

**FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS DALAM KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN JASA  
LEMBAGA PENDIDIKAN PRIMAGAMA DI JEMBER  
(Studi Kasus pada Siswa SMU Kelas Tiga)**

**SKRIPSI**



diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh  
Gelar Sarjana Strata 1 (S1)  
Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga  
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

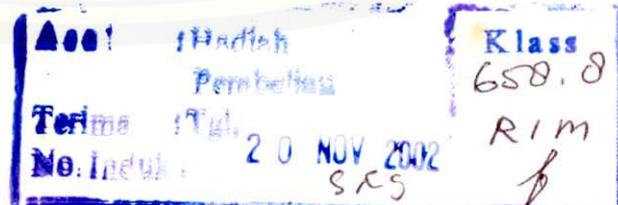
Oleh :

***Rima***

NIM. 9809102022117

Dosen Pembimbing :

- I. Drs. Agus Budihardjo, MA
- II. Dra. Hj. Dwi Windradini, BP, MSi.



**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**Th. 2002**

**FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS DALAM KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN JASA  
LEMBAGA PENDIDIKAN PRIMAGAMA DI JEMBER  
(Studi Kasus pada Siswa SMU Kelas Tiga)**

**SKRIPSI**



diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh  
Gelar Sarjana Strata 1 (S1)  
Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga  
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

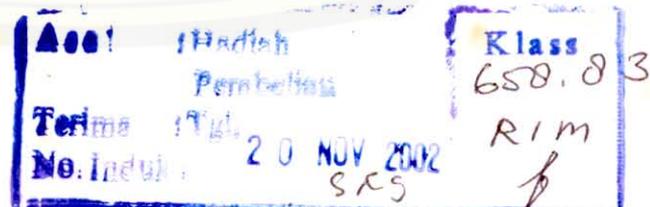
Oleh :

***Rima***

NIM. 9809102022117

Dosen Pembimbing :

- I. Drs. Agus Budihardjo, MA  
II. Dra. Hj. Dwi Windradini, BP, MSi.



**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**Th. 2002**

• **MOTTO**

Penelitian membuat kita bisa melihat hal yang sudah dilihat orang lain sekaligus membuat kita memikirkan apa yang sesungguhnya tidak difikirkan orang lain.  
(Albert Czent-Gyorgyi)

Berikanlah *service* (pelayanan) yang terbaik, serta kualitas (mutu) yang terbaik, maka akhirnya pasar akan tumbuh di depan rumah Anda  
( John Waramaker)



Baduaro, Sotar dan Drs. Sabar Martin Sirait. 1999. Salesmanship Ilmu dan Seni Menjadi Penjual yang Sukses. Jakarta : Bumi Aksara

## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut asma Allah SWT. dan segala kerendahan hati ....  
Demi do'a yang terucap dan motivasi yang terungkap kubingkaikan Skripsi ini  
kepada ...

Teruntuk Ibunda terkasih ....

“Tak sia-sia selama 6 tahun tetesan keringat tcurahkan demi  
membesarkan keempat buah hati amanah dari Ayahanda almarhum tuk  
menjadi seseorang “

Teruntuk :

Kakaku Wariyanti,SP dan Nita Sari,SE yang telah memberiku semangat.

Adikku Wiwin semoga bisa berikan yang terbaik untuk Ibunda tersayang.

M. Gathut Witardiya, terima kasih untuk semuanya.

Almamaterku.

**PENGESAHAN**

Diterima dan dipertahankan di depan Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu ( S1 ) Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Administrasi Program Ilmu Administrasi Niaga pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 14 September 2002

Jam : 08.00 – 09.30 WIB

Panitia Penguji

Ketua,



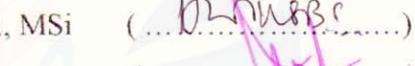
Drs. Poerwanto, MA  
NIP. 131 403 359

Sekretaris,



Drs. Agus Budihardjo, MA  
NIP. 130 879 634

Anggota Tim Penguji

1. Drs. Poerwanto, MA  (.....)
2. Drs. Agus Budihardjo, MA  (.....)
3. Dra. Hj. Dwi Windradini Bp., MSi  (.....)
4. Dwi Sungkowo, S.Sos, MP.  (.....)
5. Drs. Sugeng Iswono, MA  (.....)

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

Dekan



Drs. H. Moch. Toerki  
NIP. 130 524 832

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah Kepada Allah SWT. Atas segala karunia, nikmat dan rahmat-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini dalam proses belajar di Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, yaitu dengan judul “Faktor-faktor Psikologis dalam Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama di Jember (Studi Kasus pada Siswa SMU Kelas Tiga)”. Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu ( S1 ) pada FISIP UNEJ.

Banyak tantangan dan rintangan yang dijumpai dalam proses penyusunan skripsi ini, sehingga penulis tidak akan berhasil tanpa bimbingan, petunjuk dan pengarahan dari dosen pembimbing serta berbagai pihak yang telah bersedia membantu dengan tulus ikhlas. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof.Dr. Kabul Santoso, MS selaku Rektor Universitas Jember.
2. Bapak Drs.H.Moch.Toerki sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNEJ.
3. Bapak Drs. Mud’har Syarifudin, MSi selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNEJ.
4. Bapak Drs. Totok Supriyanto selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNEJ.
5. Bapak Drs. Agus Budihardjo, MA selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan nasehat, masukan, dan petunjuk kepada penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dra.Hj. Dwi windradini BP, MSi selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan nasehat, petunjuk dan saran demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Drs. Rudi Eko P. , MSi sebagai Dosen Wali

8. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu penulis selama kuliah.
9. Bapak Supriyadi selaku Pimpinan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember yang telah memberikan izin penulis untuk dapat melaksanakan penelitian.
9. Mas Ano dan Mbak Ima atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama melaksanakan penelitian.
10. Rekan-rekan ADNI ' 98 yang selalu memberikan dorongan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Skripsi ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jember, September 2002

Penulis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
MOTTO .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	5
1.4 Konsepsi Dasar.....	5
1.5 Model Analisis .....	20
1.6 Operasionalisasi Konsep .....	20
1.7 Metode Penelitian.....	22
1.7.1 Tipe Penelitian .....	22
1.7.2 Tahap Persiapan .....	22
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.7.4 Pengolahan Data.....	25
1.7.5 Tahap Analisis Data .....	25
1.7.6 Tahap Penarikan Kesimpulan .....	25
<b>II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>26</b>
2.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	26
2.2 Tenaga Pengajar .....	27

2.3 Penelitian dan Pengembangan (Litbang) .....	29
2.4 Media Bantu Pengajaran .....	32
2.5 Materi, Sarana Belajar, Prasarana dan Evaluasi.....	33
2.6 Pengelolaan Manajemen .....	34
2.7 Karyawan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember.....	35
2.7.1 Tingkat Pendidikan Karyawan .....	35
2.7.2 Jam Kerja Karyawan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember.....	36
2.7.3 Sistem Insentif dan Penghargaan .....	36
2.8 Organisasi Perusahaan .....	37
2.8.1 Struktur Organisasi.....	37
2.8.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	38
2.8.3 Deskripsi Jabatan .....	38
2.9 Pemasaran dan Perkembangan Siswa Lembaga Pendidikan Primagama.....	42
<b>III. DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>45</b>
3.1 Karakteristik Umum Responden.....	45
3.2 Faktor Psikologis.....	48
3.2.1 Motivasi.....	48
3.2.2 Persepsi .....	50
3.2.3 Pangetahuan .....	53
3.2.4 Keyakinan .....	55
3.2.5 Sikap.....	58
3.3 Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama .....	60
<b>IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Kesimpulan .....	63
4.2 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel

1. Jumlah Siswa yang Mengikuti UMPTN dan Jumlah Siswa yang Lulus UMPTN di Lembaga Bimbingan Belajar Jember 2001 ..... 2
2. Jumlah Siswa Kelas Tiga SMU Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Pramadia Jember Tahun 2001/2002 s.d 28 Februari 2002 ..... 22
3. Kelompok Siswa SMU Lembaga Pendidikan Primagama Tahun 2001/2002 ..... 23
4. Jumlah Karyawan Menurut Tingkat Pendidikan pada Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember ..... 35
5. Jam Kerja Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember ..... 36
6. Sistem Insentif Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember ..... 36
7. Perkembangan Jumlah Siswa Lembaga Pendidikan Cabang Jember ..... 44
8. Jenis Kelamin ..... 45
9. Umur Responden ..... 45
10. Jurusan ..... 46
11. Pekerjaan Orang Tua ..... 46
12. Pendapatan Kotor Orang Tua Setiap Bulan ..... 47
13. Uang Saku Per Bulan ..... 47
14. Tanggapan Responden terhadap Keputusan untuk Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama karena Ikut-Ikutan Teman ..... 48
15. Perasaan Responden Ketika Menjadi Siswa Lembaga Pendidikan Primagama ..... 49
16. Tanggapan Responden terhadap Keputusan untuk Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama karena Lembaga Tersebut Sudah Berpengalaman di Bidangnya ..... 49
17. Tanggapan Responden terhadap Keputusan untuk Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama karena Namanya Sudah Populer ..... 50

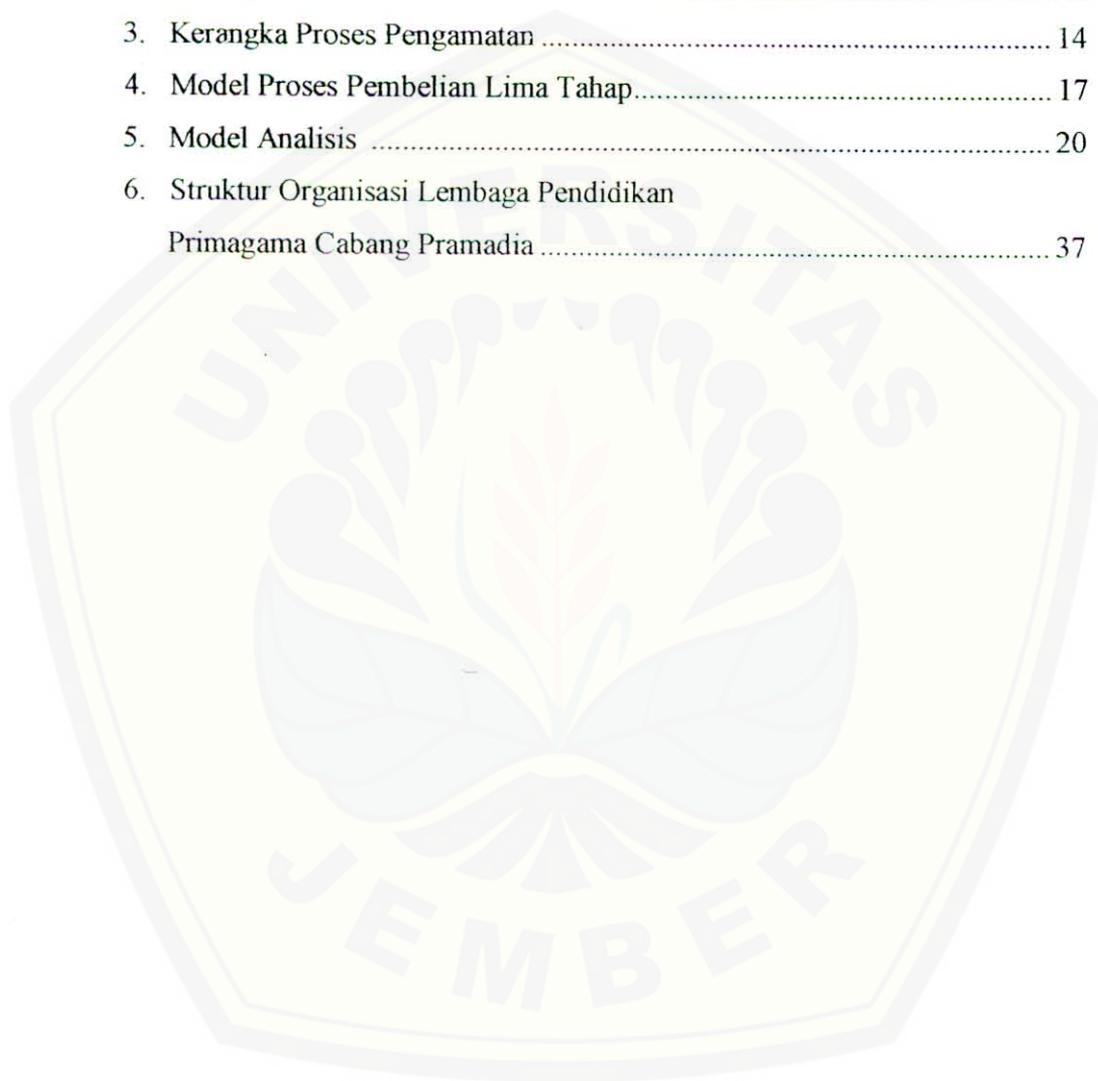
18. Tanggapan Responden terhadap Iklan Lembaga Pendidikan Primagama di Televisi.....	51
19. Tanggapan Responden terhadap Brosur Lembaga Pendidikan Primagama.....	51
20. Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Tema Iklan Lembaga Pendidikan Primagama dengan Tujuan Pendidikan .....	52
21. Tanggapan Responden terhadap Informasi yang Disampaikan Iklan Lembaga Pendidikan Primagama di Televisi .....	53
22. Tanggapan Responden terhadap Kata-Kata yang Digunakan dalam Iklan Lembaga Pendidikan Primagama di Televisi.....	53
23. Waktu Responden Mulai Mengenal Lembaga Pendidikan Primagama.....	53
24. Tanggapan Responden terhadap Frekuensi Kemunculan Informasi Lembaga Pendidikan Primagama di Media Massa.....	54
25. Tanggapan Responden terhadap Informasi Lembaga Pendidikan Primagama di Sekolah.....	55
26. Tanggapan Responden terhadap Jumlah Siswa Lembaga Pendidikan Primagama yang Lulus UMPTN.....	55
27. Tanggapan Responden terhadap Prestasi Siswa Lembaga Pendidikan Primagama di Sekolah.....	56
28. Tanggapan Responden terhadap Artis yang Menyampaikan Pesan Lembaga Pendidikan Primagama di Televisi .....	57
29. Tanggapan Responden terhadap Lembaga Pendidikan Primagama .....	57
30. Penilaian Responden terhadap Citra Lembaga Pendidikan Primagama.....	58
31. Penilaian Responden terhadap Kualitas Lembaga Pendidikan Primagama.....	58
32. Penilaian Responden terhadap Tentor Lembaga Pendidikan Primagama.....	59

