

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRINT AND ONLINE ADVERTISING TOWARDS THE INTEREST FOR CHOOSE IBI DARMAJAYA COLLEGE ON TWELFTH – GRADE STUDENTS OF SMA AND EQUAL IN KOTA TERPADU MANDIRI (KTM) MESUJI TIMUR

By

M. BAHRUL ULUM

Higher education institutions as providers of educational services which are included in the pure services characteristics is very diverse and varied. Students of SMA and equal who intend to continue their studies at the higher education level are faced by various college options. The problems that exist in this research are whether print and online advertising are positive and significant influence towards the interest for choose college on students of SMA and equal. The purposes of this research are to find out how many influence of variables of print and online advertising towards the interest for choose IBI Darmajaya college on students of SMA and equal in Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur.

The type of this research is descriptive statistical research with quantitative approach. Samples taken in this research were twelfth – grade students of SMA and equal in Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur as much as 100 respondents determined by no probability sampling method and purposive sampling technique. Data collecting techniques used questionnaires have been tested for validity and reliability. Data analysis technique used is multiple linear regression, to test the hypothesis of every independent variable used t test and to test the hypothesis variable simultaneously used F test.

The results of this research are print and online advertising variables significantly influence towards the interest for choose IBI Darmajaya college. The independent variable that has the biggest influence is the online advertising (X2) with the value of =0.493, then the print advertising variable (X1) with the value of =0.335 and each variables X contributes in affecting variable Y is 65.1% and the rest as big as 34.9% influenced by other variables.

Keywords: print advertising, online advertising, the interest for choose IBI Darmajaya college.

ABSTRAK

PENGARUH IKLAN MEDIA CETAK DAN ONLINE TERHADAP MINAT MEMILIH PERGURUAN TINGGI IBI DARMAJAYA PADA SISWA/I KELAS XII SMA SEDERAJAT DI KOTA TERPADU MANDIRI (KTM) MESUJI TIMUR

Oleh :
M. Bahrul Ulum

Perguruan Tinggi sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan yang masuk dalam karakteristik jasa murni sangatlah banyak dan beragam. Siswa/i SMA sederajat yang berniat melanjutkan studinya pada level pendidikan tinggi di hadapkan dengan berbagai pilihan perguruan tinggi yang ada. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah apakah iklan media cetak dan iklan media online berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih perguruan tinggi pada siswa/i SMA sederajat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable 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.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah siswa/i kelas XII SMA sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, untuk menguji hipotesis setiap variabel bebas digunakan uji t dan untuk menguji hipotesis variabel secara simultan digunakan uji F.

Hasil penelitian ini adalah variabel iklan media cetak dan iklan media online berpengaruh signifikan terhadap minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya. Variabel bebas yang mempunyai pengaruh terbesar yaitu iklan media online (X₂) dengan nilai $\beta=0.493$, selanjutnya variabel iklan media cetak (X₁) dengan nilai $\beta=-0.335$ dan masing-masing variabel X memberikan kontribusi dalam mempengaruhi Variabel Y sebesar 65.1% dan sisanya sebesar 34.9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : iklan media cetak, iklan media online, minat memilih perguruan tinggi IBI Darmajaya.