

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN SISWA MEMILIH GLOBAL ENGLISH
LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG**



Skripsi Oleh:

HELLY FITRIA JANUAR

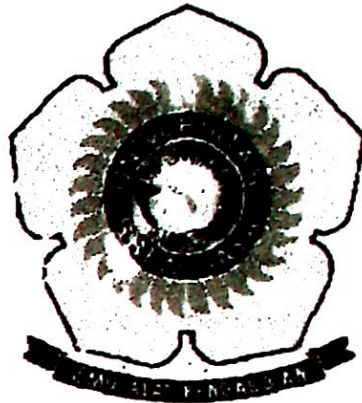
NIM 01053110047

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

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
Tahun 2009**

371.283 07
Jan
a
c-01314
2009

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN SISWA MEMILIH GLOBAL ENGLISH
LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG**



Skripsi Oleh:

HELLY FITRIA JANUAR

NIM 01053110047

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat

Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekosomi

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDERALAYA

Tahun 2009

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

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : HELLY FITRIA JANUAR
NIM : 01053110047
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN SISWA MEMILIH GLOBAL ENGLISH
LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG**

PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal: 2 Juli 2009

Ketua :



Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A

NIP: 131801646

Tanggal: 2 Juli 2009

Anggota :



Dra. Hj. Rusmiyati Sofyan

NIP: 131271085

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

TANDA PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**NAMA : HELLY FITRIA JANUAR
NIM : 01053110047
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN SISWA MEMILIH GLOBAL ENGLISH
LANGUAGE CENTER (GELC) PALEMBANG**

Telah dilaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 28 Juli 2009 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

**Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 28 Juli 2009**

Ketua,



Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A
NIP: 131801646

Anggota,



Dra. Hj. Rusmiyati Sofyan
NIP: 131271085

Anggota,



Drs. H. Islahuddin Daud
NIP: 131412524

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manejemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM

MOTO:

"Hidup Tanpa Ilmu Pengetahuan Bagai Manusia Tanpa Ruh"

(hLy)

Kupersembahkan untuk :

Allah SWT

Kelua orang tua tercinta

Adikku tersayang

Suami dan anak-anakku kelak

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa penulis haturkan kepada Pembawa Cahaya Kebahagiaan "Nabi Besar Muhammad SAW".

Penyusunan skripsi ini dilakukan berdasarkan hasil penelitian penulis pada Global English Language Center (GELC) Palembang dan dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana Ekonomi, Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Palembang, yang berjudul **Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Global English Language Center (GELC) Palembang**. Penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab, terdiri dari Bab I. Pendahuluan, Bab II. Studi Pustaka, Bab III. Metode Penelitian, Bab IV. Gambaran Umum Perusahaan, Bab V. Hasil dan Pembahasan dan Bab VI Kesimpulan dan Saran.

Data utama yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh siswa yang kursus di Global English Language Center (GELC) Palembang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima variabel yang digunakan dalam penelitian ini, hanya *Advertising*, *Public Relation*, dan *Word of Mouth* yang mempengaruhi keputusan siswa.

Akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu saya meminta maaf kepada para pembaca apabila isi dari skripsi ini kurang berkenan ataupun terdapat banyak kesalahan dan saya juga mengharapkan kritik dan saran

yang bersifat membangun agar dikemudian hari saya bisa menyajikan karya ilmiah yang lebih baik. Dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya.

Palembang, Juli 2009

HELLY FITRIA JANUAR

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjangkan ke hadirat Allah S.W.T. karena atas rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Global English Language Center (GELC) Palembang**. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan dukungan baik moril maupun materil dalam penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, MBA, Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Dr. H. Syamsurijal A.K., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.
3. Drs. Yuliansyah M.Diah, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.
4. Drs. Islahuddin Daud, MM, selaku Pembimbing Akademik dan Dosen Penguji Skripsi.
5. Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, MBA, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini diwaktu-waktunya yang sangat padat.
6. Drs. Hj. Rusmiyati Sofyan, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberi masukan dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Semua Bapak/Ibu dosen terutama Welly Nailis, SE, MM, terimakasih atas masukannya selama ini dan pelajaran SPSS nya yang sangat berarti.
8. Kedua orang tuaku tercinta (Kapten Inf Rusli Nurmalian dan Peltu (K) Ana Natalia), terima kasih atas kasih sayang dan dukungan moril maupun materil yang telah Ibu dan Bapak berikan untuk Rhya dari kecil hingga sekarang. Semoga dengan ini bisa sedikit membahagiakan Ibu dan Bapak.
9. *My Lovely Sister* Bindu Gusfiantini. Semoga kita bisa sukses dan membahagiakan Ibu dan Bapak selalu.
10. Keluarga besarku di Palembang, Jakarta dan Bogor. Untuk sepupu dan keponakanku Yuk Retno, Ayu, Puput, Aqiel, Dzaki, Tyas, Zizah, Luthfi, Hanifah, Hilmi, dan semuanya yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu.