33. Penilaian Responden terhadap Metode Belajar yang Diterapkan Lembaga Pendidikan Primagama .....	59
34. Pengalaman (SD, SMP, SMU 1,2) Responden dalam Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama .....	60
35. Program yang Diikuti Responden Sekarang .....	61
36. Tanggapan Responden terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama Karena Fasilitas yang Diberikan Berbeda dengan LBB lainnya .....	61
37. Tanggapan Responden terhadap Sistem Pembayaran di Lembaga Pendidikan Primagama .....	62
38. Tanggapan Responden terhadap Keikutsertaannya dalam Mengikuti Intensif di Lembaga Pendidikan Primagama .....	62

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar

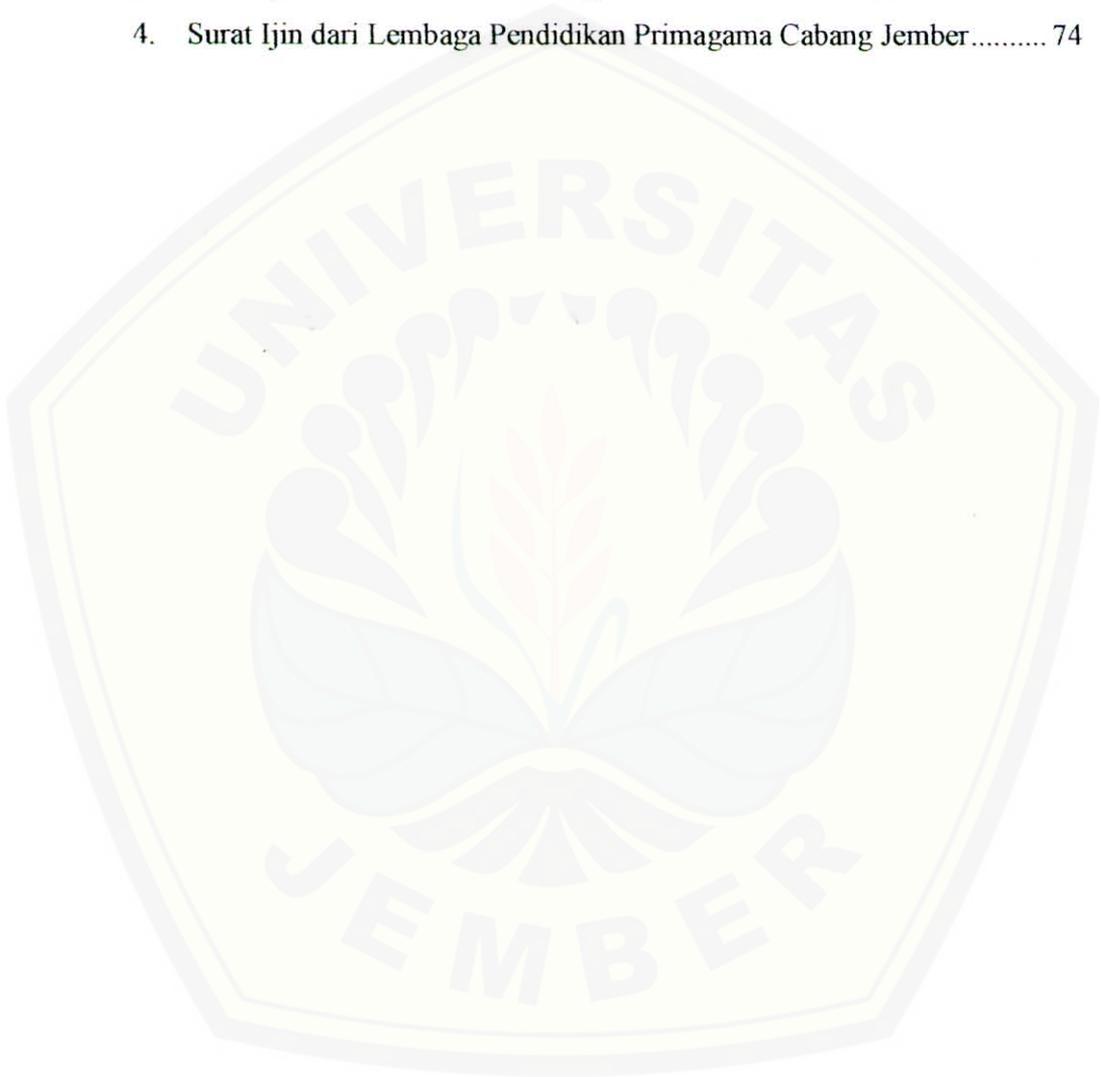
1. Model Terperinci Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku .....	8
2. Kerangka Analisa Perilaku Konsumen .....	13
3. Kerangka Proses Pengamatan .....	14
4. Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	17
5. Model Analisis .....	20
6. Struktur Organisasi Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Pramadia .....	37



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran

1. Kuesioner ..... 67
2. Pedoman Wawancara ..... 72
3. Surat Ijin Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember ..... 73
4. Surat Ijin dari Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember ..... 74





## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Setiap wadah pendidikan mempunyai wilayah dan mekanisme penyelenggaraan yang berbeda, namun demikian tetap dalam tujuan yang sama, yaitu menciptakan manusia-manusia yang unggul untuk membangun negara ini. Pendidikan formal (sekolah) menurut sifatnya menyelenggarakan pendidikannya sesuai dengan kurikulum pendidikan yang berlaku.

Kurikulum pendidikan formal sangat padat ditinjau dari jumlah mata pelajaran yang harus dikuasai oleh siswa, sedangkan waktu yang tersedia sangat terbatas dan kemampuan dasar siswa tidaklah merata sehingga membutuhkan penanganan yang berbeda agar dicapai prestasi yang optimal. Upaya pihak sekolah untuk mencapai target penguasaan materi pelajaran dari hasil belajar siswa adalah sangat berat, terutama siswa kelas tiga SMU yang dituntut mempersiapkan diri untuk berprestasi di sekolah, sukses Ujian Akhir Nasional, dan SPMB (Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru) sehingga diperlukan alternatif seperti lembaga bimbingan belajar agar mereka dapat bersaing.

Siswa dituntut untuk berprestasi di sekolah (siswa SD, SLTP, dan SMU), sukses Ujian Akhir Sekolah (siswa SD), sukses Ujian Akhir Nasional (SLTP dan SMU) dan SPMB (siswa SMU) menyebabkan muncul lembaga bimbingan belajar. Demikian pula yang terjadi di kota Jember. Jember merupakan salah satu kota pendidikan di Jawa Timur yang menjanjikan tumbuh dan berkembangnya lembaga bimbingan belajar. Perkembangan ini ditandai dengan bermunculannya lembaga-lembaga bimbingan belajar baik untuk tingkat siswa SD, SLTP, maupun tingkat SMU seperti Lembaga Pendidikan Primagama, Lembaga Bimbingan Belajar Phi-Betha, Technos dan lain sebagainya.

Lembaga Pendidikan Primagama merupakan salah satu lembaga bimbingan belajar yang ada di kota Jember. Lembaga Pendidikan Primagama di Jember adalah salah satu kantor cabang dari Lembaga Pendidikan Primagama di Yogyakarta. Lembaga Pendidikan Primagama merupakan lembaga bimbingan belajar terkemuka dan terbesar di Indonesia. Lembaga Pendidikan Primagama

didirikan oleh Purdi E. Chandra tepatnya tanggal 10 Maret 1982. Saat pertama didirikan pada tahun pelajaran 1982/1983 Lembaga Pendidikan Primagama menempati sebuah rumah di Jalan Kapten Piere Tendean no. 10 Yogyakarta dan hanya memiliki 64 siswa kelas 3 SMA.

Lembaga Pendidikan Primagama dalam perkembangannya terus-menerus memberi pelayanan dan bimbingan yang terbaik untuk siswa sehingga memperoleh kepercayaan dari masyarakat, siswa, orangtua siswa maupun sekolah. Kepercayaan masyarakat tersebut tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan Lembaga Pendidikan Primagama yang sudah di 25 propinsi, di 125 kota dengan jumlah kantor cabang 183 kantor (outlet). Keberhasilan Lembaga Pendidikan Primagama diakui oleh majalah Swasembada melalui penghargaan E-50 (Enterprise 50) yang diberikan kepada Lembaga Pendidikan Primagama November 2001 (SWA Nov.XVII,hal.26).

Suatu perusahaan pada hakekatnya menawarkan barang/jasa adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsekuensi ini membawa arah bagi suatu perusahaan untuk menghasilkan barang/jasa yang lebih baik, karena konsumen hanya akan membeli/memilih barang dan jasa yang dianggap dapat memenuhi harapannya.

Lembaga bimbingan belajar di Jember dalam memasarkan jasa dihadapkan pada persaingan yang tajam karena masing-masing Lembaga bimbingan belajar berusaha menjadi yang terbaik dengan membuktikan besarnya jumlah siswa yang dapat lulus dalam UMPTN.

Tabel 1. Jumlah Siswa yang Mengikuti UMPTN dan Jumlah Siswa yang Lulus UMPTN di Lembaga Bimbingan Belajar Jember 2001

Nama Lembaga Bimbingan Belajar	Jumlah Siswa yang Mengikuti UMPTN	Jumlah Siswa yang Lulus UMPTN
Lembaga Pendidikan Primagama	460	315
Lembaga Bimbingan Belajar Phi-Betha	430	172
Technos	315	102

Sumber : Data Diolah April 2002

Dari tabel 1 tentang jumlah siswa yang mengikuti UMPTN dan jumlah siswa yang lulus UMPTN di Lembaga Bimbingan Belajar Jember 2001 menunjukkan bahwa kualitas Lembaga Pendidikan Primagama lebih bagus karena 68 % dari jumlah siswa yang mengikuti bimbingan lulus UMPTN sehingga kemungkinan siswa Lembaga Pendidikan Primagama untuk lulus UMPTN adalah lebih besar, jika dibandingkan Lembaga Bimbingan Belajar Phi-Betha yang hanya dapat meluluskan 40 % siswa bimbingannya sedangkan Technos hanya 32 %.

Keberhasilan Lembaga Pendidikan Primagama perlu dipertahankan dan disosialisasikan kepada konsumen sarasannya melalui usaha pemasaran seperti : promosi, tempat, produk, harga, kualitas, bukti fisik dan proses. Lembaga Pendidikan Primagama dapat mempertahankan bahkan meningkatkan keberhasilannya tersebut dengan cara memahami “mengapa” dan “bagaimana” perilaku konsumen sarasannya.

Berbagai analisis tentang perilaku konsumen diciptakan dalam rangka mengenali dan memahami kebutuhan konsumen. Salah satu analisis konsumen adalah dari sisi dalam diri konsumen yang lebih dikenal dengan analisis psikologis. Faktor-faktor psikologis yang berasal dari proses intern individu, sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Faktor psikologis yang mempengaruhi pilihan pembelian seseorang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap. Memahami motivasi konsumen yang sebenarnya, dalam melakukan pembelian penting bagi pemasar karena dapat digunakan untuk menyusun program pemasaran sesuai dengan motivasi tersebut.

Konsumen dalam dirinya terdapat proses untuk mengadakan pemilihan berdasar pada apa yang dilihat, didengar dan dirasa. Pengetahuan yang diperoleh sangat terkait dengan seberapa besar informasi yang diserap oleh konsumen. Informasi tersebut akan mempengaruhi serta memberikan gambar mengenai lembaga bimbingan belajar yang akan dipilih.

Kemampuan kognitif akan mempengaruhi pola perilaku konsumen. dalam melakukan tindakan pembelian. Seseorang akan melakukan proses penyeleksian terhadap informasi lembaga bimbingan belajar yang tersedia sehingga mereka dapat membandingkan kelebihan dan kekurangannya secara benar sampai

didapatkan pilihan yang memuaskan. Dalam melakukan kegiatan ini akan sangat dipengaruhi oleh pengetahuan seseorang tentang informasi lembaga bimbingan belajar sebelum memutuskan untuk memanfaatkan jasa lembaga bimbingan belajar.

Beraneka fasilitas yang ditawarkan lembaga bimbingan belajar dan banyaknya janji yang mengepung konsumen membuat sering terjadinya perpindahan merek (*Brand Switching*) tanpa sesuatu alasan yang jelas. Membangun citra merek yang baik penting untuk dilakukan karena citra merek dapat menumbuhkan keyakinan konsumen terhadap suatu lembaga bimbingan belajar. Konsumen yang sudah yakin dengan suatu merek perlu dipertahankan loyalitasnya. Proses mempertahankan loyalitas ini akan dipengaruhi oleh atribut suatu produk dari lembaga bimbingan belajar.

