

**Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa
Memilih STMIK Palcomtech Palembang**



Skripsi Oleh:

TRENDY GALIH RYAN ANDARU

NIM 01071001025

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

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
Tahun 2011**

**Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa
Memilih STMIK Palcomtech Palembang**

S
658.81
Tre
a
2011



Skripsi Oleh:

TRENDY GALIH RYAN ANDARU

NIM 01071001025

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

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
Tahun 2011**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI

NAMA : TRENDY GALIH RYAN ANDARU
NIM : 01071001025
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STMIK
PALCOMTECH PALEMBANG

PEMBIMBING SKRIPSI

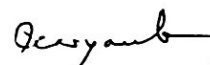
TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal: 15 Oktober 2011

Ketua

:




Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.
NIP 195707141984031005

Tanggal: 15 Oktober 2011

Anggota

:



Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M.
NIP 195706131985031002

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

TANDA PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA : TRENDY GALIH RYAN ANDARU
NIM : 01071001025
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STMIK
PALCOMTECH PALEMBANG

Telah dilaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 27 Desember 2011 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

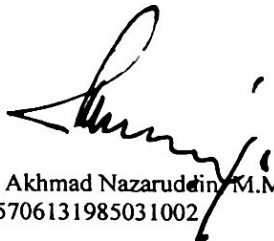
Inderalaya, 27 Desember 2011

Ketua,



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.
NIP 195707141984031005

Anggota,



Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M.
NIP 195706131985031002

Anggota,



Drs. H. Dian Eka, M.M.
NIP 196101061990031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Mohamad Adam, M.E
NIP 19670624 199402 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI/TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Trendy Galih Ryan Andaru
NIM : 01071001025
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :
Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STMIK
Palcomtech Palembang.

Pembimbing

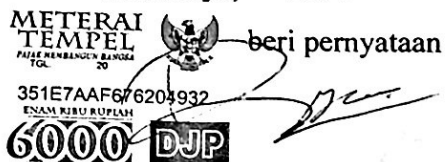
Ketua : Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.
Anggota : Drs. H.Akhmad Nazaruddin, M.M.
Tanggal diuji : 27 Desember 2011

Adalah benar-benar hasil karya saya dibawah bimbingan tim pembimbing.

Isi skripsi tidak ada hasil karya orang lain yang saya salin keseluruhan atau sebagian tanpa menyebutkan sumber aslinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan, termasuk dengan pembatalan gelar sarjana saya.

Inderalaya, 2011



Trendy Galih Ryan Andaru

NIM 01071001025

MOTTO

**Memberilah Sebanyak-banyaknya Bukan Menerima
Sebanyak-banyaknya
(Pak Harfan – Laskar Pelangi)**

**Man Jadda wa Jada (Siapa Yang
Bersungguh – sungguh, Akan Berhasil)
(Al-Hadist)**

Skripsi ini Kupersembahkan Kepada:

- * Kedua Orang Tuaku
Tercinta**
- * Ombay dan Akas**
- * Seluruh Keluargaku**
- * Teman-Teman Mahasiswa
di Seluruh Penjuru Tanah
Air**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas izin-Nya jualan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul **“Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STMIK Palcomtech 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 Objek Penelitian, Bab V Analisis Dan Pembahasan, Bab VI Kesimpulan Dan Saran.

Data utama yang digunakan adalah data primer dan sekunder perusahaan yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa. Promosi mempengaruhi 29% dari keputusan mahasiswa, dan yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan mahasiswa adalah variabel Public Relation dan Word of Mouth.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dalam penerapan promosi yang baik, serta dapat menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya.

