

SEMINAR NASIONAL FISIP UNILA 2011

ISBN 978-979-95174-9-

**PROSIDING :  
MEMBANGUN ETIKA SOSIAL POLITIK  
MENUJU MASYARAKAT YANG BERKEADILAN**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG  
(SEFILA) II. "MEMBANGUN ETIKA SOSIAL POLITIK MENUJU  
MASYARAKAT YANG BERKEADILAN"**

**Reviewer**

*Prof. Karomani*  
*Prof Bagong Suyanto*  
*Prof Yulianto*  
*Dr. Sindung Haryanto*  
*Dr. Abdul Firman Ashaf*  
*Dr. Bartoven Vivit Nurdin*  
*Dr. Tina Kartika*  
*Dr. Feni Rosalia*

**Tim Editor**

*Andri Marta, M.I.P*  
*Izul Fatcu Reza, M.P.A*  
*Selvi Diana Melinda, M.P.A*

ISBN: 978-979-95174-9-4

Penerbit

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Lampung**

Jl. Soemantri Brojonegoro No.1, Gedong Meneng, Bandar  
Lampung. 35145

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, dan puji syukur kami ucapkan kehadiran Tuhan Yang Mahakuasa, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penyusun dapat menyelesaikan *Prosiding* ini dalam rangka kegiatan seminar nasional FISIP Unila ke-2 (SEFILA 2) dengan tema ” **Membangun Etika Sosial Politik Menuju Masyarakat Yang Berkeadilan**”..

Tanpa ridho dan kasih sayang .serta petunjuk dari -Nya mustahil *Prosiding* ini dapat terselesaikan. Serta tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada pihak - pihak yang telah yang membantu baik dalam bentuk materil maupun non materil. Besar harapan kami bahwa *Prosiding* ini bermanfaat dan dapat digunakan mahasiswa dosen ataupun lapisan masyarakat lainnya.

Akhirnya,kami menyadari bahwa *Prosiding* ini masih jauh dari kesempurnaan, dan terdapat banyak kekurangan pada laporan, akan tetapi sedikit harapan semoga tugas yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua yang membacanya. Kebenaran dan kesempurnaan hanya Allah lah yang punya dan Mahakuasa.

Bandar Lampung, Oktober 2017

Penyusun

## DAFTAR ISI

|   |       |
|---|-------|
| PENERAPAN <i>BALANCED SCORECARD</i> DALAM PENGUKURAN KINERJA PELAYANAN PENGANGKUTAN SAMPAH DI KOTA BATAM Rahmat Hidayat <sup>1</sup><br>Jessica Elisabet Samosir <sup>1</sup>                                   | 1-10  |
| MENEMUKAN POLA KOMUNIKASI PADA METODE MENGAJAR PARA PENGAJAR MUDA PADA PROGRAM INDONESIA MENGAJAR Nyimas Rina Desti Arifin , Tina Kartika ' Mohammad Isa Gautama  | 11-22 |
| PENGARUH <i>CELEBRITY ENDORSEMENT</i> TERHADAP BRAND IMAGE PADA KONSUMEN REMAJA DI BANDAR LAMPUNG DAN IMPILKASINYA TERHADAP HARGA<br>Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan.....                                      | 23-32 |
| BUDAYA POLITIK ORGANISASI PEMERINTAH<br>Feni Rosalia .....  | 33-38 |
| ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTU JOB STRESS TERHADAP KINERJA PEGAWAI (Studi Kasus Pegawai Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Bandar Lampung)<br>AstiRahweni <sup>1</sup> Yulianto" Dewie Brima Atika | 39-46 |
| PSEUDO DEMOKRASI DALAM IMPLEMENTASI PROGRAM GERAKAN SERENTAK MEMBANGUN KAMPUNG (GSMK)<br><sup>1 2.</sup><br>Selvi Diana Meilinda , Yulianto   | 47-55 |
| ANALISIS PENERAPAN PRINSIP <i>GOOD CORPORATE GOVERNANCE</i> TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI POLITEKNIK NEGERI BATAM Shinta Wahyu Hati Awik Arumrasmy  | 56-76 |
| KOLABORATIF PENGELOLAAN PARIWISATA TELUK KILUAN (Collaborative Management Of The Teluk Kiluan Tourism)<br>Novita TresianaMan Noverman Duadji' .....   | 77-84 |
| PENINGKATAN POTENSI DAERAH MELALUI INOVASI TECHNOPARK DI PROVINSI LAMPUNG<br>Intan Fitri Meutia , Agustina Pratiwi  | 85-95 |