Seorang konsumen dalam melakukan tindakan pembelian membutuhkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Bahan pertimbangan dibutuhkan informasi tentang kebutuhan dan keinginannya. Informasi tersebut dapat berasal dalam dirinya ataupun lingkungannya. Kemudian individu mengadakan proses dalam dirinya, akhirnya melakukan pembelian dengan tujuan ingin memperoleh kepuasan dari barang yang dibelinya. Demikian yang terjadi dalam proses keputusan konsumen dalam menggunakan jasa lembaga bimbingan belajar. Konsumen akan mencari informasi tentang lembaga bimbingan belajar sebagai bahan pertimbangan. Berdasarkan pertimbangan informasi yang ada, perhatian konsumen akan terfokus pada salah satu lembaga bimbingan belajar.

## 1.2 Permasalahan

Persaingan lembaga bimbingan belajar di Jember yang ketat menuntut Lembaga Pendidikan Primagama untuk mengetahui perilaku konsumennya. Terutama dari sisi dalam diri konsumen karena dengan mengetahuinya maka dapat digambarkan faktor psikologis dalam keputusan pembelian konsumen. Gambaran faktor psikologis yang sudah diketahui dapat digunakan merancang program-program pemasaran untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah : “Faktor-faktor psikologis apa saja yang mendorong keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama di Jember ?”

Konsumen dalam studi ini adalah siswa SMU kelas 3 karena yang menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama paling banyak adalah siswa SMU kelas 3. Siswa SMU kelas 3 dituntut untuk menghadapi ujian Cawu, Ujian Akhir Nasional dan SPMB yang dapat menentukan masa depan mereka sehingga mereka dituntut lebih banyak belajar dibandingkan dengan siswa SD, SLTP dan siswa SMU kelas 1,2.

### 1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk mendiskripsikan faktor-faktor psikologis dalam keputusan konsumen, dalam kasus ini siswa SMU kelas 3.

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian diharapkan dapat :

- a. Memberi informasi bagi peneliti lain terutama yang berkaitan dengan faktor psikologis.
- b. Menjadi informasi tambahan bagi Lembaga Pendidikan Primagama dan pihak-pihak lain yang berkepentingan memahami faktor psikologis dalam keputusan konsumen menggunakan jasa lembaga pendidikan.

### 1.4 Konsepsi Dasar

Pemilihan bentuk kepemilikan bisnis merupakan langkah awal dalam menjalankan kegiatan bisnis. Berhasil tidaknya bisnis yang dijalankan tergantung dari keputusan tersebut. Bentuk-bentuk kepemilikan bisnis menurut Anoraga (2000:23) meliputi :

- a. Usaha perseorangan ;
- b. Firma ;
- c. Persekutuan komanditer (CV) ;
- d. Perseroan Terbatas (PT) ;

- e. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ;
- f. Bentuk-bentuk perusahaan lainnya :  
Sindikatis, Kartel, Merger, Asosiasi Simpan Pinjam, Asosiasi Jasa Profesional, Koperasi, Perusahaan Daerah, Yayasan, Kongsi, dan Perserikatan Perdata.

Bentuk kepemilikan Lembaga Pendidikan Primagama adalah Yayasan dengan akte notaris nomor 123 tahun 1985. Anoraga (2000:37) menyatakan bahwa, "Yayasan merupakan organisasi yang tidak mencari keuntungan".

Produk bisa diklasifikasikan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk menurut Tjiptono (1998:98), dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama :

- a. Barang  
Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan perlakuan fisik lainnya.
- b. Jasa (*services*)  
Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Lembaga Pendidikan Primagama merupakan lembaga yang bergerak dalam bidang jasa. Menurut William J. Stanton (dalam Alma, 2000:204) , "Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak" sedangkan menurut Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (dalam Alma, 2000:204), "Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk, dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan , santai, sehat) bersifat tidak berwujud".

Pada hakekatnya jasa merupakan suatu produk yang tidak berbentuk. Jasa merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak nyata sehingga sulit digambarkan secara nyata tetapi jasa dapat dirasakan oleh konsumennya. Tjiptono (1998:136) menyebutkan 4 karakteristik utama jasa yang membedakannya dengan barang, yaitu : *Intangibility, Inseparability, Variability, Perishability*.

a. *Intangibility*

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

b. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi sedangkan jasa di lain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

c. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan, produk non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan.

d. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Menurut Zeithaml (dalam Alma, 2000:215) jasa dapat dikelompokkan

sebagai berikut :

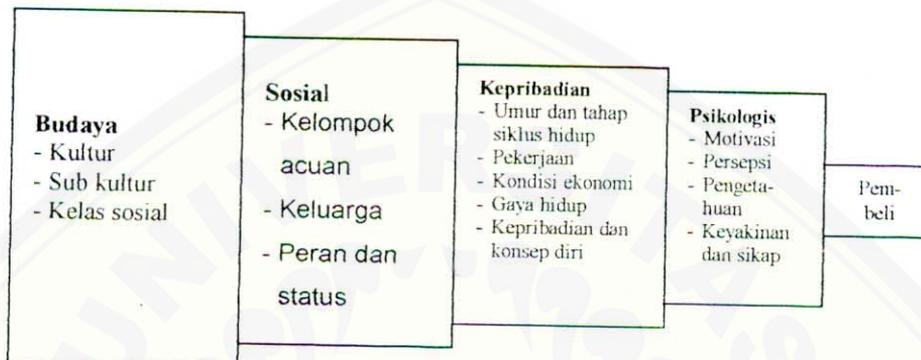
- a. *Transportation* termasuk didalamnya kereta api, bus, truk, transportasi air, udara, pipa.
- b. Komunikasi berupa telepon, radio, televisi.
- c. *Publik utilities* berupa listrik, gas, kebersihan.
- d. Perdagangan besar termasuk agen-agen dari produsen.
- e. Perdagangan eceran termasuk kedalamnya berbagai bentuk pertokoan.
- f. *Financial*, asuransi, perumahan berupa simpan pinjam, bursa efek, perusahaan investasi, usaha pembangunan perumahan.
- g. Jasa hotel.
- h. *Personal service*.
- i. *Business service*.
- j. Jasa parkir.
- k. Jasa bengkel /reparasi.
- l. Jasa bioskop hiburan dan rekreasi.
- m. Jasa di bidang kesehatan.
- n. Jasa di bidang hukum.
- o. Jasa pendidikan.
- p. Jasa sosial/masyarakat.
- q. Jasa Organisasi.
- r. Jasa yang ditawarkan oleh pemerintah, perijinan, keamanan polisi/TNI, dan sebagainya.

Berdasarkan pendapat Zeithaml maka Lembaga Pendidikan Primagama merupakan bisnis jasa yang termasuk dalam jasa pendidikan. Jasa pendidikan bimbingan belajar di Jember berkembang pesat sehingga membuat persaingan menjadi semakin ketat. Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perilaku konsumen didefinisikan oleh Engel *et.al* (1994:3) "Sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk/jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan

menyusuli tindakan ini”. Menurut Asri (1986:105) “Konsumen akhir adalah seseorang yang membeli suatu produk untuk memuaskan kebutuhan dirinya sendiri” sedangkan pengertian konsumen itu sendiri adalah pemakai suatu barang (Subagyo, 1997:122).

Konsumen tidak membuat keputusan tanpa adanya pengaruh. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah budaya, sosial, kepribadian, psikologis (Kotler *et.al* : 1999:223).



Gambar 1. Model Terperinci Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku

Sumber : Kotler *et. al*, 1999, hal. 223

Menurut Kotler *et.al*, (1999:238) pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu : motivasi, persepsi, pengetahuan (*learning*), keyakinan dan sikap.

#### a. Motivasi

Seseorang mempunyai kebutuhan biogenik dan psikogenik. Kebutuhan yang bersifat biogenik seperti rasa haus, lapar, tidak enak. Kebutuhan yang bersifat psikogenik adalah kebutuhan yang berasal dari keadaan psikologis mengenai ketegangan, kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki. Kebutuhan psikogenik tidak cukup kuat untuk memotivasi orang untuk bertindak secara langsung. Suatu kebutuhan menjadi suatu motif bila telah mencapai tingkat intensitas yang cukup. Kotler dan Susanto (1999:237) mendefinisikan bahwa, “ Suatu motif (dorongan) adalah suatu kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang untuk bertindak”. Memuaskan kebutuhan tersebut dapat mengurangi rasa ketegangannya.

Motif pembelian ialah pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh-pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian (Sigit, 1982:240). Menurut Sigit (1982:17) motif pembelian dapat dibedakan antara motif pembelian terhadap barangnya, dan motif pembelian terhadap tempat atau toko yang menjualnya. Winardi (1986:386) menyatakan bahwa :

Pengaruh yang menyebabkan seorang konsumen memilih produk tertentu dinamakan motif-motif produk (*product motives*) sedangkan pertimbangan yang menyebabkan konsumen melakukan pembelian pada sebuah toko dinamakan motif-motif *patronase* (*patronage motives*).

1) *Product motives* terdiri atas dua golongan : “*emotional product motives*” dan “*rational product motives*” (Sigit, 1982:17)

a) *Emotional product motives* adalah sesuatu yang mendorong orang untuk membeli sesuatu produk tanpa pertimbangan-pertimbangan dan alasan-alasan rasional. Alasan pembelian disebabkan misalnya oleh sugesti, asosiasi pikiran, gambaran khayal, meniru, supaya berbeda dari orang lain, perasaan bangga, romantika, menarik hati, dan sebagainya.

b) *Rational product motives* ialah pertimbangan rasional yang mendorong melakukan pembelian, misalnya karena pertimbangan ekonomis, lebih murah, tahan lama, dapat dipercaya, mutu baik, tidak gampang rusak, pekoleh, dan sebagainya.

Gunanya mengetahui “*motives*” ini ialah agar kita tahu apa alasan-alasan orang melakukan pembelian sehingga kita dapat melakukan kegiatan untuk menarik mereka membeli barang yang ditawarkan.

2) *Patronage motive* terdiri atas yang “*emotional*” dan yang “*rational*”. *Emotional* misalnya : di toko yang menjual barang ada sesuatu yang menarik, orang-orang penting melakukan pembelian di situ, orang mengatakan tempat itu adalah tempat yang baik, dan sebagainya. Alasan yang *rational* misalnya : memilih waktu dengan bebas sesuai kebutuhan, harganya adalah relatif murah, *service*-nya baik, lokasinya paling strategis, dan sebagainya.

#### b. Persepsi

Seseorang yang termotivasi adalah siap untuk bertindak (Kotler dan Susanto, 1999:241). Bagaimana seseorang benar-benar bertindak dipengaruhi oleh persepsi dia mengenai sesuatu tertentu. Seseorang memandang suatu obyek stimuli melalui sensasi-sensasi yang mengalir melalui kelima indera kita : hidung, mata, telinga, kulit, dan lidah. Namun demikian, setiap orang mengikuti,

mengatur, dan menginterpretasikan data sensoris ini menurut cara masing-masing. Persepsi didefinisikan Kotler dan Susanto (1999:241) sebagai : “Proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti”.

Persepsi tidak hanya tergantung pada stimuli fisik tetapi juga pada stimuli yang berhubungan dengan lingkungan sekitar (*ide Gestalt*) dan keadaan individu tersebut. Konsumen dapat memberikan persepsi yang berbeda terhadap rangsangan-rangsangan yang sama dikarenakan ketiga proses persepsi yaitu : *eksposur selektif*, *distorsi selektif*, dan *restensi selektif* (Kotler dan Susanto, 1999:241).

#### 1) *Eksposur selektif*

Menurut Kotler dan Susanto (1999:241), “Orang dihadapkan pada sejumlah besar rangsangan setiap hari dalam kehidupannya. Meskipun hal ini dibatasi pada rangsangan komersial, akan tetapi rata-rata orang dihadapkan pada lebih dari 1500 iklan sehari”. Tidak mungkin seseorang untuk mengikuti semua rangsangan ini. Kebanyakan rangsangan ini akan melalui penyaringan. Pemasar harus bekerja secara tekun dan menarik perhatian konsumen. Pesan mereka akan hilang pada sebagian besar orang yang tidak ada di dalam pasar-pasar untuk produk tersebut. Orang yang ada di dalam pasar tidak memperhatikan pesan tersebut, kalau pesan itu berada di luar wilayah rangsangan.

#### 2) *Distorsi selektif*

Rangsangan yang menarik konsumen tidak selalu datang dari arah yang diinginkan. Setiap orang mencoba mencocokkan informasi yang masuk ke dalam pandangannya. *Distorsi selektif* menggambarkan kecenderungan orang untuk merakit informasi ke dalam pengertian pribadi. Orang cenderung menafsirkan informasi dengan cara yang lebih mendukung daripada menentang prakonsepsi mereka.

#### 3) *Restensi selektif*

Orang akan melupakan banyak apa yang telah mereka pelajari. Mereka akan cenderung menahan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaan mereka.

### c. Pengetahuan

Ketika orang-orang bertindak, mereka belajar, pengetahuan menjelaskan perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman (Kotler dan Susanto, 1999:242). Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli (Mangkunegara, 1988:48). Kebanyakan perilaku manusia dipelajari. Ahli teori pengetahuan mengatakan bahwa pengetahuan seseorang dihasilkan melalui suatu proses yang saling mempengaruhi dari dorongan, stimuli, petunjuk, tanggapan, dan penguatan (Kotler dan Susanto, 1999:242).

