

**PROFILING PENDAFTAR USM 1 DAN PMDK UNIVERSITAS KATOLIK
PARAHYANGAN PERIODE TAHUN 2013-2018 UNTUK FAKULTAS
TEKNIK, FAKULTAS TEKNIK INDUSTRI, DAN FAKULTAS
TEKNOLOGI INFORMASI DAN SAINS**

Juni



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

**Oleh :
Mirza Gumbira
2015120015**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2019**

**REGISTRANT PROFILE OF USM 1 AND PMDK PARAHYANGAN
CATHOLIC UNIVERSITY PERIOD 2013-2018 FOR FACULTY OF
ENGINEERING, FACULTY OF INDUSTRIAL ENGINEERING, AND
FACULTY OF INFORMATION TECHNOLOGY AND SCIENCE**

J. Ma



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in
Management

**By :
Mirza Gumbira
2015120015**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by National Accreditation Agency
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2019**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PROFILING PENDAFTAR USM 1 DAN PMDK UNIVERSITAS
KATOLIK PARAHYANGAN PERIODE TAHUN 2013-2018 UNTUK
FAKULTAS TEKNIK, FAKULTAS TEKNIK INDUSTRI, DAN
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN SAINS**

Oleh :
Mirza Gumbira
2015120015

Bandung, Juli 2019

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi,

Dr. Istiharini, CMA.

Ko – Pembimbing Skripsi,

Irsanti Hasyim, S.E., MSM., M.Eng

: PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Mirza Gumbira
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 5 Desember 1995
NPM : 2015120015
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PROFILING PENDAFTAR USM 1 DAN PMDK UNIVERSITAS
KATOLIK PARAHYANGAN PERIODE TAHUN 2013-2018 UNTUK
FAKULTAS TEKNIK, FAKULTAS TEKNIK INDUSTRI, DAN
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN SAINS**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Dr. Istiharini, CMA.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam

Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 15 Juli 2019

Pembuat pernyataan :


6000
ENAM RIBU RUPIAH
(Mirza Gumbira)

ABSTRAK

Universitas Katolik Parahyangan merupakan salah satu universitas terkemuka swasta yang banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Jawa Barat dan Kota Bandung. Sebagai salah satu universitas terkemuka, Universitas Katolik Parahyangan harus terus mempertahankan eksistensi di dalam industri pendidikan. Sejak tahun 2013 sampai 2017, jumlah mahasiswa baru di Provinsi Jawa Barat cenderung mengalami peningkatan, namun, sejalan dengan peningkatan jumlah mahasiswa baru, Jawa Barat juga merupakan salah satu daerah yang memiliki perusahaan pendidikan dengan jumlah yang tidak sedikit. Hal ini merupakan salah satu ancaman dan juga peluang yang harus dimanfaatkan oleh Universitas Katolik Parahyangan untuk setiap tahun dapat menggaet calon mahasiswa dan meningkatkan pendaftar baik melalui jalur USM ataupun PMDK.

Sebagai universitas swasta, Universitas Katolik Parahyangan memerlukan strategi pemasaran yang tepat bagi keberlangsungan lembaga pendidikan ini. Perlu dilakukan suatu upaya agar para siswa sekolah menengah tertarik melanjutkan studi pendidikan tinggi di Universitas Katolik Parahyangan. Strategi pemasaran yang tepat, dapat ditunjang melalui pemahaman akan profil konsumen dari Universitas Katolik Parahyangan itu sendiri atau siswa-siswi Sekolah Menengah Atas atau Kejuruan baik di dalam Kota Bandung ataupun di luar Kota Bandung. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil pendaftar USM 1 dan PMDK Universitas Katolik Parahyangan untuk Fakultas Teknik, Fakultas Teknik Industri, dan Fakultas Teknologi Informasi dan Sains dari tahun 2013-2018. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang dimiliki oleh Universitas Katolik Parahyangan terkait pendaftar USM 1 dan PMDK tahun 2013-2018 Universitas Katolik Parahyangan sebanyak 19.862 data.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif *explanatory research* yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai suatu fenomena dan pada penelitian ini, data diolah menggunakan *pivot table*. Dari hasil pengolahan data pendaftar USM 1 dan PMDK Universitas Katolik Parahyangan, diperoleh hasil bahwa Fakultas Teknik yang terdiri dari Jurusan Teknik Sipil dan Arsitektur di dominasi oleh SMA Negeri yang berasal dari Kota Bandung, sedangkan untuk Fakultas Teknik Industri yang terdiri dari Jurusan Teknik Industri, Kimia, dan Elektro di dominasi oleh SMA Swasta yang berasal dari Kota Bandung dan Jabodetabek, dan untuk Fakultas Teknologi, Informasi, dan Sains yang terdiri dari Jurusan Matematika, Fisika, dan Teknik Informatika di dominasi oleh SMA Swasta yang berasal dari Kota Bandung.