Penulis

TRENDY GALIH RYAN ANDARU

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. karena atas rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STMIK Palcomtech Palembang” sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

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

1. Prof. Dr. Hj. Badia Parizade, MBA, Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Prof. H. Syamsurizal, A.K, Ph.D. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Dr. Mohamad Adam, SE, ME Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Welly Nailis, SE, MM Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
5. Drs. M. Kosasih Zen, M.Si. Pembimbing Akademik.
6. Dr. Zakaria Wahab., M.B.A. Pembimbing I Skripsi.
7. Drs. H. Akhmad Nazaruddin., M.M, Pembimbing II Skripsi.
8. Drs. H. Dian Eka, MM, Penguji Skripsi.
9. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. Semua keluargaku tercinta, Alaya, Papa, Mama, Cak, dan Kakak yang telah memberikan senyuman, semangat, dan inspirasi. Kalian itu Luar Biasa.
11. Seluruh Pegawai UNSRI dari yang membukakan pintu kelas hingga supir bis yang menjadi bagian dari perjalanan saya semasa kuliah.
12. Untuk Kak Odong dan Yuk Odong yang secara luar biasa menyelamatkan banyak mahasiswa dari kelaparan dengan jajanannya.
13. Untuk Mbak Ninil, yang sudah banyak membantu mahasiswa manajemen.
14. Keluarga besar manajemen angkatan 2007, yang dari pasar dan juga bukit, yang tinggal di layo dan juga Palembang.

15. Seluruh benda kesayangan yang telah menemani sepanjang jalan perjalanan kuliah.
 16. Untuk seluruh teman – temanku di seluruh jagad raya, dari dunia maya hingga dunia nyata
 17. Buat semua teman-teman, adek tingkat, kakak seperjuangan Manajemen FE Unsri yang turut memberi dukungan bagi penulis.
- Semoga Allah S.W.T membalas budi baiknya dan berkah kepada kita semua, Amin.

Penulis,
Trendy Galih Ryan Andaru

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI/TIDAK PLAGIAT.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
HALAMAN PERNYATAAN ABSTRAKSI.....	xvii
ABSTRAKSI	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Promosi	11
2.1.3 Tujuan Promosi	12
2.1.4 Peran Promosi	13
2.1.5 Ciri-ciri Pemasaran Jasa	14
2.1.6 Strategi Promosi	15

2.1.7 Proses Pengambilan Keputusan	18
2.1.8 Model Pengambilan Keputusan Konsumen	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian	24
3.2. Rancangan Penelitian	24
3.3. Populasi, Sampel, Jumlah Sampel dan Teknik pengambilan Sampel	25
3.3.1. Populasi dan Sampel	25
3.3.2. Jumlah Sampel	25
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.4.1. Identifikasi Variabel	30
3.4.2. Batasan Operasional Variabel	30
3.4.3. Pengukuran Variabel	33
3.5. Jenis Data	34
3.6. Sumber Data	35
3.7. Metode Pengumpulan Data	35
3.8. Instrumen Penelitian	36
3.9. Teknik Analisis Data	36

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Perkembangan Palcomtech Palembang	39
4.2 Visi dan Misi STMIK Palcomtech	40
4.2.1 Visi STMIK Palcomtech	40
4.2.2 Misi STMIK Palcomtech	40
4.3 Struktur Organisasi.....	41
4.4 Bauran Pemasaran Jasa	43
4.4.1 Produk (Product)	42

4.4.2 Harga (Price)	46
4.4.3 Tempat (Place)	47
4.4.4 Promosi (Promotion)	47
4.4.5 Orang (People)	51
4.4.6 Proses (Process).....	51
4.4.7 Layanan Pelanggan (Customer Service)	51
4.5 Beberapa Prestasi Palcomtech.....	51

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Uji Akurasi Data	53
5.1.1 Uji Validitas	54
5.1.2 Uji Reliabilitas	56
5.1.3 Uji Normalitas	56
5.2 Analisis Statistik Deskriptif Non Variabel	57
5.2.1 Profil Responden	57
5.2.1.1 Jenis Kelamin	58
5.2.1.2 Usia	59
5.2.1.3 Uang Saku	60
5.2.2 Perilaku Responden	58
5.2.2.1 Informasi Mengenai STMIK Palcomtech Pertama Kali	61
5.2.2.2 Pihak Yang Menentukan	62
5.3 Tehnik Analisis Kuantitatif	63
5.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Utama	63
5.3.2 Analisis Regresi Berganda	66
5.4 Pembahasan Penelitian	70
5.4.1 Pembahasan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STMIK Palcomtech Palembang	70
5.4.2 Pembahasan Hasil Penelitian Secara Keseluruhan .	74

