

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Inggris

Rina Susanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73867&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam menentukan pilihan terhadap lembaga kursus Bahasa Inggris di Depok, sehingga dapat diidentifikasi faktor-faktor tersebut, yang pada akhirnya dapat memberikan input dan saran bagi tiga lembaga kursus Bahasa Inggris tersebut pada khususnya, dan pada lembaga kursus Bahasa Inggris lain, pada umumnya. Penelitian ini dilakukan di daerah Depok. Sedang obyek penelitian di batasi pada tiga lembaga kursus Bahasa Inggris yang ada di Depok, yaitu Central For English Learning (CEL), International Language Program (ILP) dan Build Better Communication (BBC). Walaupun jumlah lembaga kursus Bahasa Inggris di Depok ada enam lembaga tapi penelitian ini hanya dibatasi pada tiga lembaga saja. Pertimbangan memilih ke tiga lembaga kursus ini adalah untuk memudahkan penelitian itu sendiri. Pemilihan tiga lembaga ini dilakukan secara random sampling. Dengan anggapan bahwa semua populasi dianggap sama. Fenomena ini sangat menarik dikarenakan masing-masing lembaga mempunyai karakter konsumen yang berbeda - beda.

Penelitian dilakukan dengan memakai pendekatan kuantitatif dan dilaksanakan dengan metode survey. Teknik ini digunakan karena melibatkan populasi yang besar, sehingga diambil sejumlah sample sebagai sumber penggalian data dalam rangka untuk menarik inferensi. Populasi penelitian adalah konsumen atau siswa lembaga itu sendiri dan tidak ditujukan secara langsung pada calon konsumen atau calon siswa. Populasi penelitian adalah siswa CEL, ILP, dan BBC. Sampling dilakukan secara random. Data digali menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan Skala Likert.

Kemudian uji statistik dilakukan dengan menggunakan faktor analisis, hal ini karena berkaitan dengan besarnya jumlah variabel penelitian dengan dua puluh satu indikator. Faktor analisis adalah uji statistik interdependensi, dimana variabel tidak dibedakan dalam kategori independen dan dependen. Faktor analisis dilakukan dalam rangka mereduksi sekian banyak variabel menjadi beberapa faktor atas dasar kesamaan dimensi.

Hasil Uji Statistik Faktor Analisis menunjukkan bahwa dari dua puluh satu variabel untuk siswa CEL tereduksi menjadi 4 faktor, yaitu : menggunakan instruktur asing, terjalin hubungan yang akrab dengan seluruh karyawan dilembaga ini, dukungan orang tua, dan mudahnya transportasi ke lembaga ini.

Untuk lembaga kursus ILP variabel tereduksi menjadi 6 faktor, yaitu suasana kelas yang menyenangkan, metode pengajaran yang menarik, instruktur dilembaga ini ahli dibidangnya, biaya kursusnya murah, dukungan orang tua, tertarik pada program beasiswa.

Dan untuk lembaga kursus BBC, variabel tereduksi menjadi 6 faktor, yaitu : biaya kursus murah, pelayanan

yang ramah dari FO, terjalinnya hubungan yang baik dengan seluruh karyawan dilembaga ini, mudahnya transportasi kelembaga ini, suatu kebanggaan belajar dilembaga ini, materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan .

Hasil pengujian statistik didapatkan, pada lembaga kursus CEL terlihat bahwa r pearson's sebesar 0,054. ILP didapatkan r pearson's sebesar 0,065. Sementara itu, untuk Lembaga kursus bahasa Inggris BBC , pada hasil pengujian statistik didapatkan r pearson's sebesar 0,085. Dan nilai eigenvalue pada masing-masing lembaga adalah : CEL 5.449, ILP 3.140, dan BBC 4.483.

Uji regresi pada lembaga CEL menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki koefisien positif. Hal ini menerangkan bahwa semua variabel dependen berhubungan. berbanding lurus dengan variabel independen. Pada lembaga kursus GEL variabel dependen yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel independen adalah variabel lembaga ini sudah terkenal, Pada lembaga ILP, variabel dependen yang paling besar pengaruh terhadap variabel independen materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan, Dan pada lembaga BBC, terdapat pada variabel biaya kursus yang murah.

Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh ketiga lembaga tersebut menggunakan saluran komunikasi yang hampir sama, antara lain: media massa, kerjasama, brosur dan sponsorship, serta mengadakan event-event khusus, tetapi berbeda dalam hal content dan intensitasnya.

<i>The Factors That Influence Consumers Attitude To Decide In Choosing English Course Survei of Marketing Communication for Three of English Course In Depok)This research is done to know the factors with influences students attitude to decide in choosing English Course. Three numbers of English Course that were researched are Central for English Language (GEL), International English Program (ILP), and Build Better Communication (BBC) in Depok. The consideration Why three English Course are chosen, to make easier the research itself.

The research used Quantitative approach with survey method. It takes population of students from GEL, ILP and BBC English Course with random Systematic. The data are collected by using questionnaire that ordered based on likert scale. Then the data are tested by statistical factor analysis that related with the number of research variabel which used 21 indicators.

The result of statistical test of factors analysis show that from twenty one variabel for CEL students become reduction into 4 factors, were : used foreigner instructor, good relationship with customers, the agreement from parents and the easier transportation to the course.

For ILP course there were 6 factors : good atmosphere, Front office service, good of teaching methods, good of SDM (Human Resource Development), easier cost, the agreement from parents and interested with scholarship. BBC English Course were reduction become 6 factors, were easier cost, good service from Front Office (FO), good relationship with all of employee in that course, easier transportation, proud of study in this course, and the material that given were needed.

The result of statistical test also show that : r pearson's for CEL course is 0,054, ILP 0, and BBC 0,085. Eigenvalue result for each courses are CEL (5.449, ILP (3.140 and BBC (4.483).

Regression test for CEL, show that each variable have positive coefficient. It's explained that all of dependent variable are the same with independent variable. The dependent variable for CEL course that most influences is the course is famous. For ILP is the material that given is needed. And for BBC course is the cheaper cost. The Marketing Communication that have done of three courses used media, brosure and sponsorship, special event, but it's different in content.</i>