Kata kunci : Universitas Katolik Parahyangan, *profiling*, Sekolah Menengah Atas (SMA)

ABSTRACT

Parahyangan Catholic University is one of the leading private universities that is widely known by the Indonesian people, especially the people of West Java and the City of Bandung. As one of the leading universities, Parahyangan Catholic University must continue to maintain its existence in the education industry. Since 2013 until 2017, the number of new students in West Java Province tends to increase, however, in line with the increase in the number of new students, West Java is also one of the regions that has a number of educational companies that are not small. This is one of the threats and also the opportunity that must be utilized by Parahyangan Catholic University to annually attract prospective students and increase registrants either through the USM or PMDK channels.

As a private university, Parahyangan Catholic University requires the right marketing strategy for the continuity of this educational institution. An effort should be made so that high school students are interested in continuing their studies of higher education at Parahyangan Catholic University. The right marketing strategy, can be supported through an understanding of consumer profiles from Parahyangan Catholic University itself or high school or vocational students both in the city of Bandung or outside the city of Bandung. Based on this, this study aims to determine the profile of USM 1 and PMDK registrants at Parahyangan Catholic University for the Faculty of Engineering, Faculty of Industrial Engineering, and the Faculty of Information Technology and Science from 2013-2018. This study uses secondary data owned by Parahyangan Catholic University related to USM 1 applicants and PMDK in 2013-2018 Parahyangan Catholic University as many as 19,862 data.

The research method used in this study is an explanatory research descriptive method that aims to gain a deep understanding of a phenomenon and in this study, the data is processed using a pivot table. From the results of data processing of USM 1 and PMDK Catholic University Parahyangan applicants, the results showed that the Faculty of Engineering consisting of the Department of Civil and Architecture was dominated by State High Schools from the City of Bandung, while for the Faculty of Industrial Engineering consisting of Industrial Engineering, Chemistry, and Electrical is dominated by Private High Schools from the City of Bandung and Jabodetabek, and for the Faculty of Technology, Information and Science which consists of the Department of Mathematics, Physics, and Informatics Engineering is dominated by Private High Schools from the City of Bandung.

Keywords : Parahyangan Catholic University, profiling, High Schools

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena rahmat dan ridha-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan Judul **“Profiling Pendaftar USM 1 dan PMDK Universitas Katolik Parahyangan Periode Tahun 2013-2018 untuk Fakultas Teknik, Fakultas Teknologi Industri, dan Fakultas Teknologi, Informasi, dan Sains.”** Adapun penyusunan skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dalam program studi sarjana Manajemen, Universitas Katolik Parahyangan.

Proses pengerjaan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dari pihak-pihak terkait. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ernawan Natasaputra dan Erni Rusyani selaku orang tua dari penulis yang telah memberikan dukungan baik berupa moril maupun materil yang tak ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sarjana.
2. Mia Mariani, Jaka Witandra, Bagja Ahmad Muharam, dan Kania Giandini selaku kakak dari penulis yang selalu memberikan bimbingan dan dukungan.
3. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku pembimbing penulis dan Ketua Program Studi Manajemen Unpar. Terimakasih atas segala waktu luang yang di berikan untuk membantu penulis dan selalu memberikan masukan, arahan, serta motivasi dan telah membagikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis di masa yang akan datang.
4. Bapak Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang tanpa beliau penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh dosen pengajar dan staf Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang tak kenal lelah memberikan ilmu dan dukungan selama proses pembelajaran di masa perkuliahan.
6. R. M. Moch. Zacky Basya dan M. Iitsar Tsaqif selaku teman dekat penulis selama masa perkuliahan, terimakasih atas dukungan dan selalu menghibur.

