

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN WANITADAN PRIA DALAM MEMILLIH PERGURUAN TINGGI SWASTA (PTS) (STUDI KASUS)

FAUZIAH, BAGUS NURCAHYO,SE,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran, customer

Abstraksi :

Perilaku konsumen pendidikan penting dipelajari oleh lembaga-lembaga pendidikan khususnya lembaga pendidikan swasta, dengan mengetahui perilaku konsumen pendidikan maka produsen jasa dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. Perilaku konsumen pendidikan dalam memilih PTS dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya peran dan status, keluarga, kelompok sosial, klas sosial, subkultur, kultur, sedangkan faktor personal diantaranya motivasi, persepsi, pemahaman, kepercayaan, sikap, dan kepribadian. Untuk mengetahui perilaku konsumen pendidikan tersebut maka disebarakan kuesioner kepada 156 responden sebagai sampel dari populasi Siswa-siswi kelas 3 semester 8 Sekolah Menengah Umum (SMU) 60 Negeri Jakarta. Dalam penulisan ini digunakan alat analisis Chi Square Test untuk mengetahui faktor yang banyak mempengaruhi konsumen wanita dan pria dalam memilih PTS. Dari 156 responden wanita dan pria ternyata tidak ada perbedaan antara pria dan wanita dalam memilih PTS, dan faktor yang banyak dipilih yaitu pribadi atau diri sendiri, sebanyak 40 responden wanita dan pria sebanyak 34 responden. Sedangkan kriteria PTS yang banyak diminati oleh konsumen pendidikan adalah yang biayanya murah dan terjangkau.