

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP JUMLAH MAHASISWA
BARU TAHUN AJARAN 2014/2015 FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS
MEDAN AREA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**BAMBANG IRAWAN
NPM : 10 832 0013**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2014**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

JUDUL : PENGARUH PROMOSI TERHADAP JUMLAH MAHASISWA BARU TAHUN JARAN 2014/2015 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MEDAN AREA

NAMA : BAMBANG IRAWAN

NIM : 10 8320013

JURUSAN : MANAJEMEN



**Menyetujui :
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I

Handwritten signature of Hery Syabrial, SE, M.Si.

(Hery Syabrial, SE, M.Si)

Pembimbing II

Handwritten signature of H. Syabriandy, SE, M.Si.

(H. Syabriandy, SE, M.Si)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Handwritten signature of Ihsan Effendi, SE, M.Si.

(Ihsan Effendi, SE, M.Si)

Dekan



(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, M.Ec)

Tanggal Lulus :

2014

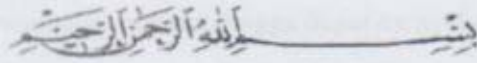
ABSTRAK

Bambang Irawan, NPM. 108320013. "Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Ajaran 2014/2015 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area". Skripsi 2014.

Salah satu perguruan tinggi swasta yang memiliki jasa pendidikan berkualitas adalah Universitas Medan Area. Universitas Medan Area (UMA) telah berdiri sejak tahun 1983 oleh Drs. H. Agus Salim Siregar. didirikannya Universitas Medan Area sebagai salah satu wujud penjabaran UUD 1945 yaitu turut serta mencerdaskan bangsa serta merupakan wadah penampungan aspirasi dan hasrat masyarakat yang terus berkembang untuk menikmati pendidikan tinggi. Fenomena jumlah mahasiswa dari tahun tahun akademik 2009/2012 terjadi peningkatan dan pada tahun ajaran 2013/2014 terjadi penurunan jumlah mahasiswa baru, sedangkan tahun akademik 2014/2015 terjadi peningkatan jumlah mahasiswa. Hal ini berdampak cukup signifikan pada turunnya jumlah pendaftar mahasiswa baru, ini diakibatkan makin tingginya kenaikan biaya pendidikan. Kondisi-kondisi tersebut menuntut adanya perhatian yang serius dari para pengelola perguruan tinggi untuk dapat menerapkan siasat dan strategi yang tepat sehingga eksistensi perguruan tingginya, terutama PPS dapat terjaga. Hasil penelitian diperoleh bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah mahasiswa baru tahun ajaran 2014/2015 pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Artinya menurut mahasiswa tersebut, promosi tersebut dianggap penting ketika mahasiswa akan kuliah di kampus tersebut.

Kata Kunci : Promosi, Jumlah Mahasiswa

KATA PENGANTAR



Assalammu'alaiikum Wr.Wb

Dengan segala kerendahan hati, rasa syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmatNya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Fakultas Ekonom Jurusan Manajemen Universitas Medan Area Medan. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ali Ya'kub Matondang, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya, untuk mengoreksi, mengarahkan, membimbing sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Bapak H.Syahriandy, SE, Msi sebagai Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
8. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta yang mengilhami semangat penulis, sekaligus skripsi ini dipersembahkan sebagai budi bakti kepada orang tua penulis. Ibunda tercinta yang dengan penuh kasih sayang telah mengasuh, mendidik, membimbing serta dengan do'a restunya penulis berhasil menyelesaikan pendidikan hingga ke perguruan tinggi.
9. Rekan-rekan mahasiswa yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini

Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis khususnya, dan kiranya Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua. Amin.....

Wassalammu 'alaikumu Wr. Wb

Medan, 04 Oktober 2014
Penulis

(Bambang Irawan)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis.....	7
1. Pengertian Promosi	7
2. Manfaat Promosi dan Tujuan Promosi.....	8
3. Indikator Pengukuran Promosi	10
4. Pengertian Pelanggan.....	14
5. Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Pelanggan	14
6. Indikator Pengukuran Jumlah Pelanggan.....	15
7. Penelitian Terdahulu.....	15
B. Kerangka Konseptual	19
C. Hipotesis.....	19
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian	20
B. Populasi dan Sampel	21
C. Definisi Operasional.....	22
D. Jenis dan Sumber Data	23
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
F. Teknik Analisis Data	25