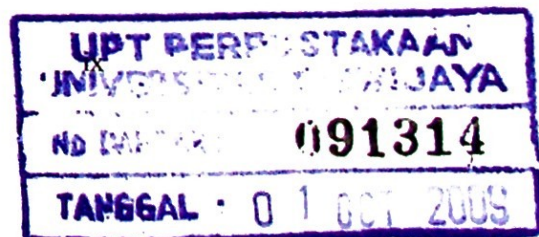
11. Sahabat hatiQ yang setia memberikan arahan, cinta kasih, pembelajaran diri dan kesabaran M. Fikri, ST. Semoga kasih sayang ini selalu ada karena Allah dan Allah akan mempertemukan kita lagi pada saatnya nanti.
12. Special to *My Lovely Ayuk2, thank for ur friendship* yang membuat *Full Color* hari-hariku saat kuliah. Shelly, Ela, Amy, Inge, Cendy, Nia, Dita. Semoga persahabatan kita tidak pudar dengan berjalannya waktu.
13. Mbak Ninil, Kak Hendry, Kak Indana, Kak Udin, Pak Tuter dan Kak Okta, yang telah sering direpotkan dan selalu setia memberikan bantuan selama penulis mengikuti kuliah dan menyelesaikan Skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
14. Bapak Qurniawansyah, SS, MM. Direktur Global English Language Center Palembang beserta staf yaitu Ms. Sandry, Ms. Diana, Mr. Nata, Mr. Panji. Terimakasih atas kerja samanya dalam proses penelitian skripsi ini.
15. Teman-teman seperjuangan Management'05 Lia, Yaya, Qi2, Tjo, Rani, Harum, Juim, Rio, Irsan, Oliver. Katinda, Indro, Hary, Temex, Mimi, Arinda, Farly, Anggi, Tata, Habibie, Hilda, Qi2 TL, Toyo, Ulan, Wisnu, Yoyo, Obi dan semua yang tidak dapat dituliskan satu persatu. Semangat teman-teman!! Kapan nich ngadain reunion??
16. Teman SMA N 6 Palembang dan SLTP N 6 Bogor. Semoga kita dapat bertemu kembali.
17. Adik-adik tingkatku Ndez, Dendy, Andy, Arief, Ei, Dian Ak'06, Ichal, Kholid, dan Abi. Semoga sukses ya dek, Cepetlah lulus ^^ dan kakak-kakak tingkatku yang sudah memberikan arahan kepada adik tingkatmu ini terutama Kak Mario (kak buruan insyaf ya hahha peace..!!)
18. My Boss Panorangan Siregar selaku General Manager PT. PUTRA ARISMA yang telah memberikan izin untuk konsultasi dan proses pembuatan skripsi ini. Serta partner kerjaku Mbak Monic dan Lyna. (Kapan nech Karokean lagi??) \(^_^)/

Penulis,

HELLY FITRIA JANUAR

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Persetujuan Panitia Ujian Skripsi	iii
Halaman Motto dan Persembahan.....	iv
Kata Pengantar	v
Ucapan Terima Kasih.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak.....	xvi
Abstact	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Perumusan Masalah	9
1.3.Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Konsep dan Landasan Jasa	10
2.1.2. Karakteristik Jasa	11
2.1.3. Kategori Bauran Jasa	13
2.1.4. Pengertian Promosi	14



2.1.5. Tujuan Promosi	15
2.1.6. Peran Promosi	16
2.1.7. Strategi Promosi	17
2.1.8. Proses Pengambilan Keputusan	21
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Konseptual	26
2.4. Hipotesis	26
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	28
3.2. Rancangan Penelitian.....	28
3.3. Populasi, Sampel, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.4.1. Identifikasi Variabel.....	32
3.3.2. Batasan Operasional Variabel	32
3.3.3. Pengukuran Variabel Penelitian	35
3.5. Metode Pengumpulan Data	36
3.5.1. Jenis Data	36
3.5.2. Sumber Data	36
3.5.3. Metode Pengumpulan Data	37
3.6. Instrumen Penelitian	37
3.7. Metode Analisis Data	38
 BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	42

