

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MENDAFTAR PROGRAM
STRATA 1 MELALUI PT. GILLAND
GANESHA
(STUDI KASUS *PLATFORM* EDUNITAS MAHASISWA STIE
GICI *BUSINESS SCHOOL* DEPOK)**

***THE INFLUENCE OF PRICE AND PROMOTION ON THE
DECISION TO REGISTER FOR THE BACHELOR
PROGRAM THROUGH PT. GILLAND
GANESHA
(CASE STUDY OF EDUNITAS PLATFORM OF STIE GICI
BUSINESS SCHOOL STUDENTS DEPOK)***

Oleh :
MUHAMAD AKSAL
61201021008749

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2025**

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MENDAFTAR PROGRAM
STRATA 1 MELALUI PT. GILLAND
GANESHA
(STUDI KASUS *PLATFORM* EDUNITAS MAHASISWA STIE
GICI *BUSINESS SCHOOL* DEPOK)**

***THE INFLUENCE OF PRICE AND PROMOTION ON THE
DECISION TO REGISTER FOR THE BACHELOR
PROGRAM THROUGH PT. GILLAND
GANESHA
(CASE STUDY OF EDUNITAS PLATFORM OF STIE GICI
BUSINESS SCHOOL STUDENTS DEPOK)***

Oleh :
MUHAMAD AKSAL
61201021008749

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada :
Tempat : Depok
Tanggal : 8 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Chairul Arif, SE, M.Si
NIDN : 0106129401

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NIDN : 0416076506

Mengetahui,
Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.
NIDN : 2017065701

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MENDAFTAR PROGRAM
STRATA 1 MELALUI PT. GILLAND
GANESHA
(STUDI KASUS *PLATFORM* EDUNITAS MAHASISWA STIE
GICI *BUSINESS SCHOOL* DEPOK)**

***THE INFLUENCE OF PRICE AND PROMOTION ON THE
DECISION TO REGISTER FOR THE BACHELOR
PROGRAM THROUGH PT. GILLAND
GANESHA
(CASE STUDY OF EDUNITAS PLATFORM OF STIE GICI
BUSINESS SCHOOL STUDENTS DEPOK)***

Oleh :
MUHAMAD AKSAL
61201021008749

SKRIPSI

Telah diujikan pada :

Tempat : Depok

Tanggal : 8 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Dr. Damaruci, S.Sos, MM
NUPTK : 4952749650130142

Gena Prasetya Noor, SH, MM
NIDN : 0414128805

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NIDN : 0416076506

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Aksal

NIM : 61201021008749

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Mendaftar Program Strata 1 Melalui PT. Gilland Ganesha (Studi Kasus Platform Edunitas Mahasiswa Stie Gici *Business School* Depok)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School*.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School*.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijasah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsenkuesi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk di copot gelar kesarjanaan saya dari STIE GICI *Business School* apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 8 Juli 2025

Muhamad Aksal
61201021008749

Nama : Muhamad Aksal
NIM : 61201021008749
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Mendaftar
Program Strata 1 Melalui PT. Gilland Ganesha (Studi Kasus
Platform Edunitas Mahasiswa Stie Gici *Business School* Depok)

ABSTRAK

Penurunan jumlah pendaftar mahasiswa baru di STIE GICI *Business School* Depok melalui *platform* Edunitas dalam tiga tahun terakhir menjadi perhatian serius dalam pengelolaan strategi pemasaran pendidikan. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi rendahnya minat calon mahasiswa adalah harga pendidikan yang dianggap tinggi serta promosi yang belum menjangkau target *audiens* secara efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan mendaftar pada program Strata 1 melalui PT. Gilland Ganesha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 71 responden yang merupakan mahasiswa STIE GICI *Business School* Depok. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 21, disertai uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar dengan nilai signifikansi $(0,027) < (0,05)$ dan nilai $t_{hitung} \text{ sebesar } (2,256) > t_{tabel} (1,995)$. Promosi juga berpengaruh signifikan secara parsial dengan nilai signifikansi $(0,000) < (0,05)$ dan nilai $t_{hitung} (4,767) > t_{tabel} (1,995)$. Secara simultan, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar dengan nilai $F_{hitung} (45,282) > F_{tabel} (3,13)$ dan signifikansi $(0,000) < (0,05)$. Adapun nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar $(0,559)$, yang menunjukkan bahwa 55,9% variasi keputusan mendaftar dipengaruhi oleh harga dan promosi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi dan Keputusan Mendaftar.