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	29
1. Sejarah Singkat Universitas Medan Area	29
2. Visi dan Misi Universitas Medan Area	32
3. Uraian Tugas	32
4. Penyajian Data Responden	40
5. Penyajian Data Angket	42
B. Pembahasan	52
1. Uji Validitas dan Realibilitas	52
2. Uji Statistik	54
3. Uji Hipotesis	55
4. Koefisien Determinasi (R^2)	56

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	58
B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Konseptual	19
Gambar IV.1. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area	40



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1	Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Tahun akademik 2009 Sampai dengan 2014 4
Tabel III.1	Rincian Waktu Penelitian..... 20
Tabel III.2	Jumlah Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Jurusan Manajemen dan Akuntansi Tahun Ajaran 2014/2015 Data per 1 Oktober 2014 21
Tabel III.3	Operasional Variabel 23
Tabel III.4	Instrumen Skala Likert 25
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden..... 41
Tabel IV.2	Informasi Mengenai Universitas Medan Area 41

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jumlah mahasiswa atau konsumen merupakan faktor yang memegang peranan penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan atau lembaga pendidikan. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan atau lembaga dapat melaksanakan kegiatan usaha-usahanya, dengan cara memperkenalkan dan menjual produk atau jasa yang dihasilkan. Jika produk atau jasa tidak dikenal dan tidak dikonsumsi maka hampir pasti perusahaan atau lembaga tidak akan bisa bertahan hidup. Terlebih pada sektor swasta yang keberlangsungan hidupnya ditentukan oleh kemampuannya sendiri dalam menghidupi dirinya sendiri. Hal ini memberikan suatu pemahaman, betapa pentingnya jumlah konsumen atau mahasiswa terhadap produk atau jasa yang diberikan perusahaan atau lembaga pendidikan.

Jumlah pelanggan berkaitan dengan promosi, hal ini dapat dijelaskan oleh Kotler (2009), yaitu peningkatan jumlah pelanggan melalui program promosi. diharapkan pelanggan yang potensial menjadi lebih *aware* dan bersedia mengunjungi salah satu perusahaan ataupun sales point lainnya untuk menjadi konsumen perusahaan.

Perusahaan atau lembaga pendidikan berusaha untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru untuk dapat terus berkembang, mempertahankan posisinya dari ancaman para pesaing, dan juga untuk meningkatkan pendapatan. Hal ini biasanya dicapai dengan cara menambah jumlah

mahasiswa barunya. Permasalahan peningkatan jumlah mahasiswa baru disebabkan oleh masalah ekonomi yang menyangkut biaya studi yang mahal. mahasiswa baru lebih menyukai program-program kejuruan setingkat Diploma yang dipilih calon mahasiswa. Fenomena tersebut muncul tidak lepas dari faktor lapangan kerja yang semakin sulit didapat, di mana belajar di perguruan tinggi dengan konotasi S-1 dianggap membutuhkan waktu yang lama juga tidak langsung mendapatkan lapangan pekerjaan. Akibatnya di masa yang sulit seperti sekarang masyarakat kemudian mencari jalan terbaik yang dirasa lebih mudah dan lebih langsung mendapatkan pekerjaan. Akan tetapi, untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru bukanlah hal yang mudah, karena lembaga pendidikan harus melakukan upaya promosi dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada.

