

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA PENDIDIKAN LUAR
NEGERI PADA CV. SMARTWAY
EDUCATION CENTRE**

SKRIPSI

Oleh:

ALFIN TANATA R

NIM: 157110868



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2019**

**THE IMPACT OF SERVICE QUALITY, PROMOTION AND
BRAND IMAGE ON THE CONSUMER DECISION TO USE
OVERSEAS EDUCATION SERVICES AT
CV. SMARTWAY EDUCATION
CENTRE**

FINAL RESEARCH

By:

ALFIN TANATA R

Student Number: 157110868



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIROSKIL
MEDAN
2019**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
PENDIDIKAN DI LUAR NEGERI PADA CV.
SMARTWAY EDUCATION CENTRE**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

ALFIN TANATA R

NIM 15.711.0868

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing


(M. Umar Maya Putra, S.E., M.Si.)

Medan, 19-08-2019

Diketahui dan disahkan oleh:

Ketua program studi
Manajemen,


(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M)



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Alfin Tanata R

NIM : 15.711.0868

Perminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pendidikan Luar Negeri Pada CV. Smartway Education Centre

Tempat Penelitian : CV. Smartway Education Centre

Alamat Tempat Penelitian : Jl. M.H. Thamrin No. 24D, Pandau Hilir, Kec. Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera Utara

No. Telepon : 061 – 4556096

Tempat Penelitian

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun yang dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah di tetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 19 September 2019



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pendidikan Luar Negeri Pada CV. Smartway Education Centre. Dari 107 jumlah sampel yang akan dijadikan sebagai responden. Dimana jumlah sampel tersebut didapat dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan teknik *Simple Random Sampling*. Dari hasil uji hipotesis melalui uji signifikan paraisal (Uji t) diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dan sedangkan variabel citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa konsultasi pendidikan di luar negeri pada CV. Smartway Education Centre. Sedangkan berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) diketahui bahwa kualitas pelayanan, promosi dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa konsultasi pendidikan di luar negeri pada CV. Smartway Education Centre. Dari hasil analisis tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,395 atau senilai dengan 39,5%. Artinya, keputusan konsumen menggunakan jasa konsultasi pendidikan di luar negeri pada CV. Smartway Education Centre dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, promosi dan citra merek sebesar 39,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian ini sebesar 60,5%.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Promosi, Citra Merek, Keputusan Konsumen.*

UNIVERSITAS MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to analyze The Impact Of Service Quality, Promotion and Brand Image On The Consumer Decision To Use Overseas Education Services At CV. Smartway Education Centre. From the 107 samples that will be used as respondents, who have the number of samples is obtained by using the Slovin formula with Simple Random Sampling Method. The results of hypothesis testing through significant partial test results (t test) is known that the service quality and promotion variables have an influence on consumer decision and while the brand image have not affect to the consumer decision to use overseas education services at CV. Smartway Education Centre. Based on the results of simultaneous tests (Test F) it is known that service quality, promotion and brand image have affect to the consumer decision to use overseas education services at CV. Smartway Education Centre. From the results of the analysis, the determination coefficient value (Adjusted R^2) is 0395 or 39,5%. That is, consumer decision to use overseas education services at CV. Smartway Education Centre are influenced by service quality, promotion and brand image by 39,5% while the rest are influenced by other variables that are not in this research by 60,5%.

Keywords: *Service Quality, Promotion, Brand Image, Consumer Decision*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasihNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Jasa Pendidikan Luar Negeri Pada CV. Smartway Education Centre”.

Tujuan dari penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) bagi mahasiswa program S-1 program studi Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mikroskil Medan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempatan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin mengucapkan terimakasih bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moral maupun material baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak M. Umar Maya Putra, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing I yang selalu memotivasi serta memberikan kritik dan saran yang menjadikan skripsi ini lebih baik.
2. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si., selaku dosen pendamping pembimbing yang telah bersedia membimbing, memotivasi serta memberikan saran selama pembuatan skripsi.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom.,M.M., selaku ketua STIE Mikroskil Medan yang telah banyak mendukung dalam kelancaran akademis.
4. Bapak Djoni, S.Kom, M.T.I, selaku wakil ketua I STIE Mikroskil Medan yang telah banyak membantu dalam kelancaran akademis.
5. Ibu Maggee Senata, S.E.,M.Si. selaku sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah banyak membantu dalam kelancaran akademis.

6. Seluruh staff pengajar, Bapak dan Ibu dosen STIE Mikroskil Medan yang telah membimbing, mendidik, memberi motivasi dan juga bekal ilmu yang sangat berharga pagi penulis.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Rusli dan Ibu Marni yang telah senantiasa memberikan dukungan, bimbingan, nasihat dan doa sehingga penulis dapat terus belajar dan mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman saya Tukino Gunawan, Sophia Djohar, Diana Gunawan, Leo Chandra, Kelvin Pachira Tandi, Christover, Kelvin, Nico Siddharta, Steviani Angeline Tandika, Group Line Makan Mana.yang telah memberikan motivasi, bantuan dan inspirasi selama penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh responden konsumen CV. Smartway Education Centre yang senantiasa membantu dalam pengisian kuesioner hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Para pihak lain tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan anugrah terhadap kebaikan yang telah bapak, ibu, saudara, sahabat dan teman-teman berikan.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi yang telah dikerjakan masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran untuk penulis akan menjadi lebih baik di masa mendatang. Semoga hasil skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya manajemen serta memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Medan, 19 September 2019

Penulis,

Alfin Tanata. R

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Ruang Lingkup.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Originalitas Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	12
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.5 Promosi	25
2.1.6 Citra Merek	30
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Konseptual.....	38
2.4 Pengembangan Hipotesis	39
2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen	39
2.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Konsumen.....	40
2.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen.....	40
2.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Objek Penelitian	42

3.3	Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1	Populasi.....	42
3.3.2	Sampel.....	42
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4.1	Kuesioner.....	43
3.4.2	Observasi.....	44
3.4.3	Wawancara.....	44
3.4.4	Studi Kepustakaan.....	44
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.6	Metode Analisis Data.....	47
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	47
3.6.2	Pengujian Kualitas Data.....	47
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	48
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Hasil Penelitian.....	53
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	54
4.1.3	Gambaran Umum Responden (Demografi).....	55
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	57
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data.....	61
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis.....	72
4.2	Pembahasan.....	74
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen.....	74
4.2.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Konsumen.....	75
4.2.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen.....	75
4.2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	83



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perguruan tinggi yang bekerjasama dengan CV. Smartway Education.....	3
Tabel 1. 2 Perbandingan persaingan CV. Smartway Education	4
Tabel 1. 3 Jumlah Konsumen Jasa Konsultasi Pendidikan Luar Negeri di Medan	7
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert.....	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 4. 1 Deskripsi Distribusi Kuesioner.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Yang Dipilih	56
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Negara Tujuan Pendidikan	56
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pelayanan	58
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi	59
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra merek	60
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Konsumen	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Instrumen Citra Merek	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Konsumen	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Promosi.....	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Citra Merek	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Keputusan Konsumen	66
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4. 19 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	68
Tabel 4. 20 Hasil Uji Glejser.....	70
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4. 22 Hasil Uji Parsial (Uji t)	72
Tabel 4. 23 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
Tabel 4. 24 Uji Koefisien Determinan (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4. 1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas.....	67
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	68
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	69



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	87
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif	101
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	103
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	107
Lampiran 6 Hasil Analisis Linier Berganda.....	110
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	110



UNIVERSITAS MIKROSKIL