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	76
---------------------	----

6.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. : Sekolah Tinggi Komputer Swasta di Palembang Tahun 2010	4
Tabel 1.2. : Fasilitas STMIK Palcomtech Palembang	6
Tabel 1.3 : Alat – Alat Promosi yang Digunakan STMIK Palcomtech	8
Tabel 2.1. : Tahap – Tahap Dalam Keputusan Pembelian	19
Tabel 3.1. : Perhitungan Jumlah Responden	27
Tabel 3.2. : Perhitungan Quota persemester kelas Sistem Informasi	29
Tabel 3.3. : Perhitungan Quota persemester kelas Teknik Informatika	29
Tabel 3.4. : Pengukuran Terhadap Variabel Independen (X)	33
Tabel 3.5. : Pengukuran Terhadap Variabel Dependen (Y)	34
Tabel 4.1. : Produk & Service Palcomtech	42
Tabel 4.2. : Fasilitas STMIK Palcomtech Palembang	43
Tabel 4.3. : Beberapa Kursus Singkat Yang ditawarkan Palcomtech	45
Tabel 4.4 : Biaya Pendidikan Palcomtech Palembang	46
Tabel 4.5 : Alat – Alat Promosi Yang Digunakan STMIK Palcomtech	48
Tabel 5.1. : Hasil Uji Validitas Variabel Utama	55
Tabel 5.2. : Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 5.3 : Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 5.4 : Profil Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 5.5 : Profil Responden Berdasarkan Uang Saku per Minggu	60

Tabel 5.6 : Profil Responden Berdasarkan Informasi Pertama Kali	61
Tabel 5.7 : Prilaku Responden Berdasarkan Pihak Yang menentukan	62
Tabel 5.8 : Statistik Deskripsi Variabel Utama	64
Tabel 5.9 : Variables Entered/Removed (b)	67
Tabel 5.10 : Model Summary (b)	67
Tabel 5.11 : Anova (b)	68
Tabel 5.12 : Coefficients (a)	68
Tabel 5.13 : Anova (b)	66
Tabel 5.14 : Coefficients (a)	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Model Pengambilan Keputusan Konsumen	20
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 : Logo Palcomtech	39
Gambar 4.2 : Struktur STMIK PAIcomtech	41
Gambar 4.2 : Fasilitas Palcomtech Tahun 2010	45
Gambar 4.3 : ID Card	46
Gambar 5.1 : Analisa Regresi Berganda Normalitas	57

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1 : Total Mahasiswa STMIK Palcomtech Palembang	9

SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstraksi dari mahasiswa :

Nama : Trendy Galih Ryan Andaru

NIM : 01071001025

Jurusan : Manajemen

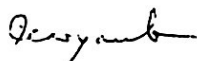
Judul : Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa
Memilih STMIK Palcomtech Palembang

Telah kami periksa cara penulisan, *grammar*, maupun susunan *tensesnya* dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Inderalaya, Desember 2011

Pembimbing Skripsi

Ketua,



Dr. Zakaria Wahab., M.B.A.
NIP 195707141984031005

Anggota



Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M
NIP 195706131985031002

ABSTRAKSI

Penelitian berjudul Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa memilih STMIK Palcomtech Palembang ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih STMIK Palcomtech Palembang.

Rancangan penelitian ini bersifat konklusif dengan mengambil sampel sebanyak 89 orang mahasiswa STMIK Palcomtech. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Hasil penelitian dan perhitungan menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa. Secara simultan promosi mampu menjelaskan keputusan mahasiswa sebesar 29%. Variabel yang berpengaruh paling dominan adalah variabel Public Relation dan Word of Mouth.