7. M. Zeindra Rakhmawan, sebagai *partner* selama dua tahun di HMPSM Unpar. Terimakasih sudah selalu menjadi orang yang bisa diandalkan dalam segala dinamika penulis dalam mengarungi masa perkuliahan.
8. Algi Ramadya Wiguna dan M. Thufail Alhakim, sebagai teman penulis yang membantu menyelesaikan masalah-masalah terkait data pada skripsi ini.
9. Teman-teman Divisi Ring 1 HMPSM Unpar 2017-2018, Nadelia Rachma, Rebecca Aulina, Zahra Putri F., R. R. Majesta Dewi yang selalu membantu penulis baik dalam dinamika Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen (HMPSM) maupun perkuliahan.
10. Teman-teman Pengurus HMPSM Unpar Angkatan 2015, Hanifa Andiani, Shahnaz Shafira, Sutanto Antonius, Margaretha Demantha, Christophorus Romy, Dominicus Kevinata, Putri Dinda, M. Irfan, dan Raisa Almira, yang bisa membuat segalanya lebih mudah.
11. Gilang Fajar Ramadhan, Faizal A. Irawan, Gemilang K. P., Samuel Arief, Dhafin Cholin, Nadhirah Aulianti, dan Ghiffarani Z. P selaku teman sedari SMA penulis yang selalu bisa menghibur dan mendukung dalam setiap keputusan yang diambil dalam kehidupan penulis.
12. Teman-teman “Belajar Marketing”, Intan, Adi, Ryan, Rizky, dan Bram terima kasih sudah berjuang bersama dalam konsentrasi *marketing* selama perkuliahan.
13. Teman-teman “Unispar” yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu, terima kasih sudah menjadi teman yang baik dan membawa kebahagiaan selama diperkuliahan.
14. Jovensia Chandra sebagai *partner* penulis yang selalu bahu-membahu dan saling membantu dalam mewujudkan selesainya skripsi ini.
15. Seluruh keluarga besar Manajemen UNPAR baik angkatan 2015, maupun angkatan lainnya yang telah mempercayakan penulis sebagai Ketua Himpunan periode 2017-2018, terima kasih banyak untuk selalu bersama-sama berjuang.
16. Seluruh keluarga dan teman penulis yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah mendoakan dan memberi segala dukungan.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa memberkati kita semua terutama yang membantu dalam proses pembuatan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua.

Bandung, 15 Juli 2019

Mirza Gumbira

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	3
DAFTAR GAMBAR	11
BAB 1 PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang	12
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Kerangka Pemikiran	19
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Perilaku Konsumen	21
2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	21
2.1.2 Model Perilaku Konsumen	23
2.2 Keputusan Pembelian	24
2.2.1 Proses Keputusan Pembelian	26
2.3 Pendidikan Tinggi	27
2.4 Bentuk Pendidikan Tinggi.....	27
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.1.2 Populasi Penelitian.....	28
3.2 Objek Penelitian	29
BAB 4 HASIL PENELITIAN	33
4.1 USM	33
4.1.1 USM Teknik Sipil.....	33
4.1.2 USM Arsitektur.....	88
4.1.3 USM Teknik Industri.....	157
4.1.4 USM Teknik Kimia.....	204

4.1.5	USM Teknik Elektro	238
4.1.6	USM Matematika	250
4.1.7	USM Fisika	269
4.1.8	USM Teknik Informatika	280
4.2	PMDK	305
4.2.1	PMDK Teknik Sipil	305
4.2.2	PMDK Arsitektur	332
4.2.3	PMDK Teknik Industri	395
4.2.4	PMDK Teknik Kimia	421
4.2.5	PMDK Teknik Elektro	441
4.2.6	PMDK Matematika	447
4.2.7	PMDK Fisika	464
4.2.8	PMDK Teknik Informatika	471
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		485
5.1	Kesimpulan	485
5.2	Saran	486
DAFTAR PUSTAKA.....		489
LAMPIRAN.....		491
RIWAYAT HIDUP		496

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Daftar Perguruan Tinggi Kota Bandung	15
Tabel 1.3 Perkembangan Jumlah Mahasiswa Baru Perguruan Tinggi Tiap Provinsi	16
Tabel 4.1.1 USM Teknik Sipil	33
4.1.1.1 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013.....	82
4.1.1.2 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014.....	83
4.1.1.3 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015.....	84
4.1.1.4 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016.....	84
4.1.1.5 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017.....	85
4.1.1.6 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018.....	86
4.1.2 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	87
Tabel 4.1.2 USM Arsitektur.....	88
4.1.2.1 Tabel Lima Besar Peminat USM Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013	151
4.1.2.2 Tabel Lima Besar Peminat USM Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014	151
4.1.2.3 Tabel Lima Besar Peminat USM Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015	152
4.1.2.4 Tabel Lima Besar Peminat USM Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016	153
4.1.2.5 Tabel Lima Besar Peminat USM Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017	154
4.1.2.6 Tabel Lima Besar Peminat USM Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018	155

4.1.2	Tabel Lima Besar Peminat USM Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	156
	Tabel 4.1.3 USM Teknik Industri	157
4.1.3.1	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013	198
4.1.3.2	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014	199
4.1.3.3	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015	199
4.1.3.4	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016	200
4.1.3.5	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017	201
4.1.3.6	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018	202
4.1.3	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	202
	Tabel 4.1.4 USM Teknik Kimia	204
4.1.4.1	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013	231
4.1.4.2	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014	231
4.1.4.3	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015	232
4.1.4.4	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016	234
4.1.4.5	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017	234
4.1.4.6	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018	235
4.1.4	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	237