|   |         |
|---|---------|
| ANALISIS BERITA DONALD TRUMP DALAM KAMPAYE RASISME DI CNN INDONESIA PERIODE OKTOBER 2016-FEBRUARI 2017 (Model Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman)<br>Muhammad Hafiz Wiratama . Henny Dewi Laras Ati <sup>2</sup> .....  | 206-217 |
| PERSEPSI PERILAKU ETIS ONLINE RETAIL PADA KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN NIAT PEMBELIAN ONLINE<br>Yuniarti Fihartini .....  | 218-229 |
| URGENSI ETIKA DALAM KOMUNIKASI POLITIK<br>Andy Corry Wardhani.....  | 230-235 |
| PENGEMBANGAN MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR UNTUK PENGENTASAN KEMISKINAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL MELALUI KEBIJAKAN KERJASAMA ANTAR DAERAH DALAM RANGKA OPTIMALISASI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA BAHARI TELUK KILUAN<br>Dian Kagungan .....   | 236-248 |
| KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i> PARTAI NASIONAL DEMOKRAT (NASDEM) MELALUISOSIALISASI<br><br>PROGRAM KAMPUNG<br><i>ENTERPRENEUR CREATIVE</i> (KECE) UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN EKONOMI (Studi Pada Calon Gubernur Lampung Mustafa)<br>Rosy Febriani Daud <sup>1</sup> , Deddy Aprilani <sup>2</sup> ..... | 249-262 |
| KEBIJAKAN MIGRASI TENAGA KERJA PADA ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) DI PROVINSI LAMPUNG Dwi Wahyu Handayani, Fahmi Tarumanegara, " Gita Paramita Djausal .....   | 263-275 |
| PRESPEKTIF <i>CIVIL SOCIETY</i> DAN PENYELENGGARA PEMILU TERKAIT POLITIK UANG PADA PEMILU LEGISLATIF 2014 (STUDI KASUS DI KABUPATEN LAMPUNG UTARA)<br>Himawan Indraj at.....  | 276-287 |
| PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP <i>VIRTUAL STORE</i> DAN <i>BRICK AND MORTAR STORE</i> SERTA PENGARUHNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI BANDAR LAMPUNG<br>Roslina .....   | 288-297 |
| PERSEPSI MAHASISWA ATAS TERPAAN ISU POLITIK TERHADAP CITRA CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL PRESIDEN PADA PEMILU 2014 (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung Angkatan 2013)<br>Aprika Rahayu', Toni Wijaya <sup>2</sup> .....  | 298-311 |

FUNDAMENTALISME DAN DISINTEGRASI BANGSA:  
BERKORELASIKAH?

Bangun Suharti..... 312-320

*CIVIL SOCIETY* DALAM PROGRAM SEKOLAH RAMAH ANAK (SRA) UNTUK  
MENDUKUNG KEBIJAKAN KABUPATEN LAYAK ANAK (KLA)

Rahayu Sulistiowati<sup>1</sup>, Dewie Brima Atika<sup>2</sup>, Ita Prihantika<sup>1</sup>, Selvi Diana Melinda<sup>1</sup> ..... 321-331

PELAYANAN AKTA KELAHIRAN PADA DINAS KEPENDUDUKAN DAN  
PENCATATAN SIPIL KABUPATEN LAMPUNG TENGAH SEBAGAI BENTUK KINERJA  
YANG MENCERMINKAN ETIKA PUBLIK

Devi Yullianti ..... 332-345

PENGARUH IKLAN MEDIA CETAK DAN ONLINE TERHADAP MINAT MEMILIH  
PERGURUAN TINGGI IBI DARMAJAYA. (Studi pada Siswa/i Kelas XII SMA Sederajat di  
Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur, Lampung)

M. Bahrul Ulum<sup>1</sup>, **Faila Shofa<sup>2</sup>** ..... 346-357

KARAKTERISTIK RUMAH TANGGA MISKIN PENERIMA RASKIN DI KOTA METRO  
LAMPUNG

Ahmad Rifa'I<sup>1</sup>, Ferry Triadmojo<sup>2</sup> ..... 358-370

## ABSTRAK

### **PENGARUH IKLAN MEDIA CETAK DAN ONLINE TERHADAP MINAT MEMILIH PERGURUAN TINGGI IBI DARMAJAYA (Studi pada Siswa/i Kelas XII SMA Sederajat Di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur, Lampung)**

Oleh :

**M. Bahrul Ulum<sup>1)</sup>, Faila Shofa<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNILA

*Email:* [bahrulmuhammad@hotmail.com](mailto:bahrulmuhammad@hotmail.com)

<sup>2)</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNILA

*Email:* [shofafaila@gmail.com](mailto:shofafaila@gmail.com)

Permasalahan penelitian apakah iklan media cetak dan online berpengaruh positif signifikan terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i SMA sederajat. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel iklan media cetak dan online terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya.

Penelitian ini deskriptif kuantitatif. Sampel adalah siswa/i kelas XII SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur, sebanyak 100 responden, metode *non probability sampling* teknik *purposive sampling*. Data kuesioner telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Uji hipotesis parsial menggunakan uji t, secara simultan menggunakan uji F.

Hasil penelitian ditemukan variabel iklan media cetak dan online berpengaruh positif signifikan terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya. Pengaruh dominannya Iklan Media Online ( $\beta = 0.493$ ), selanjutnya Iklan Media Cetak ( $\beta = 0.335$ ) yang memberikan kontribusi dalam mempengaruhi Minat Memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya sebesar 65,1%.