Adapun saran yang diberikan oleh penulis adalah agar perusahaan sebaiknya memperbaiki dan meningkatkan lagi promosinya pada variabel Advertising, Personal Selling, dan Sales Promotion agar variabel tersebut mampu memberikan nilai yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mahasiswa STMIK Palcomtech Palembang

Kata Kunci : Promosi, Keputusan Mahasiswa.

ABSTRACT

The study, entitled *Analysis of Effect of Campaign Against the Decisions Students choose STMIK Palcomtech Palembang* aims to determine how much influence the promotion of a student's decision in choosing STMIK Palcomtech Palembang.

The design of this study is conclusive by taking a sample of 89 people STMIK Palcomtech students. Data analysis technique used is to deskriptip analysis and quantitative analysis. The results and calculations show that the partial effect on the promotion of a student's decision. Simultaneous promotion of students able to explain the decision by 29%. The most influential variable is the dominant variable PR and Word of Mouth.

The advice given by the authors is that companies should improve and increase again in the variable promotion Advertising, Personal Selling and Sales Promotion for the variable is capable of providing the value that suits your needs and desires of students STMIK Palcomtech Palembang

Keywords: Promotion, Student Decision.

BAB I

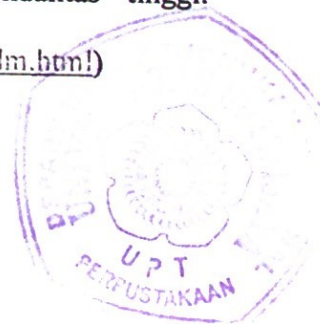
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini globalisasi informasi mengalami perkembangan pesat dan telah merambah ke berbagai aspek kehidupan manusia. Untuk itu diperlukan sumber daya manusia (SDM) yang tidak hanya menguasai aspek-aspek materi dari teknologi informasi, melainkan juga mampu menerapkan dan mengembangkan teknologi informasi di berbagai bidang.

Sumber daya manusia (SDM) merupakan aset yang sangat penting dalam upaya meningkatkan daya saing dan kunci dalam memenangkan persaingan usaha yang semakin ketat seiring dengan liberalisasi ekonomi. Peran pendidikan untuk mengejar ketertinggalan SDM yang berdaya saing global, kebijakan di bidang pendidikan harus memerlukan terobosan secara konsisten dan berkelanjutan. Indonesia harus segera melakukan strategi baru dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas bangsa melalui pendidikan yang berkualitas, sehingga diharapkan mampu menghasilkan manusia-manusia yang unggul, cerdas dan kompetitif.

Kesadaran akan betapa pentingnya pendidikan harus dilandasi dengan pemikiran bahwa pendidikan merupakan pondasi dasar untuk menyiapkan sumber daya manusia bangsa yang berkualitas, agar mampu bersaing dengan kondisi jaman yang terus berubah. Dunia pendidikan pun harus adaptif dan akomodatif serta responsif dengan perkembangan globalisasi informasi yang terus terjadi. Dalam hal ini, tentu saja dituntut adanya mutu pendidikan yang berkualitas tinggi. (<http://aanrohanah.blogspot.com/2008/09/pendidikan-dan-kualitas-sdm.htm>)



Meningkatkan mutu pendidikan yang berkualitas tinggi ini merupakan salah satu kewajiban pemerintah sebagai penyelenggara dunia pendidikan, maka dari itu pemerintah diwajibkan untuk mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional bagi seluruh warga Indonesia. Sistem pendidikan nasional yang dimaksud harus mampu menjamin pemerataan kesempatan dan meningkatkan mutu pendidikan.

