



**PERBANDINGAN EFEKTIFITAS STRATEGI MARKETING UNIVERSITAS
PRESIDENT UNTUK Mendapatkan MAHASISWA BARU**
(Study kuantitatif terhadap strategi marketing Universitas President)

UNDERGRADUATE THESIS

**Submitted as one of the requirements to obtain
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

By:

FAJAR YOGA SWARA

009201705040

**FACULTY OF OF HUMANIORA
COMMUNICATION STUDY PROGRAM**

CIKARANG

JUNE , 2023

thesis fajar rev 2

ORIGINALITY REPORT

13%	11%	6%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
2	repository.ummat.ac.id Internet Source	1%
3	journals.ums.ac.id Internet Source	1%
4	agustyana.wordpress.com Internet Source	<1%
5	Aprizan Aprizan, Subhanadri Subhanadri, Nurlev Avana. "Pengaruh Pembelajaran Daring terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa PGSD STKIP Muhammadiyah Muara Bungo", Jurnal Basicedu, 2021 Publication	<1%
6	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
7	repository.itb-ad.ac.id Internet Source	<1%

Stats

Average Perplexity Score: 1893.887

A document's perplexity is a measurement of the randomness of the text

Burstiness Score: 5164.660

A document's burstiness is a measurement of the variation in perplexity

Your sentence with the highest perplexity, "*Advisor*", has a perplexity of: 36723

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan efektivitas pemasaran antara strategi marketing offline dan strategi marketing online yang dilakukan Universitas President untuk mendapatkan Mahasiswa baru, sekaligus untuk membandingkan strategi marketing mana yang paling efektif dalam mendapatkan mahasiswa baru. Permasalahan dari penelitian ini yaitu apakah terdapat perbedaan Efektivitas pemasaran antara Strategi Marketing offline dan strategi marketing online yang dilakukan Universitas President untuk mendapatkan Mahasiswa baru. Hipotesis penelitian ini apakah terdapat perbedaan efektivitas marketing antara strategi marketing offline dan strategi marketing online yang dilakukan Universitas President. Peneliti menggunakan populasi dari mahasiswa pada batch 2019 sampai batch 2022 di Universitas President. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 134 responden. Untuk penelitian ini, peneliti memakai metode purposive sampling, purposive sampling tercantum dalam teknik-teknik Non-Probability Sampling yang maksudnya sampel diambil dengan ada maksud serta tujuan tertentu. Peneliti mendapatkan hasil dari kedua hipotesis ini yang mana tidak lolos maka bisa ditarik kesimpulan jika ternyata strategi marketing offline dan strategi marketing online Universitas President tidak terdapat perbedaan. Hal tersebut semakin diperkuat dengan adanya hasil uji paired sample t-test yang menghasilkan nilai 0,345 yang dimana menunjukkan angka ($>$) 0,05, artinya kedua variabel ini tidak terdapat perbedaan antara satu sama lainnya.

Kata kunci: strategi marketing, efektivitas pemasaran

DAFTAR ISI

PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah	1
Rumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian	6
Kegunaan Penelitian.....	6
Hipotesis	6
BAB 1.....	7
PERSPEKTIF TEORETIK	7
1.1 Konsep Efektifitas.....	7
1.1.1 Efektifitas	7
1.1.2 Efektifitas Pemasaran.....	8
1.1.3 Ukuran Efektifitas	8
1.1.4 Indikator Efektifitas	9
1.2 Strategi Marketing	10
1.2.1 Definisi Strategi Marketing	10
1.2.2 Jenis-jenis strategi marketing	11
1.2.3 Komponen Strategi Marketing	12
1.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi marketing.....	13
1.2.5 Dimensi strategi marketing	14
1.2.6 Indikator Strategi Marketing	15
1.3 Strategi Marketing Online dan Offline	16
1.3.1 Strategi Marketing Online	16
1.3.2 Strategi Marketing Offline	16
1.4 Universitas President.....	17
1.5 Dinamika Efektifitas Strategi Marketing	19
1.6 Penelitian terdahulu.....	20

BAB 2.....	23
METODE	23
2.1 Pendekatan Penelitian	23
2.2 Paradigma Penelitian.....	23
2.3 Kerangka Konsep.....	24
2.4 Independent Variabel	24
2.4.1 Definisi Teori.....	24
2.5 Definisi Oprasional	25
2.6 Unit Analisis.....	26
2.6.1 Populasi	26
2.6.2 Sample.....	26
2.6.3 Teknik sampling	26
2.7 Instrumen penelitian.....	27
2.8 Instrument <i>Blue-Print</i>	28
2.9 Analisis statistik.....	31
2.9.1 Uji Validitas.....	31
2.9.2 Uji Reliabilitas.....	31
2.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
BAB 3.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
3.1 Data Responden.....	34
3.2 Uji Validitas.....	35
3.3 Uji Reliabilitas	37
3.4 Uji Normalitas	38
3.5 Uji Homogenitas	39
3.6 Uji Paired Sampel t-test.....	40
3.7 Pembahasan	41

BAB 4.....	46
KESIMPULAN DAN SARAN	46
4.1 Kesimpulan	46
4.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	53