**Kata kunci : Iklan Media Cetak, Iklan Online, Minat Memilih.**

## I. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di sektor jasa pendidikan di kalangan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dalam menarik minat calon mahasiswa semakin lama semakin berat dan kompetitif. Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap PTS untuk mampu menghadapi persaingan bisnis dengan menerapkan strategi yang tepat, salah satunya pada aspek komunikasi dan bauran pemasaran. Keberadaan Perguruan Tinggi Swasta sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan yang masuk dalam karakteristik jasa murni di Indonesia saat ini terutama di kota besar sangatlah banyak dan beragam. Di kota Bandar Lampung Provinsi Lampung, jumlah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang aktif dan terdaftar di Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) sangatlah beragam dari berbagai jenis tingkatan, baik dari universitas, institut, sekolah tinggi dan akademi yang kesemuanya bersaing dalam memperebutkan minat calon mahasiswanya, terutama yang ada di Provinsi Lampung. Data yang diperoleh dari Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) menunjukkan jumlah dan status

keaktifan Perguruan tinggi Swasta (PTS) yang ada di Bandarlampung adalah sebagai berikut :

Tabel 1 dapat dilihat jumlah PTS di Bandarlampung yang aktif dan terdaftar pada Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) sangatlah beragam, ada beberapa kampus yang memiliki tingkat rasio perbandingan jumlah dosen tetap dan

**TABEL 1. STATUS KEAKTIFAN PERGURUAN TINGGI SWASTA DI BANDAR LAMPUNG TAHUN 2017**

| No. | Kode PT | Nama PT  | Kategori | Status | Jml Dosen Tetap | Jml Mhs | Rasio Dosen Tetap/Jumlah Mahasiswa |
|-----|---------|--|----------|--------|-----------------|---------|------------------------------------|
| 1   | 21002   | Universitas Muhammadiyah Lampung                     | Swasta   | Aktif  | 47              | 1.365   | 1:29                               |
| 2   | 21003   | Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai                     | Swasta   | Aktif  | 92              | 2.354   | 01:25.6                            |
| 3   | 21009   | Universitas Malahayati                               | Swasta   | Aktif  | 289             | 5.185   | 01:17.9                            |
| 4   | 21012   | Universitas Bandar Lampung                           | Swasta   | Aktif  | 177             | 5.345   | 01:30.2                            |
| 5   | 21014   | Universitas Tulang Bawang                            | Swasta   | Aktif  | 57              | 1.209   | 01:21.2                            |
| 6   | 22001   | Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya            | Swasta   | Aktif  | 123             | 5.214   | 01:42.4                            |
| 7   | 23003   | Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Surya Dharma           | Swasta   | Aktif  | 13              | 95      | 01:07.3                            |
| 8   | 23013   | STKIP PGRI Bandar Lampung                            | Swasta   | Aktif  | 103             | 2.662   | 01:25.8                            |
| 9   | 23022   | Sekolah Tinggi Perkebunan Lampung                    | Swasta   | Aktif  | 8               | 161     | 01:20.1                            |
| 10  | 23026   | Sekolah Tinggi Teknologi Nusantara Lampung           | Swasta   | Aktif  | 32              | 1.19    | 01:37.2                            |
| 11  | 23036   | STMIK Tunas Bangsa                                   | Swasta   | Aktif  | 23              | 129     | 01:05.6                            |
| 12  | 23039   | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Prasetya Mandiri Lampung | Swasta   | Aktif  | 21              | 418     | 01:19.9                            |
| 13  | 23046   | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satu Nusa                | Swasta   | Aktif  | 33              | 152     | 01:04.6                            |
| 14  | 23049   | Sekolah Tinggi Bahasa Asing Teknokrat                | Swasta   | Aktif  | 16              | 45      | 01:02.8                            |
| 15  | 23073   | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mitra Lampung            | Swasta   | Aktif  | 30              | 647     | 01:21.6                            |
| 16  | 23075   | STMIK Mitra Lampung                                  | Swasta   | Aktif  | 25              | 560     | 01:22.4                            |
| 17  | 23076   | Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Mitra Lampung          | Swasta   | Aktif  | 53              | 1.213   | 01:22.9                            |
| 18  | 23086   | STMIK Teknokrat                                      | Swasta   | Aktif  | 101             | 3.385   | 01:33.5                            |
| 19  | 23100   | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentiaras                | Swasta   | Aktif  | 18              | 478     | 01:26.6                            |
| 20  | 23119   | STKIP Al Islam Tunas Bangsa                          | Swasta   | Aktif  | 71              | 317     | 01:15.1                            |
| 21  | 24012   | AMIK Mitra Lampung                                   | Swasta   | Aktif  | 18              | 87      | 01:04.8                            |
| 22  | 24017   | Akademi Bahasa Asing DCC Lampung                     | Swasta   | Aktif  | 9               | 37      | 01:04.1                            |
| 23  | 24029   | Akademi Akuntansi Dan Manajemen Mitra Lampung        | Swasta   | Aktif  | 22              | 72      | 01:03.3                            |
| 24  | 24033   | AMIK Dian Cipta Cendikia                             | Swasta   | Aktif  | 53              | 1.418   | 01:26.8                            |
| 25  | 24039   | AMIK Teknokrat                                       | Swasta   | Aktif  | 48              | 593     | 01:12.4                            |
| 26  | 24083   | Akademi Perpajakan Tridarma                          | Swasta   | Aktif  | 7               | 88      | 01:12.6                            |
| 27  | 24089   | Akademi Kebidanan Panca Bhakti                       | Swasta   | Aktif  | 11              | 116     | 01:10.5                            |
| 28  | 24090   | ARTEK Radiodagnostik & Radioterapi Patriot Bangsa    | Swasta   | Aktif  | 16              | 156     | 01:09.8                            |
| 29  | 24098   | Akademi Keperawatan Malahayati Bandar Lampung        | Swasta   | Aktif  | 6               | 75      | 01:12.5                            |
| 30  | 24099   | Akademi Keperawatan Baitul Hikmah                    | Swasta   | Aktif  | 12              | 271     | 01:22.6                            |
| 31  | 24100   | Akademi Keperawatan Panca Bhakti                     | Swasta   | Aktif  | 8               | 342     | 01:42.8                            |
| 32  | 24102   | Akademi Keperawatan Bunda Delima                     | Swasta   | Aktif  | 11              | 286     | 1:26                               |
| 33  | 24104   | Akademi Kebidanan Adila                              | Swasta   | Aktif  | 16              | 112     | 1:07                               |
| 34  | 24129   | Akademi Kebidanan Nadira                             | Swasta   | Aktif  | 6               | 68      | 01:11.3                            |
| 35  | 24137   | AKAFARMA Putra Indonesia Lampung                     | Swasta   | Aktif  | 10              | 229     | 01:22.9                            |
| 36  | 213318  | STIT Dauli Fatah Bandar Lampung                      | Swasta   | Aktif  | 7               | 190     | 01:27.1                            |
| 37  | 293005  | Sekolah Tinggi Ilmu Agama Buddha Jinarakkhita        | Swasta   | Aktif  | 7               | 48      | 01:06.9                            |