Pendidikan di Indonesia mempunyai beberapa jenjang. Jenjang pendidikan itu sendiri adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Jenjang Pendidikan terdiri dari tiga yaitu, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

Pendidikan dasar merupakan jenjang pendidikan awal selama 9 (sembilan) tahun pertama masa sekolah anak-anak yang melandasi jenjang pendidikan menengah. Pendidikan menengah merupakan jenjang pendidikan lanjutan pendidikan dasar. yang harus dilaksanakan minimal 9 tahun. Pendidikan tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program sarjana, magister, doktor, dan spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. (<http://whandi.net/pengertian-pendidikan.html>)

Perguruan tinggi di Indonesia diselenggarakan oleh pemerintah dan swasta. Perkembangan pendidikan tinggi di Indonesia ternyata juga banyak didukung oleh partisipasi aktif perguruan tinggi swasta yang jumlahnya jauh lebih banyak dari jumlah perguruan tinggi negeri. Perguruan tinggi swasta di Indonesia itu sendiri di dominasi oleh sekolah tinggi dibandingkan dengan universitas, institut, politeknik, akademi, dan seminari. (www.wikipedia.org)

Sekolah tinggi merupakan jenis perguruan tinggi yang hanya menyelenggarakan satu bidang/program studi, dan salah satu program studi yang sekarang banyak diminati oleh banyak orang yakni STMIK (Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer) yang hanya menyelenggarakan jurusan manajemen informatika serta komputer.

Sekolah tinggi dengan program studi komputer banyak diminati karena penggunaan komputer menjadi suatu keharusan untuk menunjang pekerjaan pada suatu perusahaan. Begitu juga dalam dunia pendidikan. Karena komputer tidak dapat dilepaskan dari dunia pendidikan. Bahkan di sekolah dasar sampai ke tingkat perguruan tinggi, ilmu komputer menjadi suatu mata kuliah yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat. (<http://www.suryainstitute.org/en/content/view/91/1/>)

Besarnya minat masyarakat dalam hal komputer membuat banyak sekolah tinggi swasta membuka program studi yang berkaitan dengan komputer. Dominasi sekolah tinggi yang membuka program studi yang berkaitan komputer ini juga terjadi di Palembang, banyak sekolah tinggi komputer yang bersaing untuk mendapatkan dan membimbing Mahasiswa agar menjadi sumber daya yang berkualitas. Berikut adalah beberapa sekolah tinggi komputer yang ada di Palembang.

Tabel 1.1

Sekolah Tinggi Komputer Swasta di Palembang Tahun 2010

No	Nama Sekolah Tinggi
1	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Satya Negara
2	Sekolah Tinggi Teknik Musi
3	Sekolah Tinggi Teknologi Palembang
4	STIE Abdi Nusa
5	STIE Bina Warga
6	STIE Mulia Darma Pratama
7	STIE Musi
8	STIE Sultan Mahmud Badaruddin
9	STIK Bina Husada
10	STMIK PalComTech
11	STMIK Global Informatika MDP
12	STMIK Indo Global Mandiri

Sumber: http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_perguruan_tinggi_swasta_di_Sumatera_Selatan#Sekolah_Tinggi

Dilihat dari data tersebut, banyak sekolah tinggi komputer di wilayah Kota Palembang yang membuat persaingan untuk memperoleh calon mahasiswa akan semakin ketat. Selain melihat pada persaingan tersebut, salah satu hal yang menjadi perhatian terhadap keputusan mahasiswa adalah keinginan secara psikologi dari mahasiswa tersebut untuk memilih perguruan tinggi yang diinginkan. Mahasiswa yang merupakan anak remaja memiliki gejolak tertentu dalam penentuan sikap.

Masa Remaja dibagi menjadi 3 yakni, masa remaja awal (12-15 tahun), remaja pertengahan (15-18 tahun), dan remaja akhir (18-21 tahun). Pada masa remaja awal, remaja mengalami perubahan jasmani yang sangat pesat dan perkembangan intelektual yang sangat intensif sehingga minat anak pada dunia luar sangat besar dan pada saat ini remaja tidak mau dianggap kanak-kanak lagi namun sebelum bisa meninggalkan pola kekanak-kanakannya. Pada masa remaja pertengahan timbul unsur baru yaitu kesadaran akan kepribadian dan kehidupan

badaniah sendiri. Remaja mulai menentukan nilai-nilai tertentu dan melakukan perenungan terhadap pemikiran filosofis dan etis. Pada remaja akhir remaja sudah mantap dan stabil. Remaja sudah mengenal dirinya dan ingin hidup dengan pola hidup yang digariskan sendiri dengan keberanian. Remaja mulai memahami arah hidupnya dan menyadari tujuan hidupnya. Remaja sudah mempunyai pendirian tertentu berdasarkan satu pola yang jelas yang baru ditemukannya. (<http://infosekitarkita.wordpress.com>)