Teori pengetahuan mengajarkan para pemasar bahwa mereka dapat menciptakan permintaan akan suatu produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat, penguatan yang positif. Sebuah perusahaan baru dapat memasuki suatu pasar dengan memberikan dorongan sama yang digunakan pesaing dan memberikan konfigurasi petunjuk yang mirip karena para pembeli lebih mengalihkan kesetiaan mereka kepada merek-merek yang sejenis daripada merek yang berbeda (generalisasi). Perusahaan itu merancang mereknya untuk menarik serangkaian dorongan yang berbeda dan menawarkan petunjuk yang kuat yang menyebabkan pengalihan (diskriminasi).

### d. Keyakinan dan Sikap

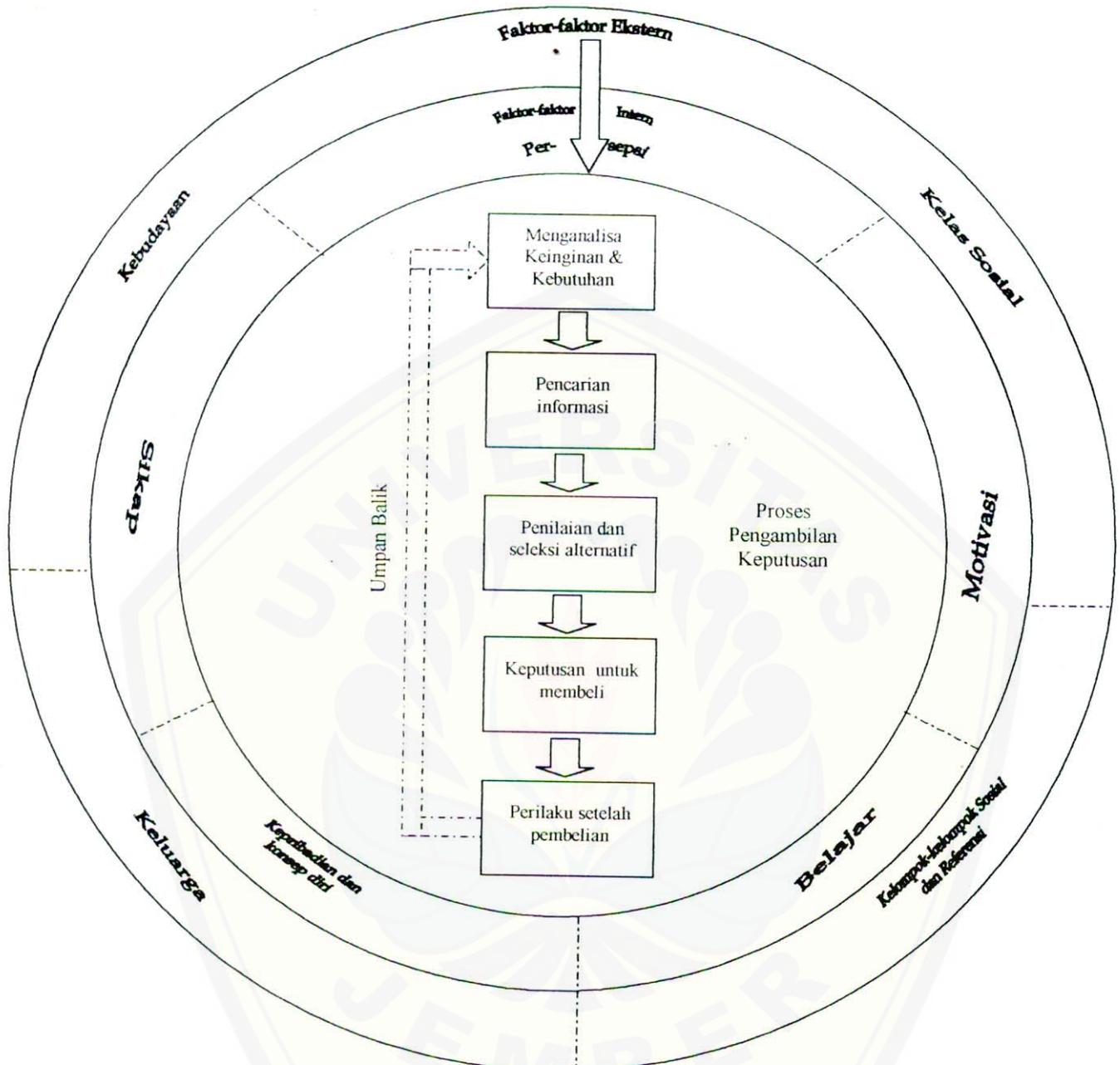
Mangkunegara (1988:50) menyatakan bahwa, "Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu produk, merek dan pelayanan". Dengan bertindak dan belajar, orang-orang memperoleh keyakinan dan sikap, kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan adalah pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal (Kotler *et.al*, 1999:243).

Para produsen tentu saja sangat tertarik pada keyakinan yang dianut orang mengenai produk mereka. Keyakinan ini menciptakan citra produk dan merek, dan orang bertindak atas citra ini. Jika sebagian keyakinan adalah salah dan menghambat pembelian, produsen akan meluncurkan suatu kelompok kampanye untuk mengoreksi keyakinan ini.

Sikap menjelaskan evaluasi kognitif, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan seseorang yang suka atau tidak suka terhadap suatu obyek atau ide (Kotler *et.al*, 1999:244). Orang-orang memiliki sikap terhadap hampir semua hal : agama, politik, pakaian, musik, makanan, dan sebagainya. Sikap menempatkan seseorang ke dalam suatu kerangka pemikiran tentang menyukai atau tidak menyukai suatu obyek, bergerak menuju atau menjauhinya.

Sikap mendorong orang untuk berperilaku secara konsisten terhadap obyek yang sejenis. Orang tidak selalu menginterpretasi dan bereaksi terhadap setiap obyek dengan cara yang sama sekali baru. Sikap sangat sulit untuk berubah. Sikap seseorang membentuk sebuah pola yang konsisten, dan untuk mengubah sebuah sikap mungkin membutuhkan penyesuaian utama terhadap sikap yang lain (Kotler *et.al*, 1999:244). Sebuah perusahaan sebaiknya menyesuaikan produknya dengan sikap yang sudah ada daripada berusaha untuk mengubah sikap orang. Terdapat beberapa pengecualian dimana biaya besar untuk mengubah sikap memperoleh hasil yang baik.

Faktor-faktor psikologis yang berasal dari intern individu, sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Teori-teori psikologis akan banyak membantu dalam memberikan pengetahuan yang sangat penting tentang alasan-alasan menyangkut perilaku konsumen.



Gambar 2. Kerangka Analisa Perilaku Konsumen  
 Sumber : Swastha dan Handoko, 1987, hal. 16

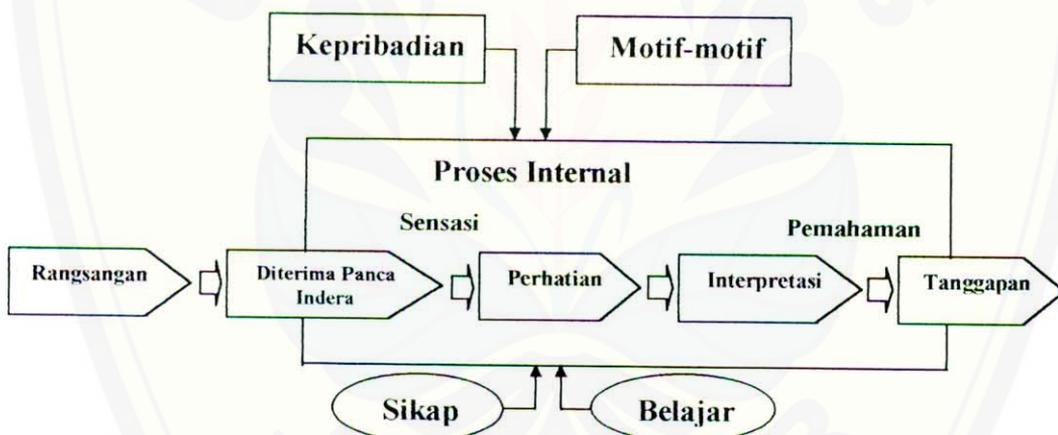
Faktor-faktor psikologis yang menjadi dasar dalam perilaku konsumen adalah : motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian dan konsep diri (Swastha dan Handoko, 1987:75).

### a. Motivasi

Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai sesuatu tujuan (Swastha dan Handoko, 1987:75). Motif yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang didorong oleh sesuatu kekuatan dari dalam diri orang tersebut, kekuatan pendorong inilah yang kita sebut motif. Secara definitif motif adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan (Swastha dan Handoko, 1987:76).

### b. Pengamatan

Pengamatan adalah suatu proses dengan mana konsumen (manusia) menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya (Swastha dan Handoko, 1987:81).



Gambar 3. Kerangka Proses Pengamatan

Sumber : Swastha dan Handoko, 1987, hal 83

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak. Pengalaman dapat diperoleh dari semua perbuatannya di masa lampau atau dapat pula dipelajari, sebab dengan belajar seseorang akan dapat memperoleh pengalaman-pengalaman. Hasil dari pengalaman individu akan membentuk suatu pandangan tertentu terhadap suatu produk. Perbedaan pandangan konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam perilaku pembelian yang berbeda (Swastha, 1987:83).

### c. Belajar

Secara garis besar perilaku manusia dapat dibedakan dalam perilaku atau kegiatan fisiologis dan perilaku psikologis. Perilaku fisiologis sudah ada sejak manusia dilahirkan, seperti : pernafasan, peredaran darah, pencernaan, dan sebagainya. Perilaku Psikologis adalah semua perilaku manusia yang merupakan hasil dari proses belajar, seperti manusia belajar berjalan, berbicara, membaca, menghitung, menyanyi, menghafal, dan sebagainya. Perilaku psikologis dapat dibuat bermacam-macam, diubah, ditunda ataupun dihambat, dan baru timbul jika selalu dilatih. Perbedaan perilaku manusia ini, kita dapat membedakan antara tanggapan-tanggapan bawaan dan tanggapan-tanggapan yang dipelajari.

Belajar dapat didefinisikan sebagai perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman (Swastha dan Handoko, 1987:84). Perubahan-perubahan perilaku tersebut bersifat tetap atau permanen dan bersifat fleksibel. Hasil belajar akan memberikan tanggapan tertentu yang cocok dengan rangsangan-rangsangan dan yang mempunyai tujuan tertentu.

Proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan sebuah proses belajar dan sebagai bagian dari hidup konsumen. Proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan atau sebaliknya, tidak terjadi apabila konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang kurang baik.

### d. Kepribadian dan Konsep diri

Definisi kepribadian (*personality*) belum ada yang diakui secara umum, karena konsep kepribadian rupanya adalah suatu konsep yang demikian luasnya, sehingga merupakan suatu bangun yang tidak mungkin dirumuskan dalam satu definisi yang tajam tetapi yang dapat mencakup keseluruhannya. Kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan, sikap, dan lain-lain. Ciri-ciri sifat atau watak yang khas menentukan perbedaan perilaku dari tiap-tiap individu dan berkembang apabila orang tersebut berhubungan dengan orang lain.

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya (Mangkunegara, 1988:49). Menurut Swastha dan Handoko (1987:86) kepribadian dapat

didefinisikan sebagai, “Pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan dan cara untuk bertingkah laku, terutama sebagaimana tingkahlakunya dapat dijelaskan oleh orang lain dengan cara yang cukup konsisten (tetap)”.

Faktor lain yang ikut menentukan perilaku konsumen adalah konsep diri (*self-concept*). Konsep diri telah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri (sering disebut *image* diri) konsumen dengan *image merk*, *image* penjual, atau tujuan pengiklanan. Konsep diri didefinisikan oleh Theodore M. Newcombe (dalam Swastha dan Handoko, 1987:89), “Sebagai individu yang diterima individu itu sendiri dalam kerangka kehidupannya dalam suatu masyarakat yang menentukan”. Konsep diri ini tidak dibatasi oleh keinginan fisik, tetapi termasuk juga hal-hal lain seperti kekuatan, kejujuran, rasa humor, keadilan, kejahatan, dan sebagainya.

Manajer pemasaran perlu mengidentifikasi tujuan konsumen dalam suatu pembelian, karena dapat mempengaruhi perilaku mereka. Dalam situasi tertentu, manajer pemasaran dapat mempengaruhi tujuan ini jika mengetahui konsep diri seseorang. Biasanya, konsep diri seseorang hanya dinyatakan dengan suatu tujuan saja dan tidak mengatakan mengapa konsep diri tersebut ada. Setiap orang memiliki konsep diri yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan yang berbeda terhadap usaha-usaha pemasaran perusahaan.

#### e. Sikap

Sikap merupakan hasil dari faktor genetik dan proses belajar, dan selalu berhubungan dengan suatu obyek atau produk. Sikap biasanya memberikan penilaian (menerima atau menolak) terhadap obyek atau produk yang dihadapinya. Menurut Swastha dan Handoko (1987:92) :

Sikap berarti suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (neural) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku.

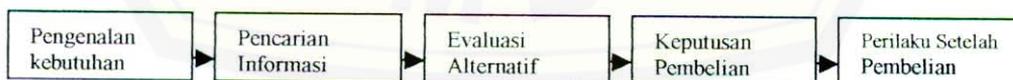
William G. Nickels (dalam Swastha dan Handoko, 1987:92) telah memberikan definisi dari sikap yang diterapkan dalam pemasaran sebagai berikut, “Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran

produk dalam masalah-masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsekuen”.

Sikap yang dilakukan konsumen berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman ataupun dari yang lain. Sikap konsumen bisa merupakan sikap positif ataupun sikap negatif terhadap produk-produk tertentu. Mempelajari keadaan jiwa dan keadaan pikir dari sikap seseorang diharapkan dapat menentukan perilaku seseorang. Keadaan jiwa sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan dari kebudayaan dan lingkungan sosialnya, sedangkan keadaan pikir seseorang merupakan cara berpikir yang dipengaruhi tingkat pendidikannya.