Sumber : <http://forlap.dikti.go.id/perguruantinggi>



mahasiswa yang terlihat sangat padat yakni IBI Darmajaya, AKPER Panca Bhakti, STMIK Teknokrat, Universitas Bandar Lampung dan Universitas Muhammadiyah Lampung. Tingkat kepadatan mahasiswa yang bervariasi yang ada di 5 kampus tersebut dan kampus-kampus lainnya menunjukkan adanya persaingan yang sangat ketat diantara PTS yang ada di Bandarlampung dalam menarik minat calon mahasiswanya.

Persaingan dalam dunia pendidikan yang kian ketat bagi PTS yang ada di Bandarlampung untuk merebut minat calon mahasiswa menjadikan tuntutan bagi setiap kampus untuk memberikan informasi yang komprehensif dan masif mengenai perguruan tingginya kepada masyarakat. IBI Darmajaya sebagai salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang ada di Bandarlampung yang berdiri sejak tahun 1997 menempati posisi kedua dalam banyaknya jumlah mahasiswa setelah Universitas Bandar Lampung. Terhitung sejak tahun 2010 sampai 2016, jumlah calon mahasiswa yang mendaftar di IBI Darmajaya sudah memasuki angka diatas 1500 orang pendaftar. Data yang diperoleh dari Biro Kemahasiswaan dan Pemasaran IBI Darmajaya menunjukkan jumlah calon mahasiswa yang mendaftar di perguruan tinggi IBI Darmajaya dari tahun 2010 sebagai berikut:

**TABEL 2. DATA JUMLAH CALON MAHASISWA IBI DARMAJAYA (PENDAFTAR) TAHUN 2017**

| No | Tahun | Jumlah Calon Mahasiswa | Perubahan (%) |
|----|-------|------------------------|---------------|
| 1  | 2010  | 1489                   | -             |
| 2  | 2011  | 1557                   | Naik 0.68 %   |
| 3  | 2012  | 1600                   | Naik 0.43 %   |
| 4  | 2013  | 1699                   | Naik 0.99 %   |
| 5  | 2014  | 1632                   | Turun 0.67 %  |
| 6  | 2015  | 1591                   | Turun 0.41 %  |
| 7  | 2016  | 1738                   | Naik 1.47 %   |

Sumber: Biro Kemahasiswaan dan Pemasaran IBI Darmajaya

Tabel 2 menunjukkan jumlah calon mahasiswa yang mendaftar di perguruan tinggi IBI Darmajaya setiap tahun secara keseluruhan mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Terkecuali dengan tahun 2014 dan 2015 dimana jumlah calon mahasiswa yang mendaftar di perguruan tinggi IBI Darmajaya sedikit mengalami penurunan. Hal itu terjadi sebagai akibat makin kompetitifnya persaingan dengan PTS lainnya. Oleh karena itu IBI Darmajaya meningkatkan promosi dalam upaya memberikan informasi kepada masyarakat. Salah satu media informasi dan promosi yang digunakan oleh IBI Darmajaya dalam mengenalkan keberadaannya kepada masyarakat melalui media iklan cetak dan media online.

**TABEL 2. DATA JUMLAH CALON MAHASISWA IBI DARMAJAYA (PENDAFTAR) TAHUN 2017**

| No | Tahun | Jumlah Calon Mahasiswa | Perubahan (%) |
|----|-------|------------------------|---------------|
| 1  | 2010  | 1489                   |               |
| 2  | 2011  | 1557                   | Naik 0.68 %   |
| 3  | 2012  | 1600                   | Naik 0.43 %   |
| 4  | 2013  | 1699                   | Naik 0.99 %   |
| 5  | 2014  | 1632                   | Turun 0.67 %  |
| 6  | 2015  | 1591                   | Turun 0.41 %  |
| 7  | 2016  | 1738                   | Naik 1.47 %   |