Pengambilan keputusan yang penting terjadi pada masa remaja dan membawa konsekuensi yang panjang tentang sekolah dan karier. Umumnya pengambilan keputusan bergantung pada evaluasi diri remaja mengenai kecakapan dan kemampuan dari aspirasi dan harapannya di masa mendatang, dan dari masukan-masukan ataupun pengaruh yang diterima oleh remaja dari orang tua, guru dan teman (<http://n4jm4.wordpress.com>).

Menyadari bahwa adanya keputusan yang bersifat selektif yang diambil oleh para remaja yang akan menjadi calon mahasiswa, dan tingginya tingkat persaingan sekolah tinggi swasta di Palembang maka lembaga sekolah tinggi swasta dituntut untuk lebih menarik minat calon mahasiswa. Oleh sebab itu, dalam persaingan menarik minat calon mahasiswa, setiap sekolah tinggi memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat terus bersaing dengan pesaing lainnya. Salah satu sekolah tinggi yang turut serta bersaing secara kompetitif dalam menarik minat calon siswa adalah Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Palcomtech.

STMIK Palcomtech merupakan sekolah tinggi di Palembang yang menawarkan fasilitas berbasis Internet untuk menunjang kegiatan belajar dan mengajar. Berikut daftar fasilitas yang ada di STMIK Palcomtech :

Tabel I.2

Fasilitas STMIK Palcomtech Palembang

No	Fasilitas
1	Gedung full AC
2	Ruangan kelas modern berbasis IT ,Perangkat presentasi multimedia (PC Multimedia + LCD Projector)
3	WIFI Area
4	Kelas Praktek
5	Laboratorium
6	Perpustakaan
7	Teknologi Euniversity / Elearning
8	Café
9	Mushola
10	Student Lounge

Sumber : Website Palcomtech Palembang

Fasilitas yang lengkap ini membuat suasana belajar semakin menarik dan nyaman. STMIK PalComTech merupakan Sekolah tinggi yang menjamin mutu dan kualitas terbaik bagi mahasiswa-mahasiswinya. Dengan sistem belajar e-learning STMIK PalComTech memastikan setiap mahasiswa langsung bisa.

E-learning berasal dari perpadanan dua kata yakni 'e' dan 'learning'. 'e' merupakan singkatan dari electronic dan learning adalah pembelajaran. Jadi e-learning secara harfiah dapat diartikan sebagai pembelajaran yang menggunakan media elektronik, khususnya perangkat komputer. Kesimpulannya e-learning merupakan pembelajaran dengan menggunakan jasa bantuan perangkat elektronika. (<http://fatamorghana.wordpress.com/2010/11/19/definisi-e-learning/>)

Secara ringkas dengan metoda ini setiap mahasiswa dalam setiap pertemuan selalu berinteraksi dengan komputer dan internet. Proses belajar mengajar interaktif ini akan memberikan pengertian dan pemahaman yang lebih baik bagi mahasiswa.

Materi yang diberikan melalui internet pun sangat dinamis dan selalu *up to date* dan tentunya mendukung keberhasilan setiap mahasiswa. Materi yang diberikan bukan materi yang bersifat umum tetapi lebih menuju kepada keperluan dan tuntutan profesionalisme. Pemantauan perkembangan mahasiswa melalui *online assesment* atau *test* secara *online* tentunya akan memotivasi belajar setiap mahasiswa. Pemanfaatan sistem internet dalam proses pendidikan ini akan memberikan mahasiswa dukungan yang kuat dalam proses belajar mereka serta akan sangat membantu mereka dalam membuka wawasan baru. Hal menarik inilah yang memancing mahasiswa untuk bergabung dalam STMIK Palcomtech.