Tabel 4.1.5 USM Teknik Elektro.....	238
4.1.5.1 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015.....	243
4.1.5.2 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016.....	244
4.1.5.3 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017.....	245
4.1.5.4 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018.....	246
4.1.5.2 Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018.....	249
Tabel 4.1.6 USM Matematika.....	250
4.1.6.1 Tabel Lima Besar Peminat USM Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013.....	261
4.1.6.2 Tabel Lima Besar Peminat USM Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014.....	262
4.1.6.3 Tabel Lima Besar Peminat USM Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015.....	264
4.1.6.4 Tabel Lima Besar Peminat USM Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016.....	265
4.1.6.5 Tabel Lima Besar Peminat USM Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017.....	265
4.1.6.6 Tabel Lima Besar Peminat USM Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018.....	266
4.1.6 Tabel Lima Besar Peminat USM Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018.....	268
Tabel 4.1.7 USM Fisika.....	269
4.1.7.1 Tabel Lima Besar Peminat USM Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013.....	273
4.1.7.2 Tabel Lima Besar Peminat USM Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014.....	273

4.1.7.3	Tabel Lima Besar Peminat USM Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015	274
4.1.7.4	Tabel Lima Besar Peminat USM Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016	275
4.1.7.5	Tabel Lima Besar Peminat USM Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017	277
4.1.7.6	Tabel Lima Besar Peminat USM Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018	278
4.1.7	Lima Besar Peminat USM Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	278
	Tabel 4.1.8 USM Informatika	280
4.1.8.1	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013	298
4.1.8.2	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014	298
4.1.8.3	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015	299
4.1.8.4	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016	301
4.1.8.5	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017	301
4.1.8.6	Tabel Lima Besar Peminat USM Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018	302
4.1.8	Lima Besar Peminat USM Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	304
	Tabel 4.2.1 PMDK Teknik Sipil	305
4.2.1.1	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013	326
4.2.1.2	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014	326
4.2.1.3	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015	327

4.2.1.4	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016.....	328
4.2.1.5	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017.....	329
4.2.1.6	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018.....	329
4.2.1	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Sipil Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	331
	Tabel 4.2.2 PMDK Arsitektur.....	332
4.2.2.1	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013.....	388
4.2.2.2	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014.....	390
4.2.2.3	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015.....	390
4.2.2.4	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016.....	391
4.2.2.5	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017.....	392
4.2.2.6	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018.....	392
4.2.2	Lima Besar Peminat PMDK Arsitektur Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	394
	Tabel 4.2.3 PMDK Teknik Industri	395
4.2.3.1	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013.....	415
4.2.3.2	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014.....	416
4.2.3.3	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015.....	416
4.2.3.4	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016.....	417

4.2.3.5	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017.....	418
4.2.3.6	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018.....	419
4.2.3	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Industri Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	419
	Tabel 4.2.4 PMDK Teknik Kimia.....	421
4.2.4.1	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013.....	435
4.2.4.2	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014.....	435
4.2.4.3	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015.....	436
4.2.4.4	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016.....	437
4.2.4.5	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017.....	437
4.2.4.6	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018.....	438
4.2.4	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Kimia Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	440
	Tabel 4.2.5 PMDK Teknik Elektro.....	441
4.2.5.1	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015.....	443
4.2.5.2	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016.....	443
4.2.5.3	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017.....	444
4.2.5.4	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018.....	445
4.2.5	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Elektro Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	446

Tabel 4.2.6 PMDK Matematika.....	447
4.2.6.1 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013.....	455
4.2.6.2 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014.....	456
4.2.6.3 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015.....	457
4.2.6.4 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016.....	459
4.2.6.5 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017.....	459
4.2.6.6 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018.....	460
4.2.6 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Matematika Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	462
Tabel 4.2.7 PMDK Fisika	464
4.2.7.1 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013	466
4.2.7.2 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014	466
4.2.7.3 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015	467
4.2.7.4 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016	468
4.2.7.5 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017	468
4.2.7.6 Tabel Lima Besar Peminat PMDK Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018	469
4.2.7 Lima Besar Peminat PMDK Fisika Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	469
Tabel 4.2.8 PMDK Teknik Informatika.....	471

4.2.8.1	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2013	479
4.2.8.2	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2014	480
4.2.8.3	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2015	480
4.2.8.4	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2016	481
4.2.8.5	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2017	482
4.2.8.6	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Tahun 2018	482
4.2.8	Tabel Lima Besar Peminat PMDK Teknik Informatika Berdasarkan SMA dan Kota Periode 2013-2018	483

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proporsi Perusahaan Pendidikan.....	12
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	24
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 3.1 Universitas Katolik Parahyangan.....	31