Sumber: Biro Kemahasiswaan dan Pemasaran IBI Darmajaya

Tabel 3 menunjukkan banyaknya Sekolah Menengah Atas (SMA) sederajat yang ada dan berkembang di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur menjadikan masyarakat Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur dan sekitarnya mudah untuk mengakses dan melanjutkan studinya ke sekolah lanjutan tingkat atas. Setiap tahunnya, dari jumlah lulusan SMA sederajat yang ada, dipastikan akan terus ada lulusan SMA sederajat yang ingin melanjutkan studinya sampai pada level perguruan tinggi. Hal ini tentu saja sebagai dampak dari tingkat kesadaran masyarakat yang terus meningkat untuk melanjutkan studinya sampai pada level perguruan tinggi setelah lulus SMA sederajat. Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya melanjutkan ke perguruan tinggi, informasi dan referensi tentang perguruan tinggi menjadi kian penting untuk mereka dapatkan. Perkembangan dan akses teknologi yang semakin modern juga menjadikan masyarakat banyak menggali informasi-informasi mengenai perguruan tinggi yang ingin mereka ketahui melalui media cetak dan media online.

Dari data yang diperoleh dari Kemenristekdikti pada tabel 1, menunjukkan ketatnya persaingan yang dihadapi oleh Perguruan Tinggi IBI Darmajaya dengan banyaknya Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Bandarlampung, kemudian tingkat kesadaran masyarakat Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur yang semakin tinggi untuk melanjutkan pendidikan pada level perguruan tinggi, menjadikan masyarakat semakin membutuhkan informasi yang komprehensif terkait perguruan tinggi yang dapat diperoleh melalui iklan media cetak dan media online sebagai media yang mudah untuk diakses. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah iklan media cetak berpengaruh terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i kelas XII SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur.
2. Apakah iklan media online berpengaruh terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i kelas XII SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur.

Bertambah ketatnya persaingan diantara Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Indonesia, menjadi tuntutan tersendiri bagi setiap perguruan tinggi untuk melakukan sebuah promosi atau periklanan. Menurut Kottler dan Armstrong (2012:500), periklanan (*advertising*) adalah semua bentuk terbayar atas presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor yang jelas melalui media cetak (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media

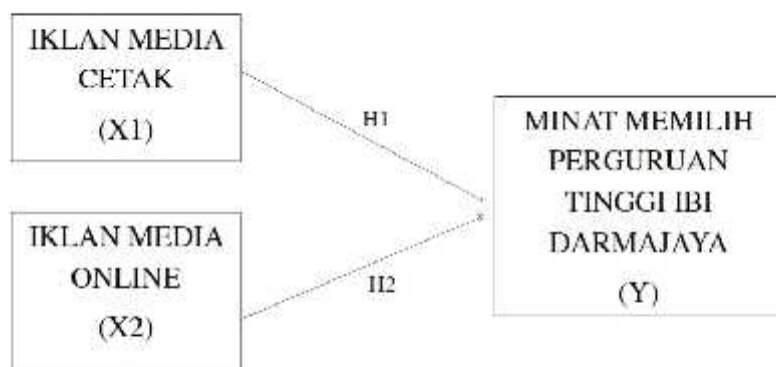
jaringan (telepon, kabel, satelit, *wireless*), dan media elektronik (rekaman suara, rekaman video, CD-ROM, halaman *website*), dan media pameran (*billboard*, papan petunjuk jalan dan poster). Media periklanan dapat dijadikan alternatif dan cara yang paling efektif bagi perguruan tinggi dari segi biaya untuk mendistribusikan pesan, baik dengan tujuan membangun preferensi institusi ataupun mengenalkan keberadaannya kepada masyarakat.

Iklan media cetak menawarkan kelengkapan yang berlawanan dengan media siaran (televisi dan radio), karena pembaca dapat menggunakan media cetak selama apapun yang mereka butuhkan, iklan media cetak memberikan informasi produk ataupun jasa yang lebih rinci dan mengomunikasikan pencitraan pengguna dan kegunaan dengan efektif. Dengan demikian perguruan tinggi dapat mempromosikan keberadaannya secara menarik dan efektif melalui iklan media cetak.

Selain itu, semakin modern dan semakin canggihnya perkembangan zaman, perguruan tinggi juga dapat mempromosikan keberadaannya melalui iklan media online. Di era yang sudah semakin modern ini, media online sudah menjadi sarana yang populer bagi setiap perusahaan ataupun institusi untuk mengiklankan produk ataupun jasanya, seperti web misalnya ataupun melalui media-media online yang lain. Melalui iklan media cetak dan online tersebut, perguruan tinggi diharapkan mampu menyediakan akses informasi dan referensi yang lengkap dan *update*, sehingga dapat menarik niat (minat memilih) masyarakat kepada perguruan tingginya.

Minat beli adalah suatu model sikap seseorang terhadap obyek barang atau jasa yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa atau merk tertentu (Schiffman dan Kanuk, 2008). Begitu pula dengan minat seseorang untuk memilih sebuah perguruan tinggi, pengetahuan akan profil sebuah perguruan tinggi menjadi salah satu faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa sebuah perguruan tinggi perlu menggunakan iklan sebagai media promosi untuk memperkenalkan profil lembaganya kepada masyarakat. Selain mengenalkan instansinya kepada masyarakat luas, iklan juga akan berfungsi untuk mempengaruhi masyarakat untuk memilih perguruan tinggi tersebut.