Dalam perkembangannya ilmu manajemen pemasaran semakin bertambah maju dengan ditemukannya konsep-konsep pemasaran yang baru untuk memperbaiki konsep lama yang dipakai saat ini, salah satunya adalah konsep strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) atau lebih dikenal dengan konsep 7P: *product, price, place, dan promotion, people, process, dan customer service* (Rambat Lupiyoadi, 2001:58).

Proses komunikasi yang umumnya digunakan oleh STMIK Palcomtech adalah bauran promosi (*promotional mix*). Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi (Philip Kotler, 1997 : 205 “Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:120”).

Berikut ini merupakan alat-alat promosi yang telah dijalankan STMIK Palcomtech Palembang:

Tabel 1.3

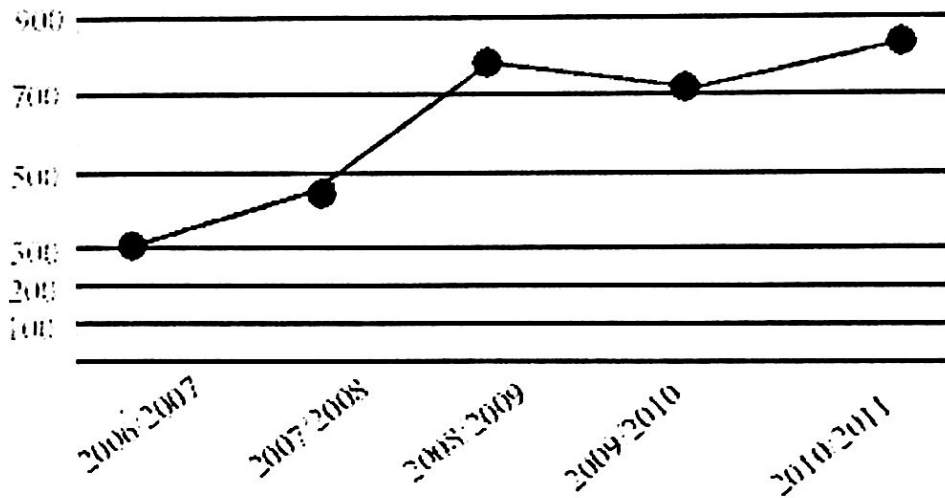
Alat-alat promosi yang digunakan STMIK Palcomtech Palembang Tahun 2006 s/d 2011

No		Alat-alat promosi	Bulan dilaksanakan
1	Periklanan (<i>Advertising</i>)	Iklan di TV lokal, Iklan di Koran – koran wilayah Palembang, Radio, Spanduk besar di titik strategis kota Palembang, Brosur, pamflet, dan iklan di website internet (www.palcomtech.com)	Januari sampai Maret setiap tahun ajaran .
2	Penjualan tatap muka (<i>Personal selling</i>)	Promosi program sekolah ke SMA-SMA wilayah Sumatera Selatan, Mendirikan stand di beberapa mall kota Palembang	September sampai Desember setiap tahun ajaran.
3	Promosi Pejualan (<i>Sales promotion</i>)	Gebyar Beasiswa 3 Milyar, penggunaan free fasilitas komputer dan internet Palcomtech apabila menjadi mahasiswa	Maret setiap tahun ajaran.
4	Hubungan masyarakat (<i>Public relation</i>)	Menyelenggarakan acara tahunan Student Party yang dihadiri dan diikuti oleh masyarakat umum. Penggalangan donor darah pada mahasiswa palcomtech dan masyarakat umum	Januari sampai april setiap tahun ajaran

Sumber : wawancara dengan staf marketing STMIK Palcomtech

Semua jenis promosi di atas dilaksanakan guna menarik minat para calon Mahasiswa STMIK Palcomtech agar ingin bergabung menjadi Mahasiswa Sekolah Tinggi tersebut, dan promosi ini terus di laksanakan tiap tahunnya sehingga para calon mahasiswa yang mendaftar meningkat. Berikut merupakan data mengenai jumlah total mahasiswa STMIK Palcomtech Palembang.

