



**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**

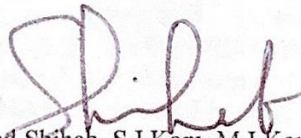
**CIKARANG**

**JUNE , 2023**

## PANEL OF EXAMINER APPROVAL

The Panel of Examiners declare that the undergraduate thesis entitled “**PERBANDINGAN EFEKTIFITAS STRATEGI MARKETING UNIVERSITAS PRESIDENT UNTUK MENDAPATKAN MAHASISWA BARU**” that was submitted by Fajar Yoga Swara majoring in Commnuication from the Humaniora was assessed and approved to have passed the Oral Examination on **15 June 2023**

### Panel of Examiner



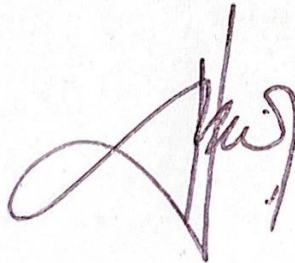
(Mohammad Shihab, S.I.Kom, M.I.Kom.)

**Chair of Panel Examiner**



(Grace Amin, S.Psi., M.Psi., Psikolog)

**Examiner I**



(Haris Herdiansyah, S.Psi., M.Si)

**Advisor**

### STATEMENT OF ORIGINALITY

In my capacity as an active student of President University and as the author of the undergraduate thesis/final project/business plan (underline that applies) stated below:

Name : Fajar Yoga Swara  
Student ID number : 009201705040  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Faculty : Humaniora

I hereby declare that my undergraduate thesis/final project/business plan entitled **“PERBANDINGAN EFEKTIFITAS STRATEGI MARKETING UNIVERSITAS PRESIDENT UNTUK MENDAPATKAN MAHASISWA BARU”** is, to the best of my knowledge and belief, an original piece of work based on sound academic principles. If there is any plagiarism, including but not limited to Artificial Intelligence plagiarism, is detected in this undergraduate thesis/final project/business plan, I am willing to be personally responsible for the consequences of these acts of plagiarism, and accept the sanctions against these acts in accordance with the rules and policies of President University.

I also declare that this work, either in whole or in part, has not been submitted to another university to obtain a degree.

Cikarang, 15 June 2023



( Fajar Yoga Swara )

## SCIENTIFIC PUBLICATION APPROVAL FOR ACADEMIC INTEREST

As a student of the President University, I, the undersigned:

Name : Fajar Yoga Swara

Student ID number : 009201705040

Study program : Ilmu Komunikasi

for the purpose of development of science and technology, certify, and approve to give President University a non-exclusive royalty-free right upon my final report with the title:

**“PERBANDINGAN EFEKTIFITAS STRATEGI MARKETING UNIVERSITAS PRESIDENT UNTUK MENDAPATKAN MAHASISWA BARU”**

With this non-exclusive royalty-free right, President University is entitled to converse, to convert, to manage in a database, to maintain, and to publish my final report. There are to be done with the obligation from President University to mention my name as the copyright owner of my final report.

This statement I made in truth.

Cikarang, 15 June 2023



( Fajar Yoga Swara )



### ADVISOR'S APPROVAL FOR PUBLICATION

As a lecturer of the President University, I, the undersigned:

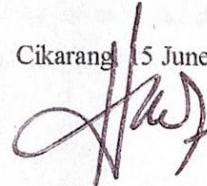
Advisor's Name : Haris Herdiansyah, S.Psi., M.Si  
NIDN : 0328028001  
Study program : Ilmu Komunnikasi  
Faculty : Humaniora

declare that following thesis:

Title of undergraduate thesis : PERBANDINGAN EFEKTIFITAS STRATEGI  
MARKETING UNIVERSITAS PRESIDENT UNTUK  
MENDAPATKAN MAHASISWA BARU  
Undergraduate Thesis author : Fajar Yoga Swara  
Student ID number : 009201705040

will be published in **journal / institution's repository / proceeding / unpublish**

Cikarang, 15 June 2023



( Haris Herdiansyah, S.Psi., M.Si )

## PERNYATAAN PENULISAN

Skripsi ini adalah karya saya sendiri yang mengandung, sejauh pengetahuan dan keyakinan saya, tidak ada bahan yang diterbitkan atau ditulis oleh orang lain kecuali bagian-bagian tertentu yang disebutkan sumber-sumbernya. Tidak ada bahan yang disusun sebagai bagian dari skripsi ini telah diterima untuk gelar sarjana atau diploma lembaga lain.

Tertanda:



Tanggal: 25 Mei 2023

Sebagai pembimbing FAJAR YOGA SWARA, saya mengkonfirmasi bahwa penyusunan skripsi ini, sejauh pengetahuan saya, telah dilakukan oleh mahasiswa yang disebutkan diatas, dan layak untuk mengikuti ujian pada tahap selanjutnya.



Tertanda:

Tanggal: 25 Mei 2023

Nama Pembimbing: Haris Herdiansyah, S.Psi., M.Si

## thesis fajar rev 2

### ORIGINALITY REPORT

<b>13%</b>	<b>11%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

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

## 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*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala limpahan kasih, karunia, dan kehendak-Nya sehingga Tugas Akhir Skripsi ini dapat selesai. Saya juga mengucapkan terima kasih yang tulus kepada orang-orang luar biasa yang telah memberikan dukungan dan ambil andil dalam proses pengerjaan skripsi ini.

1. Kepada pembimbing skripsi saya Mr. Haris Herdiansyah, S.Psi., M.Si. yang selalu membantu saya dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih sir, atas waktu dan ilmunya. Terima kasih karena telah membimbing saya hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepala Prodi Komunikasi Mr. M Raudy Gathmyr, S.Sos., M.Si. dan Kepada seluruh dosen yang telah memberikan waktu dan ilmunya kepada saya melalui mata kuliah-mata kuliah yang saya ambil dari semester 1 hingga semester akhir ini.
3. Kepada Ibu saya dan Ayah saya tercinta yang telah banyak berkorban demi Keberhasilan dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, dan yang turut andil membantu dan memberikan support kepada saya ketika mengerjakan skripsi ini. Tanpa adanya dukungan dari Ibu dan Ayah skripsi ini mungkin tidak akan pernah selesai, saya merasa sangat bersyukur bisa ada ditengah keluarga yang sangat supportif.
4. Kepada Risna Az-Zahra sebagai partner spesial saya, terimakasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, yang menemani meluangkan waktunya, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan dan memberi semangat untuk terus maju dan maju tanpa kenal kata menyerah dalam degala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya.
5. Kepada semua teman-teman seperjuangan saya yang sudah banyak memberikan informasi terkait skripsi. Semoga kita semua bisa lulus bersama di tahun 2023 ini.
6. Seluruh keluarga tersayang yang senantiasa mendo'akan dan memberikan semangat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Kepada seluruh responden yang sudah memberikan waktunya untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini dengan cara mengisi skala penelitian yang saya sebar. Saya mengucapkan banyak-banyak terima kasihh atas bantuan para responden semua. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan Tugas Akhir maupun dalam penyusunan Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



Bekasi, Mei 2022

Penulis,

A handwritten signature in dark ink, consisting of a large, stylized initial 'F' followed by several loops and a horizontal line.

Fajar Yoga Swara

00920705040

## 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