BAB 1

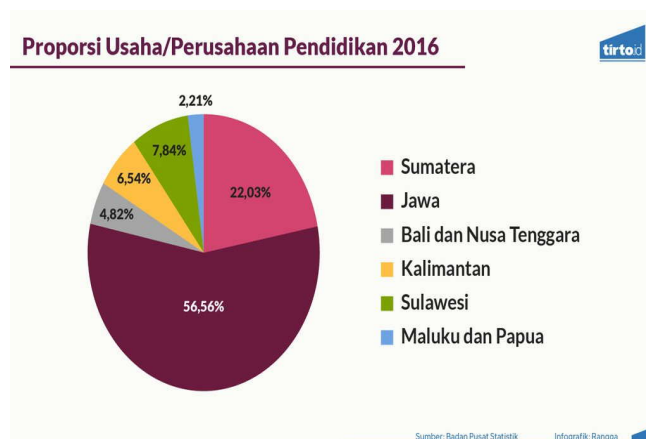
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan, pendidikan merupakan salah satu hal yang penting. Seiring dengan perkembangan zaman, pendidikan akan selalu berkembang dan mengikuti perubahan zaman. Pendidikan di Indonesia, menurut Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, masih terdapat banyak ketimpangan, hal ini dikarenakan masih banyaknya daerah yang tertinggal dan memerlukan sentuhan langsung (Widiyanto, 2019). Kebijakan, model pendidikan, serta kurikulum pendidikan di Indonesia juga menghambat perkembangan pendidikan di Indonesia itu sendiri. Pendidikan yang diharapkan oleh Negara Indonesia sendiri adalah pendidikan yang berkarakter sehingga membentuk setiap individu agar memiliki kemampuan yang baik. Setiap individu yang menempuh jalur pendidikan, harus memiliki unsur-unsur yang mampu menciptakan sumber daya yang baik, tak terkecuali pendidikan dalam perguruan tinggi.

Berdasarkan data Sensus Ekonomi pada tahun 2016, jumlah perusahaan pendidikan di Indonesia mencapai 619.947. Jumlah tersebut setara dengan 2.32 persen dari jumlah seluruh perusahaan yang ada di Indonesia. Perusahaan pendidikan yang dimaksud meliputi kegiatan pendidikan yang ada pada berbagai tingkatan dan untuk berbagai pekerjaan. (RISTEKDIKTI, 2018)

Gambar 1.1
Proporsi Perusahaan Pendidikan



Sumber : <https://tirto.id>

Berdasarkan Purnamasari (2017), dapat terlihat bahwa Pulau Jawa menjadi daerah yang memiliki perusahaan pendidikan terbanyak di Indonesia. Sebanyak 350.665 atau setara dengan 56.56 persen dari total perusahaan pendidikan yang ada di seluruh Indonesia, terdapat di Pulau Jawa. Persentase terendah dalam kuantitas perusahaan pendidikan yang ada di Indonesia terdapat pada daerah Maluku dan Papua, ke dua daerah tersebut hanya memiliki 13.677 perusahaan pendidikan. Berdasarkan data di atas, proporsi perusahaan pendidikan di Pulau Jawa yang begitu besar dipengaruhi pula oleh jumlah penduduk muda yang lebih banyak dibandingkan daerah lainnya.

Seiring dengan banyaknya kuantitas perusahaan pendidikan yang ada di Pulau Jawa, menurut Rochmat Wahab selaku Ketua Panitia SNMPTN 2016, pendidikan di Pulau Jawa masih menjadi yang terbaik, hal ini dikarenakan Pulau Jawa berada di posisi 10 besar dengan jumlah siswa terbanyak yang bisa mengikuti SNMPTN dari tahun 2016-2018. (Widiyani, 2016)

Pendidikan di Indonesia, tentunya masih perlu ditingkatkan kembali mengingat banyaknya individu yang tidak dapat bersekolah dan mengenyam pendidikan sampai pendidikan tinggi. Penelitian (Kamsihyati, Sutomo, & FS, 2016) menunjukkan, faktor-faktor yang mempengaruhi individu tidak bersekolah datang dari keluarga, sekolah, lingkungan, atau bahkan anak itu sendiri, sehingga diperlukan bantuan untuk meningkatkan partisipasi individu mengenyam pendidikan. Selain daripada itu, diperlukan pula pemahaman bahwa pendidikan merupakan hal yang penting untuk masa depan. Pada era globalisasi ini, persaingan antar individu menjadi semakin ketat, maka dari itu, individu-individu yang ada perlu dibekali dengan pengetahuan, pemahaman, keterampilan, dan karakter yang baik agar dapat bersaing.