Grafik 1.1
Total Mahasiswa STMIK Palcomtech Palembang
TA 2005/2006 s/d TA 2010/2011



Sumber: STMIK Palcomtech Palembang

Pada Grafik 1.1 menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa yang masuk di STMIK Palcomtech dari tahun ajaran 2006/2007 belum terlalu banyak, namun jumlah mahasiswa STMIK Palcomtech terus meningkat hingga tahun ajaran 2009/2010. Jumlah mahasiswa STMIK Palcomtech sempat berfluktuasi dari tahun ajaran 2009/2010 hingga ke 2010/2011, namun kembali meningkat pada tahun ajaran 2010/2011.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai apakah adanya keterkaitan diantara variabel promosi dan variabel keputusan mahasiswa, sehingga penelitian ini diberi judul **Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STMIK Palcomtech Palembang**.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih STMIK Palcomtech Palembang ?
2. Alat promosi apakah yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih STMIK Palcomtech Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih STMIK Palcomtech Palembang.
2. Untuk mengetahui alat promosi yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih STMIK Palcomtech Palembang

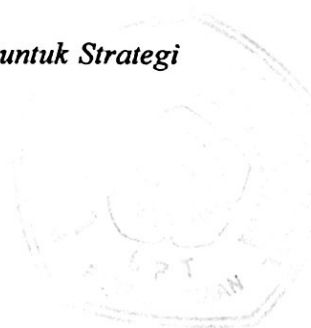
1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat praktis, dapat memberikan masukan yang berarti bagi STMIK Palcomtech dalam meningkatkan promosinya.
2. Pengembangan Ilmu Pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agutiani, Hendriati. 2006. *Psikologi perkembangan*. PT.Refika Aditama : Bandung.
- Bethari, Ayu Liring.2011. *Analisis pengaruh promosi terhadap keputusan siswa memilih SMA Kusuma Bangsa Palembang*. Skripsi Sarjana Ekonomi, UNSRI, Indralaya
- Brosur STMIK Palcomtech Palembang
- <http://aanrohanah.blogspot.com> diakses tanggal 3 maret 2011, pukul.18.30 wib
- <http://infosekirtarkita.wordpress.com> diakses tanggal 3 maret 2011, pukul 20.30 wib.
- <http://likalikuluke.multiply.com/reviews/item/3> diakses tanggal 3 oktober 2011, pukul 15.00 wib
- <http://n4jm4.wordpress.com> diakses tanggal 3 maret 2011, pukul 20.05 wib.
- <http://palcomtech.com>
- <http://whandi.net> diakses tanggal 3 maret 2011, pukul 18.52 wib
- <http://wikipedia.org> diakses tanggal 3 maret 2011, pukul 19.04 wib
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*, BPFE-Yogyakarta: Yogyakarta.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*, Prenada Media Kencana: Jakarta.
- Kennedy, John dan R Dermawan.2006.*Marketing communication : taktik dan strategi*. PT.Bhuana ilmu populer : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Ke-1 dan 2 (terjemahan). Edisi Milenium. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary amstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Ke-2. Salemba Empat: Jakarta.
- Natalisa, Diah. 2007. *Riset Pemasaran–Konsep dan Aplikasi Dalam Penelitian*, Unsri: Palembang.
- Puspowarsito, A.H. 2008. *Metode Penelitian Organisasi*. Bandung, Humaniora.
- 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.
- Schiffman, L.G & Kanuk, L.L. 1997. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Penerbit Prentice Hall.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia: Jakarta
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- 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.
- Total mahasiswa STMIK Palcomtech tahun ajaran 2005/2006 sampai 2010/2011
- 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.
- Wawancara dengan Kiky Setiawan (staff marketing STMIK Palcomtech Palembang).