembahasan dari data-data yang telah dikumpulkan. Data kuisisioner dianalisis dengan tabulasi silang.

##### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan pernyataan singkat yang merupakan jawaban atas masalah penelitian. Bab ini juga peneliti menyarankan kepada pihak yang memperoleh manfaat penelitian untuk mengurangi hal-hal yang bersifat negatif serta meningkatkan hal-hal positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Propinsi Sumatera Selatan.2004. *Banyaknya Usaha Jasa tidak Bebasan Hukum Menurut Jenis Kegiatan*. Palembang : BPS
- Engel, James F, Roger D, Blackwell, Paul W Minard ( 1994 ). *Perilaku Konsumen* Jilid 1. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Hartono,Jogianto.2004. *Pengenalan Komputer : Dasar ilmu komputer, Pemograman, Sistem Informasi dan Intelegensi Buatan Edisi IV*.Yogyakarta.Andi.
- Kotler, Philip .2000. *Manajemen Pemasaran Mileinium Edition*. Edisi Mienium. Jakarta: Prenhalindo
- Lupioadi, Rambat.*Manajemen Pemasaran Jasa*. Jilid 1. Jakarta : Salemba Empat
- Santoso, Singgih,*Riset Pemasaran*,PT. Elek Media Komputindo,Jakarta, 2001
- Setiadi,Nugroho J.2003.*Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*.Prenada Media,Jakarta
- Simamora,Bilson..2002. *Panduan Riset perilaku Konsumen*.Gramedia Pustaka Utama,Jakarta
- Stranton, William J. dan Y Iamarto.1991. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Sudirman,Ivan.2003.*Sejarah Komputer*. Artikel Online.Diambil pada tanggal 2 Febuari dari <http://www.infokomputer.com>
- Sumarwan,Ujang. 2000. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.