Mengingat pentingnya pendidikan pada era globalisasi ini, masyarakat juga mengutamakan keunggulan sekolah maupun perguruan tinggi yang menjadi pilihan masing-masing dalam memilih tingkatan pendidikan yang dilalui. Masyarakat berupaya untuk dapat mengenyam pendidikan di instansi pendidikan yang terbaik. Fenomena seperti ini, terjadi di berbagai daerah, termasuk di Kota Bandung. Berdasarkan Data Pokok Pendidikan Dasar dan Menengah yang diterbitkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan di tahun 2019, terdapat 138 SMA yang

terdiri dari 27 SMA Negeri dan 111 SMA Swasta. Melalui banyaknya jumlah sekolah menengah yang ada, masyarakat di Kota Bandung dimudahkan untuk memilih instansi pendidikan terbaik pilihan masing-masing individu. Tidak hanya itu, hal ini juga merupakan salah satu keuntungan bagi perguruan tinggi yang ada di Kota Bandung untuk melakukan pemasaran dan meningkatkan kompetensinya dengan tujuan menarik para siswa SMA untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi yang ada. Sampai saat ini, Kota Bandung memiliki 22 universitas, baik Perguruan Tinggi Negeri ataupun Perguruan Tinggi Swasta. (KEMENDIKBUD, 2019)

Berdasarkan data tahun 2017 yang diambil dari Statistik Pendidikan Tinggi oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, jumlah perguruan tinggi di Indonesia adalah sebanyak 3.276 lembaga yang terdiri dari 122 perguruan tinggi negeri dan 3.154 merupakan perguruan tinggi swasta dengan jumlah mahasiswa terdaftar adalah 6.924.511. Apabila dibandingkan, jumlah ini lebih banyak 21% dibandingkan penduduk Singapura, sedangkan jumlah mahasiswa baru sebanyak 1.437.425 orang, dengan pembagian yaitu sebesar 267.631 orang di wilayah Sumatera, 866.662 orang di wilayah Jawa, 145.559 orang di wilayah Sulawesi, 65.032 orang di wilayah Bali, NTB, dan NTT, 62.863 orang di wilayah Kalimantan, 19.766 orang di wilayah Papua, serta 9.912 orang di wilayah Maluku. (RISTEKDIKTI, 2018)

Pulau Jawa mempunyai jumlah mahasiswa baru terbanyak bila dibandingkan dengan wilayah lainnya di Indonesia. Jumlah mahasiswa baru tersebut tidak hanya masuk ke dalam universitas namun terbagi ke dalam beberapa jenis perguruan tinggi lainnya yaitu institut, sekolah tinggi, akademi, akademi komunitas, dan politeknik. Dengan banyaknya mahasiswa baru setiap tahunnya, perguruan tinggi di Indonesia mendapat kesempatan untuk menarik para siswa sekolah menengah untuk melanjutkan studi di perguruan tingginya. Meskipun masih terdapat ketimpangan yang jauh antara jumlah perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta, namun hal ini tidak dapat menjadi alasan para siswa sekolah menengah untuk tidak melanjutkan studinya ke perguruan tinggi, karena pada kenyataannya banyak perguruan tinggi swasta yang sama baiknya dengan perguruan tinggi negeri. Dari data tersebut juga terdapat data perguruan tinggi serta

jumlah mahasiswa baru di setiap provinsi. Provinsi Jawa Barat sendiri pada tahun 2017 tercatat memiliki perguruan tinggi sebanyak 392 lembaga dan 183.723 orang mahasiswa baru. Dalam hal ini, Provinsi Jawa Barat menjadi provinsi yang memiliki perguruan tinggi paling banyak. Namun jumlah mahasiswa baru pada tahun 2017 masih diungguli oleh Provinsi DKI Jakarta. (RISTEKDIKTI, 2018)

Provinsi Jawa Barat, terkenal dengan Kota Bandung, tidak sedikit masyarakat dari wilayah lain yang datang untuk merantau baik untuk berbisnis, pendidikan, ataupun hanya berlibur. Berdasarkan data perguruan tinggi pada tahun 2017, Kota Bandung menyediakan sekitar 158 lembaga pendidikan tinggi. Lembaga-lembaga ini terdiri dari universitas, institute, sekolah tinggi, akademi, dan politeknik. Dengan adanya hal ini, Kota Bandung merupakan tempat bersaing yang ketat dalam hal industri pendidikan, maka dari itu, perguruan tinggi yang ada berupaya untuk memberikan layanan pendidikan terbaik yang dapat diberikan. (Admin, 2017)

Tabel 1.2
Daftar Perguruan Tinggi Kota Bandung

Daftar Perguruan Tinggi Kota Bandung	
Perguruan Tinggi	Jumlah
Perguruan Tinggi Negeri	13
Perguruan Tinggi Swasta	22
Sekolah Tinggi	69
Institut	4
Politeknik	20
Akademi	30
Total	158