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut, maka model riset penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Model Penelitian

Ching, *et al.* (2013) menunjukkan bahwa iklan online yang interaktif, hidup dan menghibur dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Sementara pengaruh iklan media cetak dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prithvi B.J. and Mihir Dash (2013) dalam Jurnal Internasionalnya yang berjudul “*Comparative Effectiveness Of Radio, Print And Web Advertising*” menunjukkan bahwa iklan cetak dianggap lebih baik dari

iklan radio dan iklan internet dalam hal perhatian, dengan 53,0% dari responden mempersepsikan media cetak menjadi menarik perhatian, dan 64,2% responden mempersepsikan media cetak menjadi *eye-catching* dan menarik.

Atas dasar pertimbangan di dalam rumusan masalah, maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

H 1 : Iklan media cetak berpengaruh terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i kelas XII SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur.

H 2 : Iklan media online berpengaruh terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i kelas XII SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur.

## II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah statistik deskriptif. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:45). Populasi dalam penelitian ini adalah Siswa/i Kelas XII SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur Kabupaten Mesuji Provinsi Lampung.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang sangat erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya yakni sebagai berikut:

- a) Siswa/i kelas XII SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur.
- b) Berniat melanjutkan ke Perguruan Tinggi IBI Darmajaya.
- c) Sudah pernah mencari informasi tentang Perguruan Tinggi IBI Darmajaya melalui iklan media cetak dan iklan media online.

Teknik ini dipilih oleh peneliti karena peneliti juga memiliki keterbatasan akses data populasi, dana dan waktu. Selanjutnya dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang yang merupakan bagian dari populasi sebagai responden. Sampel sebesar 100 responden sesuai dengan pendapat Hair et.all (2010:197) dan Sugiyono (2012:91) menyarankan bahwa untuk penelitian yang akan diolah dengan menggunakan *multiple regresion* jumlah sampel minimum 5 kali dari jumlah variabel dan lebih disarankan 100 responden bagi kebanyakan situasi penelitian. Berdasarkan hal tersebut dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Sanusi (2014:49) mendefinisikan variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

**TABEL 5. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL**

| Variabel               | Definisi  | Indikator   | Skala Pengukuran |
|------------------------|---|---|------------------|
| Iklan Media Cetak (X1) | Iklan yang ditampilkan dalam bentuk citra visual dan bersifat statis dan pasif. (Kotler dan Keller, 2013:206) | <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Sumber informasi yang mudah</li> <li>b. Informasi yang relevan</li> <li>c. Informasi tepat waktu dan terbaru</li> <li>d. Penarik perhatian</li> <li>e. Menarik dilihat</li> </ol> | Likert           |

|                         |  |  |        |
|-------------------------|--|--|--------|
| Iklan Media Online (X2) | Iklan yang dilakukan dalam upaya untuk memasarkan produk dan jasa dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui internet. (Kotler dan Amstrong, 2012:525)  | a. Interaktivitas<br>b. Kejelasan<br>c. Hiburan<br>d. Referensi Diri<br>e. Keterlibatan Iklan  | Likert |
| Niat Memilih (Y)        | Niat memilih/minat beli adalah tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum merencanakan untuk membeli suatu produk atau jasa. (Kotler dan Keller, 2013:568) | a. Berniat memilih karena iklan media cetak.<br>b. Berniat memilih karena iklan media online.<br>c. Berniat memilih karena iklan media cetak dan iklan media online. | Likert |

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengkuantitatifkan kuisisioner adalah skala *Likert*. Uji validitas menggunakan faktor analisis, sementara uji reliabilitas menggunakan cronbach alpha. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh iklan media cetak dan iklan media online terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur, digunakan pendekatan alat analisis regresi linier berganda untuk n sebesar 100 dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau  $\alpha = 0.05$ .

**TABEL 6. HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA**

Coefficients<sup>a</sup>

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |
| 1 (Constant) | 1.498                       | .704       |                           | 2.127 |
| X1           | .218                        | .088       | .335                      | 2.480 |
| X2           | .307                        | .084       | .493                      | 3.648 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1.498 nilai iklan media cetak (X1) sebesar 0.335, iklan media online (X2) sebesar 0.493.

Berdasarkan nilai-nilai tersebut maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \epsilon$$

Dari persamaan rumus Regresi Linier Berganda diperoleh:

$$Y = 1.498 + 0.335x_1 + 0.493x_2$$

Dimana:

Y : Minat Memilih Perguruan Tinggi IBI Darmajaya  
: Konstanta

b1-b2 : Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan

- variabel dependen yang didasarkan pada hubungan nilai variabel independen
- X1 : Iklan Media Cetak
- X2 : Iklan Media Online
- e : Standar error

Berdasarkan hasil koefisien regresi yang dimiliki iklan media cetak (X1) adalah positif ( $\beta = 0.335$ ) yang berarti bahwa terdapat hubungan positif antara iklan media cetak dengan minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya, semakin baik iklan media cetak maka semakin meningkatkan minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada konsumen.

Berdasarkan hasil koefisien regresi yang dimiliki iklan media online adalah positif ( $\beta = 0.493$ ) yang berarti bahwa terdapat hubungan positif antara iklan media online dengan minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya, semakin baik iklan media online maka semakin meningkatkan minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada konsumen.

### **Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)**

Uji hipotesis secara parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan menggunakan uji t pada tingkat kepercayaan 95% atau dengan  $\alpha = 5\%$  serta menggunakan derajat kebebasan *degree of freedom* (df).

