

Analisis pengambilan keputusan konsumen dalam memilih perguruan tinggi swasta di Jakarta (Studi kasus di PTS "XYZ")

Nila Krisnawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=116726&lokasi=lokal>

Abstrak

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pendidikan sebagai investasi jangka panjang, dalam menunjang karir dan masa depan adalah menjadi fenomena yang patut menjadi perhatian. Salah satu konsekuensinya adalah berdampak pada penyelenggara pendidikan di tanah air, yaitu tuntutan untuk mampu bertahan menghadapi arus kompetisi yang sangat kuat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana faktor-faktor pendorong dan faktor-faktor penunjang dari seorang siswa memberikan pengaruh dalam menentukan pilihan terhadap Perguruan Tinggi Swasta "XYZ". Selain itu juga, adalah untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan bagi konsumen dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta "XYZ". Sehingga pada akhirnya, diharapkan dapat memberikan input bagi suatu Perguruan Tinggi Swasta "XYZ" dalam mengembangkan strategi pemasaran pada masa yang akan datang. Adapun keterbatasan penelitian ini meliputi beberapa kondisi seperti bahwa dalam knsus ini, penulis hanya ingin mengetahui apakah faktor eksternal siswa (pekerjaan orang tua dan jenis sekolah) serta. Popularitas PTS "XYZ" berhubungan dengan Pilihan maupun minat konsumen terhadap PTS "XYZ". Untuk itu, uji signifikansi chi-kuadrat hanya dilakukan pada ke dua variabel tersebut Penelitian ini juga hanya terbatas pada segmen konsumen pelajar kelas III (tiga) sekolah menengah atas (SMA) di Jakarta.