4.3. Struktur Organisasi.....	42
4.3.1. Pembagian Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab....	43
4.4. Budaya Perusahaan	50
4.5. Penghargaan	50
4.6. Bauran Pemasaran	51
4.6.1. Produk	51
4.6.2. Harga	53
4.6.3. Tempat.....	54
4.6.4. Promosi	55
4.6.5. Orang	61
4.6.6. Proses	64
4.6.7. Layanan Konsumen	67
4.7. Data Hasil Penelitian	68
 BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Profil Responden.....	70
5.1.1. Jenis Kelamin	71
5.1.2. Usia	72
5.1.3. Pendidikan Formal Terakhir	73
5.1.4. Pekerjaan	74
5.1.5. Level	75
5.2. Perilaku Responden.....	76
5.2.1. Informasi Mengenai GELC Pertama Kali	76
5.2.2. Pihak Yang Menentukan	77
5.3. Teknik Analisis Kuantitatif	78
5.3.1. Analisis Frekuensi dan Deskripsi	78

5.3.2. Analisis Tabulasi Silang	92
5.3.3. Uji Data	95
5.3.3.1. Uji Validitas	95
5.3.3.2. Uji Reliabilitas	97
5.3.3.3. Uji Normalitas	98
5.3.4 Analisis Korelasi dan Regresi Linier Berganda	100
5.4 Teknik Analisis Kualitatif	108
5.4.1 Pembahasan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Global English Language Center (GELC) Palembang	108
5.4.2 Pengaruh Keseluruhan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Global English Language Center (GELC) Palembang	108
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.1. Kesimpulan	112
6.2. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lembaga Bahasa dan Kursus Bahasa Inggris di Palembang Tahun 2009.....	3
Tabel 1.2 Program-program Yang Ditawarkan GELC.....	5
Tabel 1.3 Data Biaya Promosi, Jumlah Siswa, dan Jumlah Kelas GELC Palembang Tahun 2004-2008.....	8
Tabel 2.1 Tahap-tahap Dalam Keputusan Pembelian	23
Tabel 3.1 Perhitungan Jumlah Responden	31
Tabel 3.2 Pengukuran Terhadap Variabel Independen (X).....	35
Tabel 3.3 Pengukuran Terhadap Variabel Dependen (Y)	35
Tabel 4.1 Fasilitas Pada GELC	52
Tabel 4.2 Biaya Kursus GELC Palembang	54
Tabel 4.3 Jumlah Karyawan GELC Berdasarkan Jabatan.....	63
Tabel 4.4 Jadwal dan Jam Kursus GELC.....	67
Tabel 4.5 Tabel Deskriptif.....	68
Tabel 5.1.1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	71
Tabel 5.1.2 Frekuensi Usia Responden	72
Tabel 5.1.3 Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	73
Tabel 5.1.4 Frekuensi Pekerjaan Responden.....	74
Tabel 5.1.5 Frekuensi Level Responden	75
Tabel 5.2.1.Frekuensi Pertama Kali Mengetahui Informasi GELC Responden	76
Tabel 5.2.2 Frekuensi Pihak Yang Menentukan	77
Tabel 5.3.1.1 Statistik Deskriptif <i>Advertising</i>	78
Tabel 5.3.1.2 Statistik Deskriptif <i>Personal Selling</i>	82
Tabel 5.3.1.3 Statistik Deskriptif <i>Sales Promotion</i>	84
Tabel 5.2.1.4 Statistik Deskriptif <i>Public Relation</i>	86
Tabel 5.2.1.5 Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth</i>	89
Tabel 5.3.1.2 Statistik Deskriptif Keputusan Siswa	90