Menurut Swasta dkk (2007:222). "Promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi 1 arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Pelaksanaan kegiatan promosi membutuhkan biaya agar tujuan promosi tersebut dapat tercapai. Biaya tersebut merupakan komponen yang sangat penting dalam penyelenggaraan kegiatan promosi. Biaya promosi diperlukan untuk memfasilitasi pelaksanaan kegiatan promosi dalam rangka proses penerimaan mahasiswa baru. Tanpa dukungan dana yang cukup, maka tujuan kegiatan promosi akan sulit dicapai. Permasalahan promosi yang sering timbul didalam suatu lembaga atau organisasi disebabkan kekurangan dana yang cukup, maka tujuan kegiatan promosi akan sulit dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Hakim Nasution. 1987. **Bagaimana Meningkatkan Perguruan Tinggi**. Pelita 18 Desember.
- Arikunto, Suharsimi, 2005. **Metode Penelitian**, Rineka Cipta, Jakarta.
- Boyd Happer W. Wallket, Orville C dan Lartranche. 2007. **Managemen Pemasaran**. Edisi Kedua, Jilid I. Erlangga, Jakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2005. **Pemasaran Jasa**. Bayu Media, Malang
- , 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi III. Andi Sleman, Malang
- Hasan A. Azis. 2008. **Marketing & Strateginya**. Bali Scan, Medan.
- Jogiyanto. 2004. **Metodologi Penelitian Bisnis**. BPFE, Yogyakarta.
- Komariah, Aan dan Cipi Triatna. 2010. **Visionary Leadership Menuju Sekolah Efektif**. Bumi Aksara, Bandung.
- Kotler, Philip 2009. **Manajemen Pemasaran**, Edisi Kesebelas. Jilid Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Lamb, Charles W, Hair, J, Joasep F dan MC Daniel Carl. 2001. **Pemasaran**. Terjemahan David Octareva, Edisi Pertama, Jilid II. Salemba Empat. Jakarta
- Rambat, Lupiyoadi. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Salemba Empat, Jakarta.
- Situmorang, dkk. 2010. **Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis**. USU Press, Medan.
- Swastha Basu dan Irawan. 2007. **Managemen Pemasaran Modern**. Cetakan Kedelapan. Edisi ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Simamora, Bilson. 2007. **Memenangkan Pasar Dengan Persaingan Efektif dan Profitable**, PT. Gramedia Pustaka Utama, Pertama, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy 2008. **Stralegi Pemasaran**. Edisi III. Andi Sleman, Malang
- Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Bisnis**. Cetakan Kedelapan. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Achiruddin. (2007). "Pengaruh Bauran Promosi Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) ITMI Medan"

Panni Nurdin 2010 dengan judul "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Kuliah Di Iain Bengkulu. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu".

Siallagan (2006). melakukan penelitian "Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Peserta Kursus Bahasa Inggris Vidya English Institute Medan"



DAFTAR KUESIONER

Responden yang terhormat,

Pernyataan dalam kuesioner ini semata-mata hanya untuk data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada program Sarjana Ekonomi Universitas Medan Area (UMA) dengan judul : "Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Ajaran 2014/2015 Fakultas Ekonomi Universitas Medan area". Oleh karena itu, saya mengharapkan bantuan Anda agar mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Berilah tanda *checklist* (✓) pada jawaban yang Anda anggap paling sesuai.
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
4. Informasi Mengenai Fakultas Ekonomi UMA :

II. Isi jawaban berikut sesuai dengan pendapat Anda dengan cara memberikan *checklist* (✓) pada kolom yang tersedia. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah sebagai berikut:

Skor Pernyataan

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang setuju	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

II. Daftar Pernyataan

No	Promosi (X)	SS	S	RR	TS	STS
Periklanan						
1	Pihak Universitas Medan Area melakukan periklanan melalui radio					
2	Universitas Medan Area melakukan periklanan melalui Televisi di bulan suci ramadhan					
3	Brosur yang disebarakan pihak Universitas Medan Area berisikan tentang informasi pendaftaran					
4	Universitas Medan Area mendirikan spanduk-spanduk di jalan-jalan tertentu					
Promosi Penjualan						
5	Pihak Universitas memberikan beasiswa khusus bagi mahasiswa yang berprestasi disekolah					
6	Pihak Universitas memberikan discount bagi mahasiswa bersaudara kandung yang kualiah					
Hubungan Masyarakat						
7	Universitas Medan Area sering memberikan sumbangan kepada masyarakat miskin					
8	Sponsor yang digunakan Universitas Medan Area sangat menarik minat saudara					
9	Pihak Universitas Medan Area sering melakukan aktivitas dengan masyarakat di daerah					
Informasi Dari Mulut Ke Mulut						
10	Saudara memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi untuk kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area					
11	Pegawai memiliki kualitas penyampaian informasi mengenai Fakultas Ekonomi					
12	Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area memiliki kuantitas pendidikan yang bagus					
Penjualan Langsung						
13	Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area memiliki kemudahan untuk mendaftar sebagai mahasiswa baru					

14	Pelayanan yang diberikan pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sangat menyenangkan					
No	Jumlah Mahasiswa (Y)	SS	S	RR	TS	STS
1	Saudara melakukan pendaftaran di Fakultas Ekonomi karena inisiatif kebutuhan					
2	Pencarian informasi mengenai Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area melalui teman sekampung					
3	Saudara memiliki ketepatan dalam memutuskan untuk kuliah di Fakultas Ekonomi					
4	Saudara memiliki evaluasi penawaran dan perbandingan dengan Universitas lainnya					
5	Saudara memiliki dampak psikologis setelah memutuskan untuk kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu. Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan Terima Kasih banyak.