Setelah perusahaan mengerti kebutuhan manusia dan keinginan manusia untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka fenomena umum lain yang perlu dimengerti adalah perilaku dalam pembelian. Pembelian merupakan suatu proses. Kegiatan pembelian yang tampak hanyalah satu tahap dari keseluruhan proses pembelian konsumen. Para pemasar harus mendalami berbagai pengaruh terhadap para pembeli dan mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Para pemasar harus mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis keputusan pembelian, dan langkah-langkah dalam proses pembelian (Kotler dan Susanto, 1999:246).

Menurut Kotler dan Susanto (1999:251) konsumen melalui lima tahap dalam proses pembelian yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian aktual dan mempunyai konsekuensi lama setelah pembelian.



Gambar 4. Model Proses Pembelian Lima Tahap  
Sumber : Kotler dan Susanto, 1999, hal. 251

Model ini menyiratkan bahwa konsumen melalui semua dari kelima tahap dalam membeli suatu produk. Tetapi, hal ini tidak terjadi pada semua kasus,

terutama dalam pembelian dengan keterlibatan rendah. Konsumen melewati atau mengulangi tahap-tahap tertentu. Kelima tahap tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Penganalisaan kebutuhan dan keinginan ditujukan terutama untuk mengetahui adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi/terpuaskan. Jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan segera memahami adanya kebutuhan yang belum segera dipenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan-kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi. Jadi dari tahap inilah proses pembelian mulai dilakukan.

b. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang tergerak oleh stimuli akan berusaha untuk mencari lebih banyak Informasi. Perhatian utama pemasar adalah sumber informasi utama yang akan dicari konsumen dan kepentingan relatifnya terhadap keputusan pembelian sesudahnya. Sumber-sumber informasi konsumen terdiri dari empat kelompok (Kotler dan Susanto, 1999 : 252) :

- 1) Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- 2) Sumber komersial : iklan , tenaga penjual, pedagang perantara, pengemasan.
- 3) Sumber pengalaman : penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.
- 4) Sumber publik : media massa, organisasi rating konsumen.

Banyaknya dan pengaruh dari sumber-sumber ini bervariasi menurut kategori produk dan karakteristik pembeli. Secara umum konsumen menerima kontak informasi mengenai suatu produk yang paling banyak dari sumber komersial, yaitu sumber-sumber yang didominasi pemasar. Sebaliknya, kontak yang paling efektif berasal dari sumber-sumber pribadi. Setiap sumber informasi memberikan fungsi yang berbeda-beda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Informasi komersial biasanya menjalankan fungsi memberi tahu, dan sumber-sumber pribadi menjalankan fungsi mengesahkan dan atau mengevaluasi.

### c. Evaluasi Alternatif

Pengidentifikasi alternatif pembelian yang dilakukan konsumen tidak dapat terpisah dari pengaruh sumber-sumber yang dimiliki (waktu, uang, dan informasi) maupun resiko keliru dalam pemilihan. Atas dasar tujuan pembelian, alternatif-alternatif pembelian yang telah diidentifikasi, dinilai dan diseleksi menjadi alternatif pembelian yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya. Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merek-merek dalam kelompok pilihan. Konsumen membentuk suatu maksud pembelian untuk membeli merek yang paling disukai.

### d. Keputusan Pembelian

Pembelian dipengaruhi oleh faktor situasi yang tidak diantisipasi. Konsumen membentuk suatu maksud pembelian atas dasar faktor-faktor seperti pendapatan keluarga, harga, dan manfaat produk yang diharapkan. Ketika konsumen akan bertindak, faktor situasi yang tidak diantisipasi mungkin terjadi untuk mengubah maksud pembelian tersebut.

Keputusan seorang konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindari suatu keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang dirasakan (*perceived risk*). Pembelian yang mahal melibatkan suatu pengambilan resiko. Seorang konsumen mengembangkan rutin-rutin tertentu untuk mengurangi resiko, seperti penghindaran keputusan, pengumpulan informasi dari teman dan preferensi pada nama merek dan garansi yang bersifat nasional. Pemasar perlu memahami faktor-faktor yang menimbulkan rasa adanya resiko dalam diri konsumen dan memberikan informasi serta dukungan yang akan mengurangi resiko yang dirasakan.

### e. Perilaku setelah pembelian

Setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dengan suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen merasa puas, dia akan menunjukkan probabilitas yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi (Kotler dan Susanto, 1999:259). Konsumen yang merasa puas juga

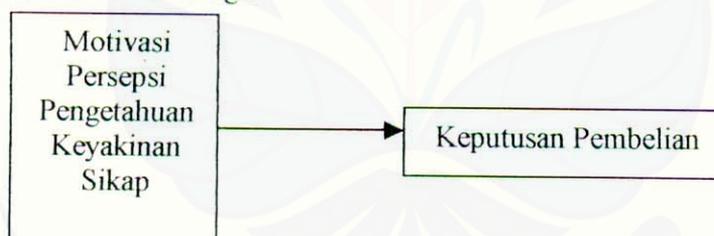
cenderung akan menyatakan hal-hal yang baik mengenai suatu merek kepada orang lain. Seorang konsumen yang merasa tidak puas akan bertindak sebaliknya.

Memahami kebutuhan konsumen dan proses pembelian konsumen sangat penting dalam membuat strategi-strategi pemasaran yang efektif. Dengan memahami bagaimana pembeli melalui tahap-tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian, para pemasar dapat memperoleh petunjuk-petunjuk tentang bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen. Memahami berbagai peserta dalam proses pembelian dan pengaruh utama mereka terhadap perilaku pembelian, para pemasar dapat merancang program pemasaran yang efektif untuk pasar sasaran mereka.

### 1.5 Model Analisis

Setelah landasan teori diuraikan, maka langkah selanjutnya adalah menggambarkan dimensi-dimensi faktor psikologis dalam keputusan pembelian melalui model analisis. Model analisis dapat digambarkan sebagai berikut :

#### Faktor-faktor Psikologis



Gambar 5. Model Analisis

### 1.6 Operasionalisasi Konsep

Konsep menggambarkan suatu fenomena yang abstrak. Agar konsep ini dapat diukur, diperlukan operasionalisasi ke dalam bentuk yang lebih konkrit sehingga akan mempermudah pengukurannya. Cooper (1999:37) menyatakan bahwa, "Definisi operasional adalah suatu definisi yang dinyatakan dalam kriteria atau operasi yang dapat diuji secara khusus".

Konsep-konsep yang akan dioperasionalkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Faktor psikologis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah merupakan kombinasi dari variabel psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.
  - 1) Motivasi adalah pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh-pengaruh yang mendorong keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama.
    - a) *Emotional product motives* adalah sesuatu yang mendorong siswa kelas tiga SMU memutuskan menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama sebagai lembaga untuk bimbingan belajar tanpa pertimbangan-pertimbangan dan alasan-alasan rasional.
    - b) *Rational product motives* adalah pertimbangan rasional yang mendorong menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama sebagai lembaga untuk bimbingan belajar.
  - 2) Persepsi adalah proses penafsiran rangsangan dari lingkungan oleh konsumen mengenai Lembaga Pendidikan Primagama, menjadi suatu gambaran yang berarti dan masuk akal.
  - 3) Pengetahuan adalah proses terjadinya perubahan konsumen dalam perilaku sebagai akibat dari pengalaman dan kesadarannya tentang Lembaga Pendidikan Primagama.
  - 4) Keyakinan adalah gambaran yang dianut konsumen mengenai Lembaga Pendidikan Primagama.
  - 5) Sikap adalah tanggapan-tanggapan terhadap rangsangan lingkungan mengenai Lembaga Pendidikan Primagama.
- b. Keputusan pembelian adalah proses keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama sebagai lembaga bimbingan belajar untuk memenuhi kebutuhannya.
- c. Konsumen adalah siswa SMU kelas tiga yang terdaftar tahun 2001/2002 dan masih memanfaatkan jasa Lembaga Pendidikan Primagama.

## 1.7 Metode Penelitian

### 1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2001:10), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti akan melakukan beberapa tahap penelitian, yaitu :

### 1.7.2 Tahap Persiapan

#### a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah mencari teori tentang jasa, perilaku konsumen, faktor psikologis, dan keputusan pembelian, untuk memperkaya perbendaharaan teori dan memperluas wawasan.

#### b. Penentuan Daerah Penelitian

Penelitian ini memilih Lembaga Pendidikan Primagama yang ada di Jl. PB. Sudirman 26 Jember. Adapun alasan memilih daerah penelitian ini adalah :

- 1) Lembaga Pendidikan Primagama yang ada di Jl. PB. Sudirman 26 Jember merupakan kantor Cabang Lembaga Pendidikan Primagama. Kantor Cabang Lembaga Pendidikan Primagama Jember ini mempunyai empat gerai/outlet, yaitu Lembaga Pendidikan Primagama di jalan Gajah Mada, Tanggul, Situbondo, dan Bondowoso.
- 2) Lembaga pendidikan Primagama yang ada di Jl. PB.Sudirman 26 Jember mempunyai jumlah siswa kelas tiga SMU lebih banyak jika dibandingkan dengan gerai/outlet yang lainnya.

Tabel 2. Jumlah Siswa Kelas Tiga SMU Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Pramadia Jember Tahun 2001/2002 s.d Tgl. 28 Februari 2002

Lokasi Primagama	Jumlah siswa
Jl. PB. Sudirman 26 Jember	247
Jl. Gajah Mada 150 Jember	18
Tanggul	-
Situbondo	128
Bondowoso	75
Jumlah	468

Sumber : Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember 2002

3) Banyaknya konsumen yang dapat dijadikan sampel, penelitian ini diharapkan akan mendapatkan hasil yang lebih obyektif dan akurat.

#### c. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan adalah melakukan studi awal pada Lembaga Pendidikan Primagama untuk memperoleh informasi yang terkait dengan periklanan, prestasi siswa, pesaing dan fasilitas Lembaga Pendidikan Primagama sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan objek.

#### d. Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh siswa Lembaga Pendidikan Primagama yang terdaftar tahun 2001/2002 dan masih menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Menurut Marzuki (1995:51), "Purposive sampling adalah sampling dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sampel tersebut representative atau mewakili populasi".

Besarnya sampel yang dikehendaki adalah 100 siswa kelas tiga SMU. Peneliti menginginkan 100 siswa karena adanya keterbatasan tenaga, waktu dan biaya, selain itu 100 siswa diharapkan mewakili populasi yang ada. Karakteristik berdasarkan atas jurusan dan jenis kelamin sehingga terdapat empat kelompok yaitu :

- a) Siswa laki-laki kelas tiga SMU IPA.
- b) Siswa perempuan kelas tiga SMU IPA.
- c) Siswa laki-laki kelas tiga SMU IPS.
- d) Siswa perempuan kelas tiga SMU IPS.

Tabel 3. Kelompok Siswa SMU Lembaga Pendidikan Primagama Th. 2001/2002

Jenjang	3 SMU IPA		3 SMU IPS	
Jenis Kelamin	L	P	L	P
	69	126	23	29

Sumber : Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember 2002

- 1) Peneliti menginginkan 100 siswa kelas tiga SMU maka :
  - a)  $40/100 \times 69 = 28$  siswa laki-laki kelas tiga SMU IPA.
  - b)  $40/100 \times 126 = 51$  siswa perempuan kelas tiga SMU IPA.

$$c) 40/100 \times 23 = 9 \text{ siswa laki-laki kelas tiga SMU IPS.}$$

$$d) 40/100 \times 29 = 12 \text{ siswa perempuan kelas tiga SMU IPS.}$$

$$\frac{\quad}{100} +$$

100 siswa

Keempat kelompok tersebut dipilih secara random.

Sampel sebesar 100 siswa kelas tiga SMU (28+51+9+12) atau 40% dari 247 dan masing-masing kelompok akan diwakili dengan perbandingan yang telah ditetapkan.

### 1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Guna mendapat data tentang faktor psikologis dalam keputusan konsumen menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama di Jember maka peneliti memakai beberapa teknik pengumpulan data, yaitu :

#### a. Teknik Wawancara

Salah satu teknik pengumpulan data adalah dengan jalan wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden (Singarimbun, 1989:193). Peneliti mengadakan wawancara langsung dengan Kepala Cabang Lembaga Pendidikan Primagama di Jember. Wawancara ini dilakukan peneliti untuk mendapatkan gambaran umum Lembaga Pendidikan Primagama, yaitu : tentang sejarah berdirinya, tenaga pengajar, karyawan, organisasi, pemasaran dan perkembangan jumlah siswa Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember.

#### b. Penyebaran Kuesioner atau Angket

Angket merupakan perangkat pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden secara tertulis (Kartadinata, 1988:43). Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket berstruktur. Menurut Kartadinata (1988:43) angket berstruktur adalah, "Jika pernyataan dalam angket tersebut sudah dilengkapi dengan kemungkinan jawaban, dan responden tinggal memilih jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman, pendapat, atau perasaannya".

Angket disebarikan kepada 100 orang yang dipilih secara random yaitu siswa SMU kelas tiga yang terdaftar pada Lembaga Pendidikan Primagama tahun 2001 sampai dengan 28 Februari 2002. Penyebaran angket dilakukan pada tanggal 22 – 24 Mei 2002 jam 17.00 – 17.30 WIB.