Tabel 5.3.2.1 Hubungan Antara Jenis Kelamin Responden dengan Sumber	
Informasi.....	92
Tabel 5.3.2.2 Hubungan Antara Usia Responden dengan Pemberi Pengaruh.....	93
Tabel 5.3.2.3 Hubungan Antara Pendidikan Formal Terakhirnya dan Sumber	
Informasi.....	94
Tabel 5.3.3.1 Hasil Uji Validitas.....	96
Tabel 5.3.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 5.3.3.3 Hasil Uji Normalitas.....	99
Tabel 5.3.4.1 Correlations.....	100
Tabel 5.3.4.2 Variables Entered/Removed.....	103
Tabel 5.3.4.3 Model Summary.....	104
Tabel 5.3.4.4 ANOVA.....	104
Tabel 5.3.4.5 Coefficients.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Karakteristik Jasa.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	26
Gambar 3.1 Hubungan Antara Variabel Dependen dengan Variabel Independen.....	32
Gambar 4.1 Lambang GELC Palembang.....	42
Gambar 4.2 Struktur Organisasi GELC Palembang.....	43
Gambar 4.3 Denah GELC Palembang.....	55
Gambar 4.4 Brosur GELC Palembang	56
Gambar 4.5 Reward Card Student.....	60
Gambar 4.6 Logo GEDS	64
Gambar 4.7 Foto Aktifitas GEDS Saat Berdebat	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Master Data
- Lampiran 3 Output SPSS

Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Global English Language Center (GELC) Palembang

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan siswa memilih Global English Language Center (GELC) Palembang dan 2) mengetahui strategi promosi yang paling mempengaruhi keputusan siswa memilih Global English Language Center (GELC) Palembang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil dari analisis regresi terhadap lima variabel (*advertising, personal selling, sales promotion, public relation, dan word of mouth*), diketahui bahwa hanya ada tiga variabel promosi yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan siswa memilih Global English Language Center (GELC) Palembang yaitu *advertising, public relation, dan word of mouth*. Dapat diketahui juga bahwa *advertising* merupakan strategi promosi yang paling mempengaruhi keputusan siswa memilih Global English Language Center (GELC) Palembang.

Maka sebaiknya pihak Global English Language Center (GELC) Palembang meningkatkan inovasi promosi dan juga meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan siswa agar mereka mendapatkan kepuasan yang maksimal.

Kata Kunci : Promosi, Global English Language Center (GELC) Palembang dan keputusan siswa

Analysis of the Influence of Promotion to Student's Decision in Choosing Global English Language Center (GELC) Palembang

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) knowing the influence of promotion to student's decision in choosing Global English Language Center (GELC) Palembang and 2) knowing dominant promotion strategy that influencing student's decision in choosing Global English Language Center (GELC) Palembang.

Results of research indicate that according to the result of regression analysis to five variables (advertising, personal of selling, promotion sales, relation public, and mouth of word), we find that there are only three variables of promotion that influencing student's decision in Choosing Global English Language Center (GELC) Palembang. These factors are advertising, public relation, and word of mouth. We also find that advertising is the dominant factor that influencing student's decision in Choosing Global English Language Center (GELC) Palembang.

The management of Global English Language Center (GELC) Palembang has to increase the promotion's innovation and also increase the service's quality to fulfill needs and wants of the students so that they can get maximal satisfaction.

Keywords: Promotion, Global English Language Center (GELC) Palembang and student's decision

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat dunia dilanda globalisasi, ketika negara diseluruh dunia saling berhubungan dan saling mempengaruhi, bahasa antar negara merupakan sarana komunikasi yang amat penting perannya. Bahasa mendominasi proses saling menyampaikan pesan, pertukaran gagasan, perundingan, alih teknologi, pemasaran dan sebagainya yang menyangkut kedua belah pihak.

Apalagi kita akan menghadapi pasar dan perdagangan bebas dunia. Era penuh persaingan ini menuntut bangsa kita untuk memperjuangkan budaya, hubungan internal dan eksternal, komunikasi dan transaksi antar bangsa, serta berbagai ideologi bangsa yang kita miliki. Dalam menghadapi era multinasional ini, peningkatan mutu sumber daya manusia merupakan kunci strategis agar bisa bertahan dalam persaingan yang sangat kompetitif.

Ada banyak alasan penting mengapa kita harus belajar bahasa asing, yaitu dengan belajar bahasa asing kita dapat meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi dan mendapatkan ilmu pengetahuan dari adat-istiadat dan cara hidup orang dari negara lain. Tetapi saat ini alasan mengapa banyak orang ingin menguasai bahasa asing dikarenakan dapat menunjang karier, membuat orang percaya diri, untuk berkomunikasi secara global, agar tidak dibilang *kuper*, dan diakui oleh komunitasnya jika dia bergaul dengan orang asing.