Dengan kriteria :

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$

$df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$

Diperoleh dengan nilai  $t_{tabel} (0,05;97) = 1,985$

Dimana:

n = Jumlah responden

K = jumlah variabel bebas (X)

**TABEL 7. HASIL (UJI-t)**

| Hipotesis   | t Hitung | t Tabel | Hasil    |
|---|----------|---------|----------|
| Iklan media cetak berpengaruh terhadap minat memilih Perguruan Tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur (H1)  | 2.480    | 1.985   | Diterima |
| Iklan media online berpengaruh terhadap minat memilih Perguruan Tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur (H2) | 3.648    | 1.985   | Diterima |

Sumber: Data diolah

Pernyataan Hipotesis :

Uji hipotesis 1

$H_0$  : Secara parsial tidak berpengaruh signifikan antara Iklan media cetak (X1) terhadap minat memilih Perguruan Tinggi IBI Darmajaya (Y).

$H_a$  : Secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Iklan media cetak (X1) terhadap minat memilih Perguruan Tinggi IBI Darmajaya (Y).

Uji hipotesis 2

$H_0$  : Secara parsial tidak berpengaruh signifikan antara Iklan media online (X2) terhadap minat memilih Perguruan Tinggi IBI Darmajaya (Y).

$H_a$  : Secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Iklan media online (X2) terhadap minat memilih Perguruan Tinggi IBI Darmajaya (Y).

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan menyatakan bahwa hipotesis dapat diterima. Pernyataan ini didukung oleh hasil uji-t dari iklan media cetak (X1) dimana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.480 dan variabel iklan media online (X2) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.648 hal ini menunjukkan iklan media cetak dan iklan media online berpengaruh secara signifikan terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya dimana variabel iklan media cetak (X1) dengan nilai sig.  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.01 < 0.05$ ) berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang menunjukkan variabel iklan media cetak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya. Sedangkan variabel iklan media online (X2) dengan nilai sig.  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.00 < 0.05$ ), berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang menunjukkan variabel iklan media online berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya.

### Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji hipotesis secara menyeluruh digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan uji F (uji Fisher) pada tingkat kepercayaan 95% atau dengan nilai  $\alpha = 5\%$  menggunakan derajat kebebasan *Degree Of Freedom* (df).

Dengan kriteria :

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ ,

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

$df = (\text{Jumlah Variabel} - 1) = 3 - 1 = 2$

$df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ , diperoleh dengan nilai  $F_{tabel} (0.05; 2; 97) = 3.09$

Keterangan :

n = Jumlah responden

K = jumlah variabel bebas (X)

Berikut hasil pengujian menggunakan uji F:

**Tabel 8. HASIL (UJI-F)**

| ANOVA <sup>b</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 239.346        | 2  | 119.673     | 90.658 | .000 <sup>a</sup> |
|                    | Residual   | 128.044        | 97 | 1.320       |        |                   |
|                    | Total      | 367.390        | 99 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah

Pernyataan Hipotesis :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$  (Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y)

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$  (Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y)

Berdasarkan hasil uji-f menunjukkan hasil  $F_{hitung}$  sebesar 90.658 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3.090 dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari  $\alpha$  sebesar 5% atau 0.05 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menyatakan secara simultan variabel iklan media cetak dan iklan media online secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**TABEL 9. KOEFISIEN DETERMINASI ( $R^2$ )**

Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .807 <sup>a</sup> | .651     | .644              | 1.149                      |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah

Tabel 6 menunjukkan bahwa pengaruh iklan media cetak (X1) dan iklan media online (X2) terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya (Y) sebesar  $R^2 = 0.651$  hal ini berarti variabel iklan media cetak (X1) dan variabel iklan media online (X2) memberikan sumbangan dalam mempengaruhi variabel minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya (Y) sebesar 65.1% sedangkan 34.9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dan tidak termasuk dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel iklan media cetak (X1) dan iklan media online (X2) terhadap variabel minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya (Y). Berdasarkan hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis pertama (H1) yaitu iklan media cetak berpengaruh terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur dan hipotesis kedua (H2) yaitu iklan media online berpengaruh terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada siswa/i SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur, kedua hipotesis ini dapat diterima. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t dari variabel iklan media cetak (X1) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.480 dimana  $sig. t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.01 < 0.05$ ) berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang menunjukkan variabel iklan media cetak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel variabel minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya. Sedangkan variabel iklan media online (X2) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.648 dimana dengan nilai  $sig. t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.00 < 0.05$ ), berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang menunjukkan variabel iklan media online berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya. Variabel iklan media online lebih besar pengaruhnya dalam mempengaruhi minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya daripada iklan media cetak dimana iklan media online mempunyai nilai  $\beta = 0.493$  sedangkan iklan media cetak memiliki  $\beta = 0.335$ .
2. Secara silmultan (uji-F) variabel iklan media cetak dan variabel iklan media online berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya yang dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $90.658 > 3.090$ ). Berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , yang menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menyatakan secara simultan variabel iklan media cetak dan iklan media online secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya.
3. Selanjutnya pada skor uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $R^2 = 0.651$  hal ini berarti variabel iklan media cetak (X1) dan variabel iklan media online (X2) memberikan sumbangan dalam mempengaruhi setiap variabel minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya (Y) sebesar 65.1% sedangkan 34.9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dan tidak termasuk dalam penelitian ini.