Name : Muhamad Aksal
NIM : 61201021008749
Thesis Title : *The Influence Of Price And Promotion On The Decision To Register For The Bachelor Program Through PT. Gilland Ganesha (Case Study Of Edunitas Platform Of STIE GICI Business School Students Depok)*

ABSTRACT

The decline in the number of new student registrations at STIE GICI Business School Depok through the Edunitas platform over the past three years has become a serious concern in the management of educational marketing strategies. One of the factors believed to influence the low interest of prospective students is the high cost of education and promotions that have not effectively reached the target audience. The purpose of this study is to determine the influence of price and promotion on the decision to enroll in the undergraduate program through PT. Gilland Ganesha. This study employs a quantitative approach using a survey method, with data collection conducted through the distribution of questionnaires to 71 respondents who are students at STIE GICI Business School Depok. Data analysis was performed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 21, accompanied by validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and hypothesis testing. The results of the study indicate that price has a significant partial effect on the decision to enroll, with a significance value $(0.027) < (0.05)$ and a t_{count} of $(2.256) > t_{count}$ (1.995) . Promotions also have a significant partial effect with a significance level of $(0.000) < (0.05)$ and a t_{count} of $(4.767) > t_{table}$ (1.995) . Simultaneously, price and promotion significantly influence the decision to register, with an F_{count} of $45.282 > F_{table}$ (3.13) and significance $(0.000) < (0.05)$. The coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.559, indicating that 55.9% of the variation in enrollment decisions is influenced by price and promotion, while the remainder is influenced by factors outside the scope of this study.

Keywords : Price, Promotion, and Enrollment Decisions.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas izin dan limpahan rahmat-Nya serta kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Mendaftar Program Strata 1 Melalui PT. Gilland Ganesha (Studi Kasus Platform Edunitas Mahasiswa Stie Gici Business School Depok)”**. Adapun proposal skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi di STIE GICI *Business School*.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin agar penyusunan proposal skripsi ini berhasil dengan sebaik-baiknya sehingga dapat diterima dan disetujui pada saat sidang seminar proposal skripsi.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan banyak terimakasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak Mildy Rifai, SE, selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School* ini dengan sangat baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School* yang telah mengelola kampus dengan sangat baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School* yang berusaha memajukan Jurusan Manajemen hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Gena Prasetya Noor, SH, MM selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School* Depok yang mengelolah kampus dengan sangat baik.
5. Bapak Chairul Arif, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun Skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School* khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar peneliti hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
7. Para Staf dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmi Ekonomi GICI *Business School* yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
8. Ayahanda (ALM) Oleh Juanda, Ibunda Tercinta Rukiah, Kakak penulis Erni Ariyanti, Hasan Ma'mur, Agus Hermawan, Kartika Amsari dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan Do'a, kasih sayang dan Dukungan dengan sepenuh hati kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan sangat baik.
9. Bapak Herman Susilo, SE, MM. yang penulis anggap seperti orang tua sendiri, karena sudah memberi saran, masukan dan bimbingan selama perkuliahan.

10. Sahabat penulis selama di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School* Depok : Muhammad Mustofa Aditya Sulilo, Suhardi, Fahriz Kaukibi, Sella Noveliana, Popi Sagitasari, Ali Syahbana, Lisa Dwi Rahmawati, Suhelmi Ramadhan, Aisyah Nur Fitriah, Berlin Putri Susilo, yang selalu menghibur, mendukung suka dan duka seperti keluarga.
11. Rekan-rekan Mahasiswa Angkatan 2021 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School* selama empat tahun dengan penuh suka cita.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberika doronga yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga Proposal ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam Jurusan Manajemen.