Bahasa Inggris adalah salah satu bahasa yang mempunyai citra tersebut diatas dan oleh karena itu diusahakan di negara kita diajarkan sedini mungkin, sehingga bahasa Inggris dapat dikuasai dengan baik oleh para generasi muda.

Sehubungan dengan hal-hal yang disebutkan di atas, kita mengetahui betapa pentingnya menguasai bahasa Inggris. Maka dari itu masyarakat saat ini telah mengetahui arti penting untuk menguasai bahasa Inggris. Yang banyak mempelajari bahasa Inggris yaitu para pelajar, mahasiswa, dosen, pengusaha, ilmuwan, dan bahkan ibu rumah tangga pun tidak mau kalah untuk bisa menguasai bahasa Inggris. Hal inilah yang menyebabkan banyaknya bermunculan lembaga-lembaga pendidikan yang menawarkan jasa pendidikan bahasa Inggris. Karena luas dan besarnya pasar konsumen untuk jasa pendidikan bahasa maka pertumbuhan dan pengembangan lembaga pendidikan ini semakin banyak dan cepat.

Sebagai akibat semakin banyaknya lembaga pendidikan kursus bahasa Inggris tersebut maka semakin ketat pula persaingan antara para lembaga pendidikan, untuk itu setiap lembaga selalu berusaha untuk mempromosikan lembaga bahasanya kepada para konsumennya. Semua ini dilakukan untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen terpengaruh menjadi murid di lembaga pendidikan itu.

Saat ini, lembaga bahasa Inggris bukan hanya berfungsi untuk mencari ilmu. Tetapi juga, sebuah lembaga berfungsi sebagai tempat favorit berkumpulnya para murid untuk menghabiskan waktunya di sana, sehingga lembaga bahasa dituntut memiliki konsep tata ruang (*layout*) dan program yang terdiferensiasi serta disesuaikan dengan keinginan, kebutuhan, dan motivasi konsumen.

Beragam jenis kursus bermunculan. Tak hanya satu jenjang, tapi ada yang menawarkan beberapa tingkatan kursus. Bahkan ada pula yang menyelenggarakan kursus dengan masa pendidikan yang tidak terlalu lama—lazim disebut kursus singkat. Penyelenggara kursus jenis ini tidak sulit ditemukan, bertebaran di banyak tempat. Dari kota-kota besar hingga pelosok kabupaten (<http://www.republika.co.id>).

Berikut merupakan data pendukung mengenai lembaga bahasa dan kursus bahasa Inggris di kota Palembang:

Tabel 1.1

Lembaga Bahasa dan Kursus Bahasa Inggris di Palembang Tahun 2009

No.	Lembaga kursus bahasa Inggris	Alamat	No.Telepon
1	Brotherhood English Course	Jl.Jend Sudirman 3105	367-530
2	Commicated English Course	Jl. Letnan Jaimas 440	319-635
3	English First	Jl. Cendrawasih 28	350-169
4	English Educational Center	Jl. Kol. Atmo 636	317-075
5	English Twenty One	Jl. Jend Sudirman 1129	317-022
6	Gilland English Center	Kenten Permai BI A 1/12	821-443
7	Gloria English Course	Jl. Merdeka 35	352-362
		Jl. Jend A Yani 108	517-613
		Jl. LaksL RE Martadinata 7	719-518
		Jl. Torpedo Sekip Ujung	-
8	Intensive English Course	Jl. Letkol Iskandar 16	358-873
		Jl. R. Sukanto 43 Simpang Patal	824838
9	Kursus Bahasa Inggris Syailendra	Jl. Letkol Iskandar 453	356-467
10	Language Word	Jl. Dr. Moh. Hatta 877	321-460
11	Lembaga Bahasa & Pendidikan Profesional (LBPP) LIA	Jl. Jendral Sudirman 293	366-017
12	Lembaga Bahasa Asing Flint	Jl. Kebun Jahe 98	368-755
13	Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Satya Mandiri	Jl. Jaksa Agung R. Suprpto 24	354-237
14	Lintang English Course	Jl. Jendral A. Yani	431-744
15	Tidar English Course	Jl. Rambutan 27	423-282
16	Lembaga Bahasa Unsri	Jl. Srijaya Negara	580-064
17	Global English Language Center	Jl. Demang Lebar Daun 2564	355999- 7081700
18	Alfa Prima English Course	Jl. Jend Sudirman no 628	-
19	International Language Program	Jln Patal	-
20	TOP English Course	Jl. Jend Sudirman no 339	-

Sumber: Pengamatan Peneliti di Lapangan

Sejak penguasaan bahasa Inggris dirasakan semakin penting, lembaga-lembaga bahasa yang dikelola secara profesional pun mulai berkembang. Lembaga non-formal yang dikelola pengusaha lembaga bahasa Inggris semakin banyak bermunculan mulai dari kursus yang hanya mengajarkan *writing*, *grammar*, dan *conversation*, hingga kursus yang menawarkan program *TOEFL Preparation* dan pelatihan bahasa Inggris bagi para pebisnis.