#### 1.7.4 Pengolahan Data

Pada tahap pengolahan data, langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

##### a. Pemeriksaan Data/ *Editing*

*Editing* dilakukan setelah semua data kuesioner/angket terkumpul. Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah memeriksa kembali semua kuesioner tersebut satu per satu (Mardalis, 1999:77). *Editing* dilakukan dengan maksud untuk mengecek, apakah setiap kuesioner telah diisi sesuai dengan petunjuk sebelumnya dan untuk mengetahui apakah data tersebut siap untuk diproses lebih lanjut. Pemeriksaan data ini dilakukan terhadap jawaban yang telah ditulis oleh responden dalam kuesioner.

##### b. Tabulasi

Pekerjaan tabulasi data dilakukan, jika semua kuesioner telah diperiksa. Langkah pertama yang perlu kita persiapkan adalah tabel-tabel kerja sesuai dengan variabel-variabel pertanyaan dan item-itemnya (Mardalis, 1999:77), sehingga dapat digunakan untuk memudahkan pembacaan terhadap data serta mempermudah karakteristik responden berdasarkan jawaban yang diberikan dalam kuesioner.

#### 1.7.5 Tahap Analisis Data

Data yang selesai diolah kemudian dianalisis guna memecahkan masalah dan hipotesis dalam penelitian. Singarimbun dan Effendi (1989 : 203) menyatakan bahwa, “ Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan”.

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka teknik yang digunakan untuk analisis data adalah tabel frekuensi.

#### 1.7.6 Tahap Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan di dalam penelitian didasarkan pada data yang diperoleh dan telah dianalisis sehingga dapat ditemukan jawaban dari permasalahan yang dikemukakan. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara deduktif yaitu berdasarkan hal-hal yang bersifat umum disimpulkan ke hal-hal yang bersifat khusus.



## II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

### 2.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan

Lembaga Pendidikan Primagama didirikan oleh Purdi E. Chandra pada tanggal 10 Maret 1982. Pada saat pertama didirikan pada tahun pelajaran 1982/1983 Lembaga Pendidikan Primagama menempati sebuah rumah di jalan Kapten Piere Tendean no. 10 Yogyakarta dengan jumlah 64 siswa kelas 3 SMA.

Momentum awal ini menemukan bentuknya ketika masyarakat mendapat manfaat yang sangat positif dari Lembaga Bimbingan Tes Primagama (pada awal berdirinya, masyarakat lebih banyak menyebut Primagama sebagai bimbingan tes). Primagama terus melaju maju dalam jumlah siswa, tentor dan tempat belajarnya.

Guna memberikan dasar hukum yang kuat dalam Primagama berkiprah di dunia pendidikan maka dibentuklah yayasan Primagama dengan akte notaris Daliso Rudianto, SH Nomor 123 tahun 1985. Secara kelembagaan Lembaga Bimbingan Tes Primagama berubah menjadi Lembaga Pendidikan Primagama.

Pada tanggal 10 November 1990 tim pengembangan kawasan Lembaga Pendidikan Primagama dari Yogyakarta mengadakan observasi di Jember. Dinilai kota Jember mempunyai potensi untuk didirikan Lembaga Bimbingan Belajar maka tim pengembangan kawasan Lembaga Pendidikan Primagama mengadakan tes uji coba UMPTN. Tes uji coba UMPTN (*Try Out*) diadakan bekerjasama dengan radio Prosalina. Kegiatan ini disambut baik oleh siswa SMU kelas 3 terbukti dengan banyaknya peserta kurang lebih 500 siswa. Pada bulan Desember kegiatan tersebut ditindaklanjuti oleh tim pengembangan kawasan Lembaga Pendidikan Primagama dari Yogyakarta dengan mencari tempat yang digunakan untuk kantor Lembaga Pendidikan Primagama.

Tempat tersebut akhirnya didapat di Jl. PB. Sudirman no.26 Jember. Pada awal Januari diadakan *product sampling*, bimbingan belajar diberikan gratis khusus kepada siswa SMU kelas tiga. Hasil dari *product sampling* tersebut sangat menggembirakan sekitar 150 siswa masuk Lembaga Pendidikan Primagama. Pada

tanggal 1 Februari 1991 Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember resmi dibuka untuk SMU kelas tiga. Awal pembukaan mendapatkan 205 siswa.

Peminat siswa SMU yang semakin banyak maka Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember membuka pembantu cabang (*outlet*) di Situbondo (1995), Bondowoso (1997), Tanggul (2000) dan jalan Gajah Mada (2001).

Filosofi perusahaan disadari sebagai kaidah yang disepakati bersama dan diyakini sebagai “senjata”, filosofi Lembaga Pendidikan Primagama yang selama ini dianut sebagai landasan dalam menggelindingkan roda operasional lembaga adalah

- a. Bekerja adalah ibadah
- b. *Superteam* (kerja tim)
- c. *Long life employment* (bekerja untuk jangka panjang)

Proses pembelajaran di Lembaga Pendidikan Primagama memang selaras dengan proses pembelajaran yang ideal sifatnya. Lembaga Pendidikan Primagama memiliki tujuan :

- a. Membantu siswa (peserta didik) untuk menguasai potensi-potensi yang ada dalam dirinya.
- b. Membantu mendorong siswa (peserta didik) untuk belajar secara optimal dan tepat pada sasaran.
- c. Membantu siswa (peserta didik) meraih prestasi belajarnya secara optimal.
- d. Mengarahkan siswa (peserta didik) agar selaras dengan talenta yang dimilikinya.
- e. Membantu orang tua siswa dalam mendampingi belajar para putra-putrinya.

## 2.2 Tenaga Pengajar

Tenaga pengajar atau tentor di Lembaga Pendidikan Primagama diterima melalui seleksi ketat. Tendor adalah sebutan akrab untuk semua staf pengajar di Lembaga Pendidikan Primagama se-Indonesia. Calon tenaga pengajar/tendor (khusus untuk bimbingan belajar kelas 3 SMU) diisyaratkan harus dari perguruan tinggi negeri. Seorang tentor merupakan ujung tombak bagi keberhasilan siswa

dalam upaya mencapai jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Guna menjamin kualitas tentor yang tersebar di seluruh Indonesia maka pada setiap tentor dibekali bentuk-bentuk kegiatan tentor untuk mendukung fungsi sebagai tentor pengajar, bentuk-bentuk kegiatan tersebut adalah sebagai berikut : *microteaching*, TFT (*Training For Trainer*), seminar kependidikan, program reorientasi pengajaran.

a. *Microteaching*

Inti kegiatan ini adalah presentasi kegiatan mengajar secara rutin yang dilaksanakan oleh para tentor yang senior.

b. TFT (*Training For Trainer*)

Kegiatan ini adalah pelatihan yang dilaksanakan secara rutin untuk meningkatkan penguasaan tentor dengan diperkaya observasi, manajemen kelas, psikologi pendidikan dan tentunya dengan wawasan *stakeholder* dan keprimagamaan.

c. Seminar Kependidikan

Wawasan tenaga pengajar dapat ditambah dalam rangkaantisipasi adanya perkembangan di bidang pendidikan seperti seminar, temu tentor, raker tentor yang diadakan di kantor pusat.

d. Program Reorientasi Pengajaran

Kegiatan ini merupakan program pengajaran dengan menyajikan informasi tentang segala hal yang berkaitan dengan pengajaran di Lembaga Pendidikan Primagama.

Pelatihan-pelatihan tersebut berguna untuk menyeragamkan kualifikasi tenaga pengajar Primagama sebelum diterjunkan untuk mengajar di kelas. Setiap calon tenaga pengajar dan karyawan yang lolos seleksi diwajibkan mengikuti pelatihan-pelatihan seperti *Achievment Motivation Training* (AMT), *Total Quality Control* (TQC), *Training for Trainer* (TFT), kepemimpinan (*leadership*), dan lain-lain.

Keberadaan tentor di Lembaga Pendidikan Primagama sangat bergantung dari penilaian siswa yang dibimbing. Siswa diberi hak menilai dan bisa menolak bimbingan seorang tentor yang dianggap tidak mampu. Siswa yang ada diberi kesempatan untuk mengisi angket siswa. Angket siswa adalah angket yang dipakai untuk menilai dan pemberian pendapat oleh siswa tentang segala hal yang

terkait dengan kegiatan belajar mengajar yaitu aspek sarana belajar, prasarana pengajaran, sarana evaluasi, pelayanan dan aspek pengajaran.

Semua staf pengajar Primagama diberikan kesempatan berprestasi dengan diberi imbalan yang sesuai. Kualitas bimbingan seorang tenaga pengajar setiap catur wulan dinilai oleh siswa melalui angket. Hasil angket yang memberi nilai A bagi seorang tenaga pengajar, diberikan bonus yang besarnya sama dengan 40 kali jam mengajar dan nilai 20 kali jam mengajar untuk tentor yang memperoleh nilai B. Sistem pengajaran dari para tenaga pengajar Primagama adalah terkoordinasi secara terpadu dan terpusat dengan dipantau tim Pengendali Mutu Akademik di Kantor Pusat dan Kantor Cabang Lembaga Pendidikan Primagama.

### 2.3 Penelitian dan Pengembangan (Litbang)

Perkembangan Primagama yang semakin “menggurita” dan perkembangan jumlah siswa yang semakin besar menyiratkan bahwa aspek internal maupun eksternal semakin mapan akan tetapi sisi pengembangan dan sisi akademik yang semakin banyak harus diikuti dengan penelitian beserta tindak lanjutnya. Departemen Akademik Primagama yang memproduksi segala jenis sarana dan prasarana pengajaran akan terus berbenah dengan mengamati outputnya. Adanya penelitian dan pengembangan diharapkan semua pihak yang terkait dengan proses keakademisan di Primagama akan jauh lebih luas wawasannya yang nantinya berdampak semakin meningkatnya kualitas layanan kepada siswa. Secara khusus bidang Litbang melayani kurikulum, pengujian, penelitian, pengembangan dan informatika.

#### a. Kurikulum

Litbang Departemen Akademik merencanakan bentuk pengajaran dalam perangkat pengajaran yang disebut GBPP (Garis-Garis Besar Program Pengajaran). GBPP yang dibuat oleh Departemen Akademik disusun sedemikian rupa agar pengajaran di lingkungan Lembaga Pendidikan Primagama lebih terstruktur. GBPP yang disusun Primagama lebih mengacu kepada kebutuhan praktis lebih komprehensif dan

pragmatis untuk persiapan tes Cawu, kenaikan kelas, Ujian Akhir Sekolah (UAS), Ujian Akhir Nasional (UAN) dan SPMB. Fungsi dan tujuan GBPP:

- 1) Tentor mempunyai gambaran materi program pengajaran selama satu tahun pelajaran.
- 2) Tentor mempunyai kendali dalam menggunakan sarana belajar.
- 3) Tentor memiliki panduan penggunaan sarana belajar yang tepat.
- 4) Tentor memiliki kesiapan materi dalam pengajaran.
- 5) Tujuan pengajaran di Primagama lebih jelas dan terarah.

Komponen GBPP Primagama anatara lain meliputi ruang lingkup materi dan Target Operasional Pengajaran (TOP) per Catur wulan yang telah dipilih sesuai dengan program REC (*Remedial, Enrichment, Consulting*).

- 1) *Remedial* adalah upaya yang dilakukan untuk memperbaiki sebagian atau seluruh kesulitan yang dihadapi siswa (peserta didik) yang belum mencapai tingkat penguasaan yang telah ditetapkan.
- 2) *Enrichment* adalah upaya yang dilakukan untuk memberi kesempatan kepada siswa yang telah mencapai tingkat penguasaan yang telah ditetapkan untuk mendalami materi berikutnya.
- 3) *Consulting* adalah melakukan pelayanan konsultasi dan bimbingan dalam bidang kesulitan belajar, bimbingan pribadi dan bimbingan sosial.

Penentuan materi tersebut dilakukan Tim Litbang Departemen Akademik secara cermat dengan pertimbangan materi "*must know, should know* dan *nice to know*" untuk 5, 6 SD, 1, 2, 3 SLTP dan 1, 2, 3 SMU.

Kurikulum dan GBPP yang disusun Primagama tetap mengacu pada kurikulum yang dipakai pada pendidikan formal yang dikeluarkan oleh Departemen Pendidikan Nasional. Di samping itu GBPP Primagama juga berorientasi pada tujuan akhir program yaitu prestasi tinggi di sekolah, sukses UAS, UAN dan SPMB. Materi yang dituangkan dalam GBPP tidak hanya mengacu secara murni seperti di sekolah tetapi juga diberikan materi pengajaran pada kelas di bawahnya sehingga dapat

dikatakan bahwa GBPP Primagama lebih komprehensif, praktis dan pragmatis untuk persiapan tes-tes di sekolah, UAS, UAN maupun SPMB.

#### b. Pengujian

Kegiatan pengujian melingkupi kegiatan-kegiatan penyiapan alat evaluasi untuk siswa Primagama. Alat evaluasi yang disusun dipakai untuk mengukur keberhasilan siswa dalam belajar sekaligus untuk memberi gambaran materi evaluasi yang akan dihadapi siswa di sekolah. Tindak lanjut dari evaluasi ini dilakukan baik langsung dalam kegiatan belajar mengajar dalam bentuk *remedial* di tingkat cabang maupun dalam bentuk penelitian hasil belajar siswa di tingkat pusat.

#### c. Penelitian

Penelitian yang dilakukan antara lain adalah penelitian hasil belajar, penelitian tentang pencarian hasil belajar tiap cabang maupun validitas materi evaluasi. Kegiatan penelitian bertujuan untuk memberikan umpan balik kepada seluruh tenaga pengajar dalam menindaklanjuti REC. Di samping itu juga dilakukan penelitian tentang tes Cawu, UAS, UAN dan SPMB baik berupa identifikasi materi maupun penelaahan materi.