4. Hasil dari Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Prithvi B.J. and Mihir Dash (2013) dalam Jurnal Internasionalnya yang berjudul “*Comparative Effectiveness Of Radio, Print And Web Advertising*” menunjukkan bahwa iklan cetak dianggap lebih baik dari iklan radio dan iklan internet dalam hal perhatian, dengan 53,0% dari responden mempersepsikan media cetak lebih menarik perhatian, dan 64,2% responden mempersepsikan media cetak menjadi *eye-catching* dan menarik. Pada variable lain, hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Russell K.H. Ching and Pingsheng Tong, Ja-Shen Chen, Hung-Yen Chen (2013) dalam Jurnal Internasionalnya yang berjudul “*Narrative Online Advertising: Identification and its Effects on Attitude Toward a Product*” menunjukkan bahwa iklan online yang interaktif, hidup dan menghibur dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

## Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan juga menganalisis data yang berasal dari kuesioner yang telah di isi oleh para responden, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Dari analisis regresi yang dilakukan, hasil koefisien regresi yang dimiliki iklan media cetak (X1) adalah positif ( $\beta = 0.335$ ) yang berarti bahwa terdapat hubungan positif antara iklan media cetak dengan minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya, semakin baik iklan media cetak maka semakin meningkatkan minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada konsumen.
2. Dari analisis regresi yang dilakukan, hasil koefisien regresi yang dimiliki iklan media online adalah positif ( $\beta = 0.493$ ) yang berarti bahwa terdapat hubungan positif antara iklan media online dengan minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya, semakin baik iklan media online maka semakin meningkatkan minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya pada konsumen.
3. Kedua variable (Iklan Media Cetak/X1 dan Iklan Media Online/X2) dalam mempengaruhi minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya memiliki pengaruh besar dengan nilai  $R^2$  sebesar 0.651 atau 65.1%, sedangkan 34.9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dan tidak termasuk dalam penelitian ini.
4. Berdasarkan nilai koefisien regresi, variabel yang berpengaruh positif terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya dengan nilai tertinggi adalah variabel iklan media online ( $\beta = 0.493$ ), sedangkan untuk nilai terendah adalah variabel iklan media cetak ( $\beta = 0,335$ ). Hal ini terjadi karena responden lebih menyukai mengakses iklan media cetak karena lebih mudah untuk didapatkan dan lebih menarik untuk dibaca.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Perguruan tinggi IBI Darmajaya disarankan untuk lebih meningkatkan konten yang dimuat dalam iklan media cetaknya agar selalu memberikan informasi yang terbaru, sehingga dapat menarik perhatian para pembaca dengan iklan yang ditampilkan melalui media cetaknya.
2. Perguruan tinggi IBI Darmajaya disarankan untuk terus memberikan informasi yang relevan melalui iklan media cetaknya, agar iklan yang ditampilkan dalam media cetak menarik untuk dilihat dan pembaca dapat lebih mudah mendapatkan informasi mengenai perguruan tinggi IBI Darmajaya melalui iklan media cetak.

3. Perguruan tinggi IBI Darmajaya disarankan untuk lebih meningkatkan kembali konten yang akan dimuat dalam iklan media onlinenya agar dapat memberikan informasi yang interaktif dan jelas kepada para konsumennya.
4. Perguruan tinggi IBI Darmajaya disarankan untuk terus memberikan informasi yang menarik melalui iklan media onlinenya, agar iklan yang ditampilkan dalam media online dapat dijadikan sebagai referensi diri pembaca dalam membuat alternative keputusan.
5. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti pengaruh iklan media cetak, iklan media online dan minat memilih dengan wawancara dan menggunakan variabel bebas lainnya yang belum diteliti dalam penelitian kali ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ching, Russell K.H., Tong, Pingsheng., Chen, Ja-Shen., Chen, Hung-Yen. 2013. *Narrative Online Advertising: Identification and its Effects on Attitude Toward a Product. Internet Research Vol. 23 No. 4.*
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hair, Jr, Joseph. Black, William C. Babin Barry J. Anderson, Rolph E. 2010. *Multivariate Data Analysis, seven ed.* New Jersey : Pearson Education Limited.
- Jeff Madura. 2007. *Pengantar Bisnis*. Edisi 4. Buku 2. Alih bahasa : Ali Akbar Yulianto dan Krista. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. Edisi 15. Pearson Education Limited. England.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2013. *Marketing Management*. Edisi 14. Pearson Education Limited. England.
- Prithvi B.J. and Mihir Das. 2013. *Comparative Effectiveness Of Radio, Print And Web Advertising. Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review. ISSN 2319-2836 Vol.2 (7).*
- Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Praktis Untuk Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Penerbit Buntara Media, Malang.
- Sari, Aida dan Arifin, Afri. 2013. *Perilaku Konsumen*. CV. Anugrah Utama Raharja (AURA), Bandar Lampung.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. PT. Indeks Group Media, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2007. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2006 Edisi 5, *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley Sons, New York.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. edisi Sembilan. Bandung:C.V Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi*. CV Alfabeta. Bandung
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- <http://forlap.dikti.go.id/perguruantinggi tahun 2017>
- <http://www.mesujikab.go.id/pemerintahan/kecamatan/mesuji-timur/ tahun 2017>