Salah satu lembaga bahasa yang saat ini juga sedang bersaing untuk menarik hati para konsumen adalah Global English Language Course (GELC) Palembang. GELC merupakan sebuah lembaga bahasa Inggris yang memberikan jasa layanan pendidikan dengan metode yang berbeda dengan yang lain.

GELC yang berdiri sejak 1998 adalah satu-satunya lembaga bahasa Inggris di Palembang yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas, seperti lapangan golf mini, kafe, bar, biliar, taman dan kolam renang. Hal ini membuat para siswa benar-benar merasakan kenyamanan English atmosphere dalam nuansa alami layaknya di taman rekreasi. "Hingga suasana belajar terasa santai dan siswa tidak merasa dibebani untuk terus belajar," promosi Direktur GELC Qurniawansyah, SS, MM (Sumatera Express, 2004:24).

Berbagai jenis program ekstrakurikuler yang ditawarkan. Ekstrakurikuler ini disesuaikan dengan kebutuhan dan metode pembelajaran yang berbeda-beda, yaitu *module activities*, *grammar class*, *learning center*, dan *daily meeting*. Selain itu, GELC tidak hanya menawarkan program pelatihan bahasa Inggris yang monoton di kelas tetapi GELC juga menawarkan berbagai metode pendidikan yang menarik seperti belajar di luar ruangan (*moving class*) ke suatu lokasi yang siswa kehendaki sehingga mereka lebih semangat belajar sambil mempraktekkan ilmunya di luar lingkungan GELC. Yang membedakan GELC dengan lembaga bahasa Inggris yang

lain adalah GELC mewajibkan para siswanya untuk berbahasa Inggris saat berada di lingkungan GELC dan boleh dicampur dengan bahasa Indonesia untuk siswa baru. Sehingga mereka terbiasa untuk berbicara bahasa Inggris dan tidak malu untuk mengajukan pendapatnya dalam bahasa Inggris di lingkungan luas.

GELC selalu mengadakan acara untuk memeriahkan hari-hari tertentu seperti *Valentine day*, hari kemerdekaan, dan hari Katini. Siswa dapat berpartisipasi dengan guru pengajarnya sehingga disini tidak ada kesenjangan sosial antara siswa dan guru. Segmen pasar yang dituju adalah kaum remaja dan dewasa. Karena siswa yang belajar di Global English Language Course minimal untuk siswa SMA (<http://www.global-center.tripod.com>).

Disamping itu GELC memberikan wadah berkumpulnya para alumni untuk berorganisasi. Alumni tersebut dinamakan GEDS (*Global English Debate Society*) yang bertugas membantu para siswa untuk mengasah kemampuan berdebat dalam bahasa Inggris dan saling berbagi pengalaman dalam bahasa Inggris (<http://www.gedscommunity.blogspot.com>).

Saat ini GELC menawarkan beberapa program pendidikan bahasa Inggris. Berikut ini program-program yang ditawarkan beserta keterangan lainnya.

Tabel 1.2
Program -Program Yang Ditawarkan GELC

6 Bulan	General Conversation (Level 1 dan 2)	English Conversation (Level 3 dan 4)	Advanced Conversation (Level 5 dan 6)
Biaya 1 paket	Rp. 1.000.000,-	Rp. 1.000.000,-	Rp. 1.000.000,-
Konsentrasi	Speaking/Reading	Speaking/Reading	Speaking/Grammar

Sumber: Brosur Global English Language Center Palembang

Untuk menentukan tiap tingkatan/kelas, siswa dapat mengikuti tes tertulis dan wawancara dari staf penguji, dan jika siswa tidak ingin mengikuti tes, mereka bisa langsung masuk ke level 1 mulai dari dasar.