#### d. Pengembangan

Litbang Departemen Akademik berupaya untuk melakukan inovasi dan pengembangan hasil penelitian. Seluruh perangkat pengajaran di Primagama telah mengalami pengembangan untuk menuju materi baku pengajaran. Pengembangan desain program bimbingan belajar berikut perangkatnya sehingga dalam satu jenjang terdapat berbagai bentuk program misalnya : desain program untuk kelas utama dan kelas khusus 6 SD, 3 SLTP, dan lain-lain.

#### e. Informatika

Litbang Departemen Akademik mengolah berbagai informasi kependidikan yang dibutuhkan para siswa. Primagama telah memiliki program informasi tentang UAS dan UAN yang dikemas dalam bentuk paket-D untuk 6 SD dan Paket-E untuk 3 SLTP. Kelas 3 SMU telah disediakan informasi tentang data kuantitas jurusan/program studi seluruh

PTN (Perguruan Tinggi Negeri) dalam bentuk komputerisasi (paket-F). Seluruh informasi baik melalui penelitian maupun informasi dari instansi resmi selalu diolah dalam bentuk informasi aktual kepada seluruh siswa Primagama.

#### 2.4 Media Bantu Pengajaran

##### a. *Optical Mark Reader* (OMR)

OMR adalah alat koreksi lembar jawab komputer. Menjembatani kebutuhan para siswa Primagama menyediakan alat canggih yang tidak murah harganya yaitu OMR. Pada tahun 1988 Primagama telah mengadakan alat tersebut yaitu "*OPSCAN 3000 Centry*". Pada tahun 1993, Primagama menambah satu alat berupa Scanner "*OPSCAN 5 NCS*". Kedua alat ini bila beroperasi bersamaan bisa memproses 4000 lembar jawaban setiap jam. Pada tahun 1997 Primagama telah melengkapi setiap wilayah Kantor Cabangnya dengan OMR tersebut sehingga kemampuan koreksinya jauh lebih cepat.

##### b. Kuliah Umum

Pengalaman membuktikan bahwa pemahaman bidang studi tidak cukup untuk mengantarkan siswa berhasil dalam SPMB. Diperlukan wawasan di luar bidang akademis, antara lain tentang strategi lolos SPMB, persiapan teknis serta persiapan psikologis. Berangkat dari hal tersebut, Primagama menyelenggarakan acara kuliah umum (wajib bagi siswa). Pada awal program bimbingan dimulai selama proses bimbingan belajar sering diselenggarakan kuliah umum bagi seluruh siswa yang selain menghadirkan nara sumber dari kantor pusat juga nara sumber dari luar lingkungan Primagama. Nama-nama seperti Prof. Dr. Sarlito Wirawan Sarwono (Psikolog), Dr. Moh. As'ad, SU (Psikolog) sudah tidak asing lagi bagi siswa Primagama. Bahkan tidak jarang mantan siswa Primagama yang berprestasi di kampusnya diundang bercerita tentang pengalamannya.

c. Konsultasi Siswa (KONSIS).

KONSIS yang merupakan akronim dari konsultasi siswa telah mengakar sebagai layanan wajib yang harus diberikan kepada siswa Primagama. Berbagai pembenahan data KONSIS maupun bentuk KONSIS selalu dilakukan demi kepentingan dan kebutuhan para siswa peserta bimbingan. Tujuan KONSIS Primagama adalah agar para siswa :

- 1) Memperoleh informasi kependidikan secara obyektif dan reliabel.
- 2) Dapat memecahkan masalah yang terkait dengan hambatan belajar.
- 3) Memiliki gambaran tentang jurusan yang akan dipilih saat SPMB (bagi siswa kelas 3 SMU).
- 4) Memiliki cara belajar yang efektif sesuai dengan kemampuan dan kondisi pendukungnya dalam belajar.

d. Program *Computer Assited Intruction* (CAI)

Salah satu bentuk program yang diterapkan Primagama dalam menghadapi era globalisasi adalah program CAI. Program CAI dapat digunakan para siswa Primagama untuk dapat belajar maupun berlatih soal-soal melalui media komputer yang ada.

e. Internet

Melalui internet Primagama dapat diperoleh informasi-informasi aktual seputar dunia pendidikan. Para siswa, orang tua maupun kalangan pendidik dapat berkomunikasi sekaligus berkonsultasi dengan staf pengajar Primagama. Internet Primagama di masa depan akan dikembangkan dalam bentuk bimbingan belajar *on line* (Bimbo) sehingga para siswa dapat mengikuti bimbingan belajar di rumah melalui komputer.

## 2.5 Materi, Sarana Belajar, Prasarana dan Evaluasi

Materi, sarana belajar, prasarana dan evaluasi pengajaran di Primagama disusun sesuai dengan masing-masing program bimbingan. Program bimbingan yang diselenggarakan oleh Primagama adalah bimbingan belajar kelas 4 SD, 5 SD, 6 SD, 1 SLTP, 2 SLTP, 3 SLTP, 1 SMU, 2 SMU, 3 SMU IPA dan IPS serta

bimbingan 3 SMU IPA, IPS dan IPC program intensif khusus setelah Ujian Akhir Nasional (UAN).

Sarana belajar Primagama meliputi : panduan belajar/modul, paket soal latihan, prediksi soal UAS (untuk 6 SD), prediksi soal UAN(untuk 3 SLTP dan 3 SMU), paket prediksi soal Cawu (untuk 4 SD, 5 SD, 1 SLTP, 2 SLTP, 1 dan 2 SMU), paket prediksi soal SPMB (untuk 3 SMU).

GBPP (Garis-Garis Besar Program Pengajaran) dan kalender akademik disusun agar tentor mempunyai gambaran dan acuan tentang materi program pengajaran dan memiliki kesiapan materi dalam pengajaran selama satu tahun pelajaran. GBPP dan kalender akademik Primagama mengacu pada kurikulum yang berlaku guna memenuhi kebutuhan siswa.

Proses pembelajaran dilakukan di kelas dengan metode pengajaran yang tepat sehingga komunikasi dua arah, siswa dengan tenaga pengajar dapat berjalan dengan baik serta didukung ruangan belajar yang memadai. Kegiatan evaluasi disadari oleh pengelola Primagama sebagai suatu yang penting pada proses belajar guna memantau daya serap serta pengamatan perkembangan kemampuan siswa. Primagama selalu menyelenggarakan evaluasi pengajaran yang meliputi : Tes Standar 1 dan 2 (untuk semua program bimbingan), Tes Pra UAS, UAN dan Tes Uji Coba UAS (untuk 6 SD), Tes Uji Coba UAN (3 SLTP dan 3 SMU), Tes Pra Cawu (untuk 1,2 SLTP dan 1,2 SMU), Tes Pra SPMB dan Tes Uji Coba SPMB (untuk 3 SMU).

## 2.6 Pengelolaan Manajemen

Primagama terus berkembang dengan penuh keyakinan akan komitmennya terhadap pendidikan di Indonesia. Secara kelembagaan Primagama dikelola secara profesional. Profesionalisme Primagama sebagai lembaga pendidikan luar sekolah di Indonesia semakin terbukti dengan diundangnya Primagama ke berbagai acara (diskusi, seminar dan sejenisnya) dari yang bersifat lokal, nasional, kenegaraan bahkan internasional. Salah satu di antara berbagai kegiatan/acara tersebut adalah diundangnya Primagama untuk mewakili lembaga pendidikan sejenis di Indonesia pada kongres ke- 16 PAPE (*The Private School Education*) di Tokyo Jepang.

Forum semacam itu semakin membawa Primagama ke dalam era peningkatan dan pengembangan kerjasama internasional antar lembaga pendidikan.

Meluasnya cakupan wilayah pelayanan Primagama secara nyata menuntut peningkatan kualitas manajemen yang lebih baik dari waktu ke waktu. Saat ini seluruh perangkat pimpinan Primagama adalah orang-orang terpilih yang bisa diandalkan sesuai dengan bidang keahliannya. Dalam rangka pembinaan sumber daya manusia untuk meningkatkan wawasan dan pengembangan eksekutifnya setiap tahunnya Lembaga Pendidikan Primagama selalu mengirimkan karyawan dan eksekutifnya ke lembaga-lembaga pendidikan tinggi.

## 2.7 Karyawan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember

### 2.7.1 Tingkat Pendidikan Karyawan

Guna mendukung pelaksanaan tugas dan fungsinya Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember memiliki karyawan yang terdiri dari berbagai jabatan dan tingkat pendidikan. Karyawan tetap yang melakukan pekerjaan sehari-hari di Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember berjumlah 13 orang sedangkan karyawan honorer berjumlah 49 orang. Tingkat pendidikan karyawan dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Karyawan Menurut Tingkat Pendidikan pada Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember

Tingkat Pendidikan	Jumlah
SI	8
SMA	3
SMP	2
Jumlah	13

Sumber Data : Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember Mei 2002

Dari tabel 4, dapat diketahui jumlah karyawan tetap dari masing-masing tingkat pendidikan sedangkan tingkat pendidikan seluruh karyawan honorer adalah sarjana dari perguruan tinggi negeri karena seluruh karyawan honorer menjabat sebagai tentor di Lembaga Pendidikan Primagama Cabang jember.

### 2.7.2 Jam Kerja Karyawan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember

Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember dalam melaksanakan tugas sehari-hari mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh Lembaga Pendidikan Primagama pusat. Hari Senin sampai hari Sabtu dalam satu hari kerja diberlakukan 7 jam kerja dan satu jam istirahat. Hari Jumat terdapat 6,5 jam kerja dan 1,5 jam istirahat.

Penetapan jam kerja Lembaga Pendidikan Primagama Cabang jember secara skematis dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5. Jam Kerja Karyawan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
Senin – Sabtu (kecuali Jumat)	08.00 – 12.00 13.00 – 16.00	12.00 – 13.00
Jumat	08.00 – 11.30 13.00 – 16.00	11.30 – 13.00

Sumber Data : Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember Mei 2002

Tabel 5 menjelaskan secara rinci penetapan jam kerja karyawan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember. Penetapan jam kerja dengan komposisi di atas dirancang untuk dapat memperoleh kinerja yang efektif sehingga dapat mencapai target kerja yang telah direncanakan. Jam kerja di atas dirancang sesuai dengan kemampuan karyawan untuk menghasilkan out put yang optimal.

### 2.7.3 Sistem Insentif dan Penghargaan

Sistem insentif yang efektif sangat diperlukan guna meningkatkan motivasi karyawan. Sistem insentif Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Sistem Insentif Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember

Jabatan	Sistem Insentif
Kepala Cabang	1% x omzet 1 tahun
Seluruh Karyawan Tetap	1,9 x omzet 1 tahun
Seluruh Karyawan Honorer/Tentor	0,7 x omzet 1 tahun

Sumber Data : Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember Mei 2002

Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember memberikan penghargaan bagi karyawan yang mengabdikan kepada Lembaga Pendidikan Primagama selama 10 tahun, karyawan yang bisa menghasilkan inovasi baru, dan lain-lain.

### 2.7.2 Jam Kerja Karyawan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember

Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember dalam melaksanakan tugas sehari-hari mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh Lembaga Pendidikan Primagama pusat. Hari Senin sampai hari Sabtu dalam satu hari kerja diberlakukan 7 jam kerja dan satu jam istirahat. Hari Jumat terdapat 6,5 jam kerja dan 1,5 jam istirahat.

Penetapan jam kerja Lembaga Pendidikan Primagama Cabang jember secara skematis dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5. Jam Kerja Karyawan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
Senin – Sabtu (kecuali Jumat)	08.00 – 12.00 13.00 – 16.00	12.00 – 13.00
Jumat	08.00 – 11.30 13.00 – 16.00	11.30 – 13.00

Sumber Data : Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember Mei 2002

Tabel 5 menjelaskan secara rinci penetapan jam kerja karyawan Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember. Penetapan jam kerja dengan komposisi di atas dirancang untuk dapat memperoleh kinerja yang efektif sehingga dapat mencapai target kerja yang telah direncanakan. Jam kerja di atas dirancang sesuai dengan kemampuan karyawan untuk menghasilkan out put yang optimal.

### 2.7.3 Sistem Insentif dan Penghargaan

Sistem insentif yang efektif sangat diperlukan guna meningkatkan motivasi karyawan. Sistem insentif Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Sistem Insentif Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember

Jabatan	Sistem Insentif
Kepala Cabang	1% x omzet 1 tahun
Seluruh Karyawan Tetap	1,9 x omzet 1 tahun
Seluruh Karyawan Honorer/Tentor	0,7 x omzet 1 tahun

Sumber Data : Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember Mei 2002

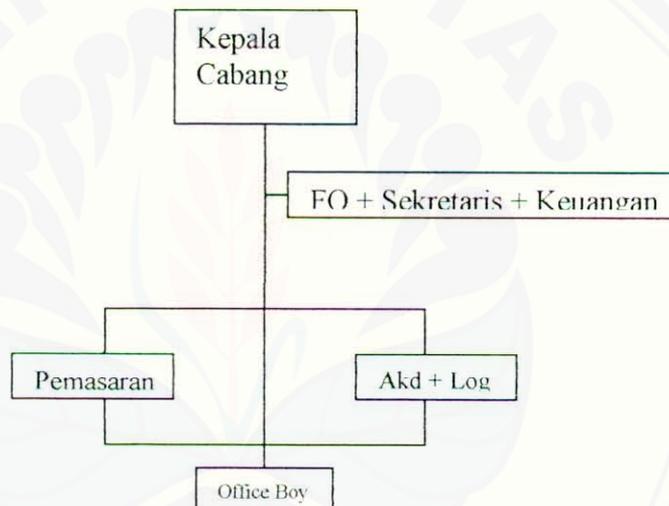
Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember memberikan penghargaan bagi karyawan yang mengabdikan kepada Lembaga Pendidikan Primagama selama 10 tahun, karyawan yang bisa menghasilkan inovasi baru, dan lain-lain.