Sumber : idtesis.com

Tabel 1.3

Perkembangan Jumlah Mahasiswa Baru Perguruan Tinggi Tiap Provinsi

Provinsi Province	2012/2013			2013/2014			2014/2015		
	Negeri Public	Swasta Private	Jumlah Total	Negeri Public	Swasta Private	Jumlah Total	Negeri Public	Swasta Private	Jumlah Total
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
D.K.I. Jakarta	146.771	116.022	262.793	149.358	123.083	272.441	62.144	125.357	187.501
Jawa Barat	36.998	94.990	131.988	37.293	99.315	136.608	38.018	155.604	193.622
Banten	4.972	9.157	14.129	5.346	8.978	14.324	3.406	52.165	55.571
Jawa Tengah	38.891	44.322	83.213	39.252	46.873	86.125	35.349	90.519	125.868
D.I. Yogyakarta	29.305	32.611	61.916	29.831	34.252	64.083	24.787	57.497	82.284
Jawa Timur	59.669	90.147	149.816	60.758	94.302	155.060	62.067	128.742	190.809

Provinsi Province	2015/2016			2016/2017		
	Negeri Public	Swasta Private	Jumlah Total	Negeri Public	Swasta Private	Jumlah Total
(1)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)
D.K.I. Jakarta	91.676	136.134	227.810	95.584	141.466	237.050
Jawa Barat	39.623	143.288	182.911	40.373	143.350	183.723
Banten	4.056	48.614	52.670	4.361	51.518	55.879
Jawa Tengah	34.656	85.481	120.137	34.879	89.525	124.404
D.I. Yogyakarta	27.243	53.339	80.582	27.312	57.418	84.730
Jawa Timur	64.478	110.457	174.935	66.504	114.372	180.876

Sumber : <http://kopertis3.or.id/>

Setelah melihat data jumlah pendidikan tinggi dan perkembangan jumlah mahasiswa baru yang ada, hal ini menunjukkan peningkatan jumlah mahasiswa baru dan persaingan yang ketat antar instansi pendidikan untuk menggaet mahasiswa-mahasiswi baru pada setiap tahunnya. (Nirmala & Attamimi, 2017) Berdasarkan hal tersebut, maka Universitas Katolik Parahyangan (Unpar) yang berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat juga terlibat dalam persaingan yang ada tersebut. Selain daripada itu, banyaknya peminat pendidikan tinggi juga menciptakan pasar industri pendidikan menjadi lebih menarik dan dimungkinkan untuk munculnya universitas-universitas baru. Demi meningkatkan ketertarikan siswa-siswi sekolah menengah yang ada, Unpar harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat menyasar para siswa-siswi sekolah menengah setiap tahunnya, maka dari itu, Unpar harus mengetahui profil dari para calon mahasiswa yang ada, sehingga Unpar dapat mengetahui secara aktual, karakteristik target pasarnya, siswa-siswi sekolah menengah baik yang ada di Kota Bandung ataupun di luar Kota Bandung. Hal ini beriringan pula dengan visi dari Unpar yang ingin menjadi komunitas akademik humanum yang mengembangkan potensi lokal hingga ke tataran global. Dengan adanya mahasiswa yang mendaftarkan diri ke Unpar, maka akan semakin besar manfaat dari Unpar yang bisa dirasakan oleh masyarakat agar mampu menciptakan mahasiswa dan lulusan terdidik yang diharapkan.

Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat, Unpar harus mengetahui target pasar atau sekolah menengah mana saja yang harus disasar. Selama ini, Unpar melakukan promosi akan tetapi tidak mengetahui secara pasti sasaran dari promosi tersebut. Ketika Unpar sudah mengetahui secara jelas sasaran yang ada, maka hal ini akan menjadikan bahan dasar dalam menentukan strategi pemasaran Unpar pada setiap tahunnya.

Tingkat pendaftar Unpar menjadi hal yang penting bagi keberlangsung lembaga pendidikan ini. Perlu dilakukan suatu upaya yang tepat agar siswa-siswi sekolah menengah tertarik untuk melanjutkan studi pendidikan tinggi di Unpar. Hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, namun, sebelum membuat strategi pemasaran, Unpar harus mengetahui terlebih dahulu profil konsumennya yaitu para siswa-siswi sekolah menengah baik di Kota Bandung ataupun di luar Kota Bandung. Penulis bekerja sama dengan bidang kemahasiswaan untuk melakukan penelitian mengenai profil pendaftar USM 1 dan PMDK periode tahun 2013-2018. Dalam penelitian ini, data yang digunakan berupa data sekunder yang menampilkan asal sekolah dan asal kota pendaftar sehingga profiling yang dilakukan berdasarkan asal sekolah dan asal kota. Selain itu, peneliti memilih untuk meneliti pendaftar USM 1 dan PMDK dikarenakan pendaftar pada tahap ini merupakan peminat yang paling bersungguh-sungguh untuk masuk ke Unpar.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini diberi judul “Profiling Pendaftar USM 1 dan PMDK Universitas Katolik Parahyangan Periode Tahun 2013-2018 Untuk Fakultas Teknik, Fakultas Teknik Industri, dan Fakultas Teknologi, Informasi, dan Sains”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di dalam latar belakang penelitian, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana profil pendaftar USM 1 dan PMDK di Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Teknik periode tahun 2013 hingga 2018 ?