Slogan GELC adalah "*Other Teach You Speak, We Make You Speak*" maksudnya di lembaga bahasa ini, siswa tidak hanya diajarkan berbahasa Inggris tetapi di sini mereka diharuskan untuk mempraktekkan berbicara dengan baik sehingga cepat menguasai bahasa Inggris. Lembaga bahasa Inggris yang lain hanya mengajarkan bentuk dan struktur bahasa Inggris, tetapi di GELC mengajarkan bagaimana belajar bicara bahasa Inggris (Sumatera Express, 2004:24).

"Tentunya suasana ini tetap dengan metode TSEM (*Teaching Step English Method*) yang memberikan fasilitas *semi private class* dan kelas kecil, yaitu sepuluh hingga empat belas orang per kelas yang dibimbing langsung oleh dua instruktur sekaligus dibantu tenaga pengajar asing di luar kelas," papar iwan (panggilan akrab Direktur Global English Language Center Palembang, Qurniawansyah, SS. MM). Lebih lanjut Iwan mengatakan, metode pengajaran yang diterapkan lebih bersifat komunikatif (*communicative approach*). Contohnya, *role play* atau mempraktekkan dialog langsung ke depan kelas berdasarkan percakapan yang ada dalam *guide book*, *discussion* atau berdiskusi dengan teman sekelas mengenai hal-hal yang ringan sampai dengan hal-hal yang menarik, *problem solving* (pemecahan masalah). Atau *games* yang memotivasi siswa memahami bahasa Inggris percakapan dengan lebih mudah dan lebih menyenangkan (Sumatera Express, 2003). Banyak keunggulan GELC dari lembaga bahasa Inggris lain (seperti Lembaga Bahasa LIA, International Language Program, English-First) yang sebanding dengan GELC, yaitu harga lebih terjangkau, lebih banyak praktek berbicara (*conversation*), menawarkan banyak fasilitas membuat siswanya tidak bosan untuk datang ke sana, siswa bisa datang

setiap hari dengan mengikuti ekstrakurikuler yang disediakan GELC, dan tempat yang nyaman untuk bersantai.

Dalam perkembangannya ilmu manajemen pemasaran semakin bertambah maju dengan ditemukannya konsep-konsep pemasaran yang baru untuk menghapus atau memperbaiki konsep lama yang sudah tidak lagi dipakai saat ini salah satunya adalah konsep strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) atau lebih dikenal dengan konsep 4P: *product, price, place, dan promotion* (Kotler, 2005:17). Namun sekarang konsep tersebut sudah bertambah unturnya yaitu *people, process, dan customer service* (Lupiyoadi, 2001:70). Dengan menggunakan konsep pemasaran modern ini dengan baik maka perusahaan dapat mencapai tujuannya, yaitu *marketing profit*.

Menurut Swastha (1996:78), *marketing mix* adalah

“Kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi. Kegiatan utama pemasaran bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Setiap perusahaan sebelum memproduksi sesuatu harus terlebih dahulu mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini berarti semua operasi dan perencanaan pemasaran harus berorientasi pada konsumen. Pemasaran barang dan jasa, khususnya dibidang usaha jasa pendidikan dan pelatihan bahasa Inggris memerlukan berbagai cara untuk menarik minat calon konsumen agar mereka mau menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan, seperti dengan melakukan promosi melalui media tertentu yang efektif menarik minat konsumen yang dituju”.

Menurut Kotler (2005:205), “promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan produk-produknya serta membujuk konsumen untuk membelinya”.

Alat promosi yang umumnya digunakan oleh perusahaan antara lain periklanan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) (Lupiyoadi, 2006:120).

Peningkatan jumlah biaya promosi yang dilakukan oleh GELC berpengaruh juga dengan peningkatan jumlah penerimaan siswa baru. Kita dapat menjumpai promosi GELC di mana-mana, padahal GELC hanya mempunyai satu gedung dan tidak mempunyai cabang yang lain. Begitu gencarnya promosi yang dilakukan GELC sehingga banyak konsumen yang tertarik menjadi siswa GELC. Berikut ini disajikan tabel data biaya promosi dan jumlah penerimaan siswa.

Tabel 1.3
Data biaya Promosi, Jumlah siswa, dan Jumlah kelas GELC Palembang
Tahun 2004-2008

Tahun	Biaya Promosi	Jumlah Siswa/tahun	Jumlah Kelas/tahun
2004	Rp 21.500.000	987	75
2005	Rp 25.000.000	1053	81
2006	Rp 35.000.000	1157	89
2007	Rp 42.000.000	1393	107
2008	Rp 65.000.000	1802	138

Sumber: Global English Language Center Palembang

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa biaya promosi dari tahun 2004-2008 mengalami peningkatan dan begitu pula dengan penerimaan jumlah siswa yang mengalami peningkatan yang cukup pesat.

