

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
Program studi S-1 Manajemen
2015

Sylfanni Dwita
1202011026

Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Memilih Program studi di Universitas YARSI dan Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam

XIV+72 Halaman, 16 tabel, 1 gambar, dan 15 lampiran

Uraian Abstrak

Latar belakang dalam penelitian ini yaitu Lembaga perguruan tinggi merupakan salah satu tujuan masyarakat dalam meningkatkan pendidikan yang fokus pada satu bidang konsentrasi yang dibutuhkan untuk memasuki dunia kerja. Meningkatnya keinginan masyarakat untuk memiliki karier yang baik dalam ketatnya dunia persaingan, mendorong meningkatnya jumlah perguruan tinggi negeri maupun swasta yang tersebar di seluruh Indonesia. Perguruan tinggi adalah organisasi dalam usaha pendidikan yang menghasilkan produk berupa jasa pendidikan dan harus dipasarkan konsumen. Universitas YARSI adalah salah satu Perguruan Tinggi swasta di Jakarta yang menyediakan berbagai Fakultas, yaitu Fakultas Kedokteran, Fakultas Ekonomi, Fakultas Psikologi, Fakultas Teknologi Informatika, dan Fakultas Hukum. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui : pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan memilih program studi.

Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Yarsi semester 2 yang berjumlah 100 orang .Metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, uji simultan signifikan, dan uji simultan partial. Pengambilan sampel dengan cara purposive sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan promosi, dan harga terhadap keputusan memilih program studi ini. Hasil yang didapat dalam promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi sebesar 5 persen dan harga berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi sebesar 15,3 persen . Menurut uji simultan partial, promosi terhadap keputusan memilih program studi menunjukkan tidak adanya signifikan dan harga terhadap keputusan memilih program studi menunjukkan adanya signifikan.

Kata Kunci : Promosi, Harga , Keputusan Memilih, program studi