

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Hipotesa Penelitian.....	7
G. Metode Penelitian	
1. Metode pengumpulan data.....	8
2. Data yang diperlukan.....	9
3. Metode pengambilan sampel.....	9
4. Metode analisa.....	10

BAB II. LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

1. Definisi pemasaran..... 14
2. Manajemen pemasaran..... 15
3. Konsep pemasaran..... 16

B. Perilaku Konsumen

1. Pengertian perilaku konsumen..... 17
2. Proses keputusan konsumen..... 18

C. Teori-teori Perilaku Konsumen

1. Teori ekonomi mikro..... 21
2. Teori psikologi..... 21
3. Teori sosiologi..... 23
4. Teori antropologi..... 23

D. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen

1. Budaya..... 23
2. Kelas sosial..... 24
3. Kelompok referensi..... 24
4. Keluarga..... 25

E. faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen

1. Motivasi..... 25
2. Persepsi..... 26
3. Belajar..... 28
4. Konsep diri..... 28

5. Sikap.....	29
F. Faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen	
1. Usia.....	31
2. Keadaan ekonomi.....	31
3. Gaya hidup.....	32
4. Pekerjaan.....	32
G. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran perusahaan	
1. Strategi segmentasi pasar.....	32
2. Pengembangan produk.....	33
3. Strategi pengembangan harga.....	34
4. Strategi pengembangan promosi.....	34
5. Strategi pengembangan saluran distribusi.....	35
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah El Rahma secara umum.....	36
B. Arti El Rahma.....	41
C. Tujuan El Rahma.....	41
D. Sejarah El Rahma cabang Yogyakarta I.....	41
E. Informasi program pelatihan.....	42
F. Informasi untuk program bahasa.....	48
G. Pendidikan Multiprofesi 1 tahun.....	49
H. Struktur organisasi El Rahma.....	50
I. Daftar nama mahasiswa Program Pendidikan Multiprofesi 1 tahun	
2000/20001.....	54

I. Daftar nama mahasiswa Program Pendidikan Multiprofesi 1 tahun 2000/20001.....	54
---	----

BAB IV. ANALISA DATA

A. Analisa deskriptif

1. Karakteristik responden.....	67
2. Analisa indek sikap.....	70

B. Analisa verifikatif

1. Metode Kai Kuadrat.....	76
a. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar jenis kelamin terhadap atribut kualitas pendidikan.....	76
b. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar jenis kelamin terhadap atribut biaya pendidikan.....	79
c. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar jenis kelamin terhadap atribut kualitas lokasi.....	82
d. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar jenis kelamin terhadap atribut kualitas promosi.....	85
e. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar usia terhadap atribut kualitas pendidikan.....	88
f. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar usia terhadap atribut biaya pendidikan.....	91
g. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar usia terhadap atribut kualitas lokasi.....	94

h. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar usia terhadap atribut kualitas promosi.....	97
i. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar tingkat penghasilan orang tua terhadap atribut kualitas pendidikan....	100
j. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar tingkat penghasilan orang tua terhadap atribut biaya pendidikan.....	104
k. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar tingkat penghasilan orang tua terhadap atribut kualitas lokasi.....	108
l. Analisa perbedaan penilaian konsumen berdasar tingkat penghasilan orang tua terhadap atribut kualitas promosi.....	111
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran.....	118
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

3.1	Perkembangan siswa Program Pendidikan Multiprofesi 1 tahun.....	50
3.2	Diagram perkembangan siswa PPMI 1 Tahun (1996-2000).....	50
3.3	Struktur organisasi Lembaga Pendidikan El Rahma.....	53
4.1	Klasifikasi responden berdasar jenis kelamin.....	67
4.2	Klasifikasi responden berdasar usia.....	68
4.3	Klasifikasi responden berdasar penghasilan orang tua.....	69
4.4	Bobot tingkat kepercayaan responden terhadap atribut Lembaga Pendidikan El Rahma.....	71
4.5	Tingkat kepercayaan responden terhadap atribut Lembaga Pendidikan El Rahma.....	72
4.6	Bobot penilaian terhadap atribut Lembaga Pendidikan El Rahma.....	73
4.7	Tingkat penilaian responden terhadap atribut Lembaga Pendidikan El Rahma.....	74
4.8	Indek sikap konsumen terhadap El Rahma.....	74
4.9	Pengaruh jenis kelamin terhadap kualitas pendidikan.....	77
4.10	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan jenis kelamin terhadap kualitas pendidikan.....	78
4.11	Pengaruh jenis kelamin terhadap biaya pendidikan.....	80
4.12	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan jenis kelamin terhadap biaya pendidikan.....	81
4.13	Pengaruh jenis kelamin terhadap kualitas lokasi.....	82

4.14	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan jenis kelamin terhadap kualitas lokasi.....	84
4.15	Pengaruh jenis kelamin terhadap kualitas promosi.....	85
4.16	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan jenis kelamin terhadap kualitas promosi.....	87
4.17	Pengaruh usia terhadap kualitas pendidikan.....	88
4.18	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan usia terhadap kualitas pendidikan.....	90
4.19	Pengaruh usia terhadap biaya pendidikan.....	91
4.20	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan usia terhadap biaya pendidikan.....	93
4.21	Pengaruh usia terhadap kualitas lokasi.....	94
4.22	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan usia terhadap kualitas lokasi.....	96
4.23	Pengaruh usia terhadap kualitas promosi.....	97
4.24	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan usia terhadap kualitas promosi.....	99
4.25	Pengaruh tingkat penghasilan orang tua terhadap kualitas pendidikan.....	100
4.26	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan tingkat penghasilan orang tua terhadap kualitas pendidikan	102
4.27	Pengaruh tingkat penghasilan orang tua terhadap biaya pendidikan.....	104
4.28	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan tingkat penghasilan orang tua terhadap biaya pendidikan.....	106
4.29	Pengaruh tingkat penghasilan orang tua terhadap kualitas lokasi.....	108

4.30	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan tingkat penghasilan orang tua terhadap kualitas lokasi.....	110
4.31	Pengaruh tingkat penghasilan orang tua terhadap kualitas promosi.....	112
4.32	Hasil perhitungan kai kuadrat hubungan tingkat penghasilan orang tua terhadap kualitas promosi.....	114



DAFTAR GAMBAR

4.1	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas pendidikan.....	79
4.2	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap biaya pendidikan.....	82
4.3	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas lokasi.....	85
4.4	Daerah penerimaan dan penolakan penilain konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas promosi.....	88
4.5	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas pendidikan.....	91
4.6	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap biaya pendidikan.....	94
4.7	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas lokasi.....	97
4.8	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas promosi.....	100
4.9	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar penghasilan orang tua terhadap kualitas pendidikan.....	103
4.10	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar penghasilan orang tua terhadap biaya pendidikan.....	107

- 4.11 Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar penghasilan orang tua terhadap kualitas lokasi.....111
- 4.12 Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar penghasilan orang tua terhadap kualitas promosi.115