Dari penjabaran diatas maka disimpulkan keterkaitan diantara komponen-komponen tersebut, yaitu **Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Global English Language Center (GELC) Palembang**. Hal ini juga yang dijadikan sebagai judul penulisan skripsi.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan siswa memilih Global English Language Center Palembang?
2. Strategi promosi apakah yang paling mempengaruhi keputusan siswa memilih Global English Language Center Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan siswa memilih Global English Language Center (GELC) Palembang.
2. Untuk mengetahui strategi promosi yang paling mempengaruhi keputusan siswa memilih Global English Language Center (GELC) Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perguruan tinggi, khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi yang besar dalam menambah koleksi kepustakaan maupun referensi penelitian selanjutnya.
2. Dapat memberikan kontribusi dan informasi kepada Global English Language Center Palembang.
3. Dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi pihak yang berkepentingan apabila ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Brosur Global English Language Center Palembang Tahun 2009.

Eis, Helina Werti. 2007. *Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Ponsel CDMA Flexi Pada Koperasi Pegawai Telkom Palembang*. Skripsi Sarjana Ekonomi, UNSRI, Indralaya.

Febriansyah. 2007. *Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Siswa Pada Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Intensive English Course (IEC) Cabang Palembang*. Skripsi Sarjana Ekonomi, UNSRI, Indralaya.

<http://www.gedscommunity.blogspot.com/> diakses tanggal 2 Februari 2009, pukul 14.08 wib.

<http://www.republika.co.id> diakses tanggal 30 Januari 2009, pukul 16.43 wib.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*, BPFE-Yogyakarta: Yogyakarta.

Kasali, Rhenald. 1999. *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta. Dikutip dari skripsi Eka Arianti Putri, 2006.

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*, Prenada Media Kencana: Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Ke-1 dan 2 (terjemahan). Edisi Milenium. Prenhallindo: Jakarta.

_____. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Ke-1(terjemahan). Intan Sejati Klaten: Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Ke-2. Salemba Empat: Jakarta.

Mustaqiem, M Iksan. 2007. *Analisis Strategi Bauran Promosi Pada Organisasi Pengelola Zakat (Studi Kasus: Lembaga Amil Zakat Daerah Sumatera Selatan Dompot Sosial Insan Mulia Palembang)*. Skripsi Sarjana Ekonomi, UNSRI, Indralaya.

Natalisa, Diah. 2007. *Riset Pemasaran-Konsep dan Aplikasi Dalam Penelitian*, Unsri: Palembang.

Natasa, Triyana. 2008. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Global English Language Center Palembang*. Skripsi Sarjana Ekonomi, UNSRI, Indralaya.

- Pratistie, Ranita, 2007. *Analisis Pengaruh Promosi PT Aqua Golden Mississippi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat Palembang*. Skripsi Sarjana Ekonomi, UNSRI, Indralaya.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Kencana: Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Konsumen (Falsafah, Teori dan Aplikasi)*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Sumatera Express, 31 Juli 2003.
- _____, 25 November 2004.
- Stanton, William J. 1999. *Prinsip Pemasaran*, Jilid Ke-1, Edisi Ketujuh. Erlangga: Jakarta.
- Swastha, Basu. 1987. *Manajemen Barang Dalam Pemasaran*, Edisi Ke-2. BPFE: Yogyakarta. Dikutip dari skripsi Adriyanto, 2005.
- _____. 1993. *Manajemen Pemasaran Modern*, UMB: Yogyakarta. Dikutip dari skripsi Wenny Rakasiwi, 2004.
- _____. 1996. *Azas-azas Marketing*, Edisi Ke-3. Liberty: Yogyakarta.
- _____. 2001. *Manajemen Penjualan*, Edisi Ke-3. BPFE-Yogyakarta: Yogyakarta.
- Teguh, Muhammad. 2001. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Ke-1. Andi: Yogyakarta.
- _____. 2004. *Marketing Scales*, Andi: Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Edisi Ke-1. Gramedia: Jakarta.
- Zarlianda, Tommy, 2006. *Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Siswa Pada Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Intensive English Course (IEC) Cabang Palembang*. Skripsi Sarjana Ekonomi, UNSRI, Indralaya.