Depok, 8 Juli 2025
Penulis

Muhamad Aksal
61201021008749

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	1
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah.....	7
1.5. Maksud dan Tujuan Masalah.....	7
1.5.1. Maksud Penelitian	7
1.5.2. Tujuan Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.2. Tujuan Manajemen Pemasaran	10
2.1.3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	10
2.2. Harga	11
2.2.1. Pengertian Harga	11
2.2.2. Tujuan Penetapan Harga.....	12
2.2.3. Faktor Faktor Mempengaruhi Harga	13
2.2.4. Indikator Harga.....	17
2.3. Promosi	17
2.3.1. Pengertian Promosi.....	17
2.3.2. Tujuan Promosi.....	18
2.3.3. Indikator Promosi	19
2.4. Keputusan Pembelian	19
2.4.1. Pengertian keputusan Pembelian	19
2.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.4.3. Indikator Keputusan Pembelian	22

2.5. Penelitian Terdahulu	22
2.6. Kerangka Pemikiran	27
2.7. Pengajuan Hipotesis.....	27
2.7.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Mendaftar.	28
2.7.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mendaftar.....	28
2.7.3. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Mendaftar.	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.2. Jenis Penelitian.....	31
3.3. Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1. Populasi.....	33
3.3.2. Sampel.....	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5.1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	35
3.5.2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	36
3.6. Teknik Analisis Data	38
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	38
3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda	39
3.6.3. Uji Kualitas Data	40
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	42
3.6.5. Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Hasil Penelitian	47
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.2. Visi & Misi Perusahaan	47
4.1.3. Struktur Organisasi/Perusahaan	48
4.1.4. Karakteristik Responden	49
4.1.5. Tanggapan Responden.....	50
4.2. Hasil Uji Kualitas Data	55
4.2.1. Uji Validitas	55
4.2.2. Uji Reliabilitas	57
4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	58
4.3.1. Uji Normalitas	59
4.3.2. Uji Heteroskedastisitas	60
4.3.3. Uji Multikolinearitas	62
4.4. Hasil Uji Hipotesis.....	63
4.4.1. Persamaan Regresi Linier Berganda	63
4.4.2. Hasil Uji T (Parsial).....	64
4.4.3. Uji F (Simultan).....	65

4.4.4. Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.4.5. Pengaruh Dominan	66
4.5. Pembahasan.....	67
4.5.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Mendaftar	67
4.5.2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Mendaftar	68
4.5.3. Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Mendaftar	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Perbandingan Harga Pendaftaran	3
Tabel 1. 2. Jumlah Pendaftar Mahasiswa/i Tahun 2022 - 2024	5
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1. Tabel Jadwal Pelaksanaan Penelitian	31
Tabel 3. 2. Tabel Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 3. Angka Penafsiran	39
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden	49
Tabel 4. 2. Tanggapan Responden Variabel Harga.....	51
Tabel 4. 3. Tanggapan Responden Variabel Promosi	52
Tabel 4. 4. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Mendaftar	54
Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	56
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	56
Tabel 4. 7. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Mendaftar	57
Tabel 4. 8. Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4. 9. Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Glejer.....	62
Tabel 4. 11. Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4. 12. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4. 13. Hasil Uji T (Uji Parsial).....	64
Tabel 4. 14. Hasil Uji F (Simultan)	65
Tabel 4. 15. Hasil Koefisien Determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Gambar Diagram Pendaftaran Mahasiswa/i	5
Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran Penelitian	27
Gambar 4. 1. Struktur Organisasi PT. Gilland Ganesha	48
Gambar 4. 2. Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4. 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penelitian	76
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	77
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	81
Lampiran 4. Hasil Output Olah Data SPSS.....	82
Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....	89
Lampiran 6. Riwayat Hidup.....	90
Lampiran 7. Tabel T dan Tabel F.....	91
Lampiran 8. Hasil Plagiatisme.....	93