2. Bagaimana profil pendaftar USM 1 dan PMDK di Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Teknik Industri periode tahun 2013 hingga 2018 ?
3. Bagaimana profil pendaftar USM 1 dan PMDK di Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Teknologi, Informasi, dan Sains periode tahun 2013 hingga 2018 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah :

1. Mengetahui profil pendaftar USM 1 dan PMDK di Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Teknik periode tahun 2013 hingga 2018.
2. Mengetahui profil pendaftar USM 1 dan PMDK di Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Teknik Industri periode tahun 2013 hingga 2018.
3. Mengetahui profil pendaftar USM 1 dan PMDK di Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Teknologi, Informasi, dan Sains periode tahun 2013 hingga 2018.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah diuraikan maka penelitian ini memiliki beberapa manfaat, antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan adalah agar perusahaan dapat mengetahui profil calon mahasiswa yang mendaftar ke Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Teknik, Fakultas Teknik Industri, dan Fakultas Teknologi, Informasi, dan Sains, sehingga perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk memenangkan pasar, serta mengevaluasi strategi yang telah diterapkan oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan dapat menggunakan penelitian ini untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan yang terdapat di perusahaan.

2. Bagi Penulis

Agar dapat digunakan sebagai penerapan ilmu-ilmu yang sudah didapat di bangku kuliah, serta sebagai tambahan informasi, dan wawasan tentang profil calon mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan khususnya Fakultas Teknik, Fakultas Teknik Industri, dan Fakultas Teknologi, Informasi, dan Sains.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pendaftar USM 1 dan PMDK Unpar merupakan hal yang penting bagi keberlangsungan lembaga pendidikan ini. Perlu dilakukan suatu upaya agar para siswa sekolah menengah tertarik untuk melanjutkan studinya di Unpar. Hal ini dapat ditunjang dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, akan tetapi, strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh Unpar alangkah lebih baik apabila Unpar mengetahui terlebih dahulu profil konsumennya yaitu siswa-siswi sekolah menengah, baik di dalam Kota Bandung maupun di luar Kota Bandung.

Menurut Maharni (2015) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen memiliki karakteristik yang beragam sehingga memahami perilaku konsumen bukanlah masalah yang dapat dianggap sederhana. Beragamnya karakteristik konsumen juga menjadi satu hal yang menarik untuk di teliti. Konsumen sendiri terbagi menjadi kelompok-kelompok individu menurut usia, pendidikan, latar belakang, keadaan sosial, ekonomi, dan sebagainya.

Konsumen dijadikan sebagai titik sentral perhatian dalam proses pemasaran sehingga pemasar juga perlu untuk memahami perilaku konsumen. Dalam memahami perilaku konsumen, pemasar perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Menurut Suharno dan Sutarso (2010) terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Dalam model perilaku konsumen, proses dimulai dari stimuli marketing dan stimuli lainnya dari luar seperti ekonomi, teknologi, budaya, dan politik. Serangkaian stimuli tersebut akan dipengaruhi dan

mempengaruhi psikologi dan karakteristik konsumen, yang selanjutnya berlanjut pada proses keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menurut Ujang Sumarwan (2011), adalah proses merumuskan berbagai alternative tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen melalui beberapa tahap yaitu sebagai tahap awal konsumen melakukan identifikasi masalah mengenai apa yang dibutuhkan dan diperlukannya. Tahapan selanjutnya adalah konsumen mencari informasi mengenai serangkaian produk. Dalam tahap ini akan muncul beberapa alternatif yang akan dievaluasi. Dalam tahap evaluasi kemudian konsumen akan membentuk preferensi atas serangkaian pilihan yang akhirnya menentukan keputusan pembelian.

Preferensi konsumen adalah pemilihan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai produk pilihan yang ada (Aiman , Handaka, & Lili, 2017) Perilaku dan preferensi konsumen akan suatu produk akan terus berubah dari waktu ke waktu. Perubahan perilaku dan preferensi konsumen menyebabkan strategi yang telah ada tidak dapat bekerja secara optimal. Selain itu, preferensi yang berbeda dari setiap konsumen menimbulkan perbedaan pula pada profil konsumen tersebut. Perbedaan profil konsumen tidak hanya ditimbulkan oleh preferensi namun juga disebabkan oleh latar belakang pribadi konsumen yang berbeda-beda seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, kelas sosial, hobi, dan sebagainya.

Kebutuhan serta keinginan konsumen yang berbeda-beda menimbulkan variasi dalam memilih. Pemasar membutuhkan strategi yang dapat menemukan kesamaan akan kebutuhan dan keinginan kelompok-kelompok konsumen yang spesifik sehingga perusahaan dapat menyediakan dan mengembangkan produk atau jasanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.