Selain insentif dan penghargaan dalam Lembaga Pendidikan Primagama juga terdapat sangsi. Sangsi ini dikenakan kepada karyawan yang melanggar peraturan yang sudah ditetapkan oleh Lembaga Pendidikan Primagama. Sangsi di Lembaga Pendidikan Primagama ada 3 yaitu :

- a. Surat peringatan I (lisan)
- b. Surat peringatan II (tertulis)
- c. Surat peringatan III (tindakan/dikeluarkan)

## 2.8 Organisasi Perusahaan

### 2.8.1 Struktur Organisasi



Gambar 6. Struktur Organisasi Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Pramadia  
Sumber : Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember Mei 2002

Keterangan :

Jumlah sumber daya manusia adalah 5 orang terdiri atas :

- a. Satu orang Kepala Cabang
- b. Satu orang Front Office + Sekretaris + Keuangan
- c. Satu orang di bagian Pemasaran
- d. Satu orang di bagian Akademik + Logistik
- e. Satu orang Office boy

### 2.8.2 Visi dan Misi Perusahaan

- a. Visi Lembaga Pendidikan Primagama adalah menjadi institusi pendidikan luar sekolah terunggul dan terbesar di Indonesia.
- b. Misinya adalah menjadikan Lembaga Pendidikan Primagama :
  - 1) Sebagai Lembaga Pendidikan luar sekolah yang terdepan dalam prestasi.
  - 2) Sebagai tempat bagi karyawan untuk mewujudkan kesejahteraan bersama dan bersama-sama mewujudkan kesejahteraan.
  - 3) Sebagai mitra kerja yang handal dengan relasi.
  - 4) Sebagai tempat bagi setiap insan untuk berprestasi, berkreasi dan mengembangkan diri.
  - 5) Sebagai aset pendidikan nasional dan kebanggaan masyarakat.

### 2.8.3 Deskripsi Jabatan

#### a. Kepala Cabang

Tugas utama Kepala Cabang adalah sebagai berikut :

- 1) Merancang dan menyelenggarakan even pemasaran secara profesional.
- 2) Merekrut dan membina tentor serta karyawan secara berkelanjutan.
- 3) Merancang dan menyelenggarakan proses belajar mengajar secara profesional.
- 4) Merancang dan menciptakan aliran kas keuangan secara sehat dan melaporkannya secara rutin kepada Departemen Keuangan.
- 5) Menciptakan sekaligus menjaga nama baik Lembaga Pendidikan Primagama.

#### b. Kepala Cabang Pembantu (Kacapem)

Tugas utama Kepala Cabang Pembantu adalah sebagai berikut :

- 1) Merancang dan menyelenggarakan even pemasaran secara profesional.
- 2) Merekrut dan membina tentor honorer secara berkelanjutan.
- 3) Merancang dan menyelenggarakan proses belajar mengajar secara profesional.

- 4) Merancang dan menciptakan aliran kas keuangan secara sehat dan melaporkannya secara rutin kepada Kepala Cabang.
  - 5) Menciptakan sekaligus menjaga nama baik Lembaga Pendidikan Primagama.
  - 6) Pengambilan keputusan penting senantiasa berkonsultasi kepada Kepala Cabang.
  - 7) Menciptakan hubungan kerja yang harmonis dan produktif.
- c. Koordinator Promosi dan Penjualan (Koord. Propen)
- Tugas utama Koordinator Promosi dan Penjualan adalah sebagai berikut :
- 1) Menyiapkan sarana publikasi berupa brosur, undangan, iklan radio, koran dan lain-lain.
  - 2) Menyiapkan ruang atau gedung secara presentatif untuk even promosi beserta fasilitas pendukung lainnya.
  - 3) Menyediakan nara sumber yang menarik minat para siswa.
  - 4) Melakukan *direct mile* kepada calon siswa berkala setelah even terselenggara.
  - 5) Menjalin kerjasama yang baik dengan pihak sekolah dan Depdiknas.
- d. Koordinator Layanan Belajar Siswa (Koord. Labsis)
- Tugas utama Koordinator Layanan Belajar Siswa adalah sebagai berikut :
- 1) Menyiapkan sarana belajar berupa modul belajar, paket soal latihan, naskah soal tes, dan lain-lain.
  - 2) Membuat jadwal tes dan jadwal bimbingan secara optimal.
  - 3) Menyiapkan tenaga pengajar yang menarik minat belajar para siswa.
  - 4) Menyelenggarakan KONSIS dengan lancar.
- e. Koordinator Administrasi Keuangan dan Umum (Koord. ADKUM)
- Tugas utama Koordinator Administrasi Keuangan dan Umum adalah sebagai berikut :

- 1) Menyiapkan sarana administrasi keuangan dan personalia berupa kas bank, buku piutang, blanko penilaian kinerja, presensi karyawan, dan lain-lain.
- 2) Membuat jadwal penarikan piutang secara optimal.
- 3) Menyiapkan jadwal pembayaran biaya operasional.
- 4) Menyiapkan buku besar angsuran pembayaran bimbingan.
- 5) Membuat laporan tertulis keuangan secara rutin ke keuangan pusat.

f. Sekretaris Cabang

Tugas utama Sekretaris Cabang adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan koordinasi dengan para Petugas Administrasi Cabang (PAC).
- 2) Menerima, menghimpun dan membukukan secara komprehensif laporan keuangan dari para PAC.
- 3) Mengendalikan biaya operasional.
- 4) Menyajikan laporan keuangan secara benar kepada Kepala Cabang.
- 5) Mendistribusikan biaya operasional kepada para PAC di masing-masing outlet.
- 6) Mencocokkan saldo dengan kondisi riil keuangan.

g. Petugas Administrasi Cabang

Tugas utama Petugas Administrasi Cabang adalah sebagai berikut :

- 1) Melayani keperluan surat menyurat untuk keperluan internal maupun eksternal.
- 2) Menerima dan melayani para tamu atau calon siswa dengan ramah.
- 3) Mendaftar dan melaksanakan herregistrasi kepada para siswa.
- 4) Menarik piutang siswa yang jatuh tempo.
- 5) Mendistribusikan sarana belajar dan evaluasi belajar para siswa.
- 6) Memberikan pengumuman-pengumuman penting bagi siswa maupun tentor.
- 7) Mencairkan honorarium mengajar tentor.
- 8) Menyelenggarakan presensi siswa maupun karyawan.

- 9) Menyajikan laporan keuangan dengan benar dan tepat waktu kepada Kepala Cabang atau kepada Sekretaris Cabang (bagi Cabang Utama dan Madya).

h. *Office Boy*

Tugas utama *Office Boy* adalah sebagai berikut :

- 1) Menata peralatan kerja dan ruang kelas hingga tampak nyaman dan rapi.
- 2) Membersihkan ruang kerja dan ruang kelas setiap hari (lantai, kaca jendela dan kursi siswa).
- 3) Menyiapkan ruang rapat untuk pertemuan karyawan tentor.
- 4) Merawat tanaman hias dan taman kantor.
- 5) Menyediakan minuman tamu, karyawan dan tentor.
- 6) Menjaga keselamatan dan keamanan kantor berikut peralatannya.
- 7) Melaksanakan *foto copy* dan kirim surat ke kantor pos.

i. Tentor Tetap (TT)

Tugas utama Tentor Tetap adalah sebagai berikut :

- 1) Belajar terus menerus untuk meningkatkan kompetensi mengajar.
- 2) Mengajar dalam konsep didaktik-metodik dan pedagogik sesuai bidang studinya dengan tepat waktu (sesuai jadwal).
- 3) Melaksanakan evaluasi belajar untuk para siswa sesuai jadwal.
- 4) Menginventarisir dan menguasai soal-soal Cawu, UAS, UAN, SPMB, PRODIP maupun POLTEK.
- 5) Melaksanakan KONSIS.
- 6) Menggantikan dan atau mengatasi kekosongan jam mengajar yang mungkin terjadi.
- 7) Memberikan pelayanan akademik kepada para siswa di dalam maupun di luar kelas pada jam kerja.
- 8) Melakukan koordinasi kerja dengan para tentor dan guna meningkatkan kualitas diri maupun prestasi siswa secara keseluruhan.

j. Tentor Berikat Manajemen (TBM)

Tugas utama Tentor Berikat Manajemen adalah sebagai berikut :

- 1) Mengajar sesuai dengan bidang studinya dengan tepat waktu (sesuai jadwal), tepat materi (sesuai GBPP) dan menarik minat siswa.
- 2) Melaksanakan evaluasi belajar untuk para siswa sesuai jadwal.
- 3) Menginventarisir dan menguasai soal-soal Cawu, UAS, UAN, SPMB dan soal-soal lain yang ada pada modul atau Paket Soal Latihan (PSL).
- 4) Melakukan koordinasi kerja dengan para tentor lainnya dalam rangka meningkatkan prestasi diri sendiri dan prestasi siswa secara keseluruhan.
- 5) Mampu menjadi koordinator bidang studi dan pembina bagi para tentor honorer.

k. Tentor Honorer

Tugas utama Tentor Honorer adalah sebagai berikut :

- 1) Mengajar sesuai bidang studinya dengan tepat waktu (sesuai jadwal), tepat materi (sesuai GBPP) dan menarik minat siswa.
- 2) Melaksanakan evaluasi belajar untuk siswa sesuai jadwal.
- 3) Menginventarisir dan menguasai soal-soal Cawu, UAS, UAN, SPMB dan soal-soal lain yang ada pada modul atau Paket Soal Latihan (PSL).
- 4) Melakukan koordinasi kerja dengan para tentor lainnya dalam rangka meningkatkan prestasi diri sendiri dan prestasi siswa secara keseluruhan.

## 2.9 Pemasaran dan Perkembangan Siswa Lembaga Pendidikan Primagama

Seiring dengan kiprahnya Primagama selalu menyelenggarakan kegiatan ceramah maupun tes uji coba baik untuk siswa maupun umum. Ceramah-ceramah tersebut antara lain : Ceramah Kiat Sukses Menembus SPMB (untuk kelas 3 SMU), Ceramah Cara Belajar Efektif (untuk kelas 1,2 SMU), Ceramah dengan

Orang Tua Siswa (6 SD, 3 SLTP), Ceramah Matematika Praktis (3 SMU) dan sebagainya. Berbagai Tes Uji Coba yang diselenggarakan Primagama dapat disebutkan antara lain : tes Uji Coba UAS (6 SD) UAN (3 SLTP, 3 SMU), Tes Uji Coba SPMB dan Pembahasan 3 SMU, Tes Uji Coba STAN/kedinasan lainnya (3 SMU), Tes Diagnostik Kemampuan Dasar (3 SMU) dan sebagainya.

Sejumlah kegiatan-kegiatan sosial juga dilakukan Primagama sejalan dengan eksistensinya sebagai lembaga pendidikan. Pembahasan soal-soal SPMB di berbagai media cetak segera setelah SPMB berlangsung telah dilakukan Primagama sejak tahun 1990. Pada tahun 1994, Primagama telah bekerjasama dengan 6 media cetak, tahun 1995 bekerjasama dengan 9 media cetak, tahun 1996 bekerja sama dengan 10 media cetak dan pada tahun 1997 bekerja sama dengan 12 media cetak baik yang bersifat regional maupun yang bersifat nasional. Di samping itu berbagai bentuk rubrik pendidikan konsultasi dan kuis juga selalu dilakukan Primagama bekerja sama dengan berbagai penerbitan maupun radio. Primagama bekerjasama dengan televisi swasta untuk mempublikasikan dan mengiklankan lembaganya. Primagama juga memberikan pelatihan-pelatihan dan kursus-kursus seperti *Achievment motivation training For Trainers* dan lain-lain kepada masyarakat umum. Lebih dari itu, sudah menjadi tradisi sejak 8 tahun yang lalu, Primagama memberikan keringanan biaya (dispensasi) dan beasiswa kepada para siswa yang berprestasi. Tidak kurang dari 3500 siswa setiap tahunnya mendapatkan keringanan biaya (dispensasi) dari Primagama dan tidak kurang dari 150 siswa pada setiap tahunnya mendapatkan beasiswa dari Primagama.

Jumlah siswa Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember setiap tahunnya mengalami peningkatan yang dapat ditunjukkan pada tabel 7.

Tabel 7. Perkembangan Jumlah Siswa Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember

Tahun	Jumlah
1991/1992	205
1992/1993	465
1993/1994	750
1994/1995	1.100
1995/1996	1.200
1996/1997	1.300
1997/1998	1.400
1998/1999	1.425
1999/2000	1.450
2000/2001	1.629
2001/2002	2.025

Sumber Data : Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Jember Juni 2002

Dari tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya Lembaga Pendidikan Primagama mengalami peningkatan jumlah siswa. Pada tahun 1991/1992 semua siswa Lembaga Pendidikan Primagama adalah siswa SMU kelas tiga. Pada tahun 1992/1993 siswa Lembaga Pendidikan Primagama terdiri dari siswa kelas 3 SLTP dan kelas 3 SMU. Mulai tahun ajaran 1994/1995 sampai tahun ajaran 2001/2002 ini, siswa Lembaga Pendidikan Primagama terdiri dari siswa kelas 5, 6 SD, 1, 2, 3 SLTP dan 1, 2, 3 SMU.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 4.1 Kesimpulan

Faktor-faktor psikologis yang mendorong keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama adalah motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Menurut jawaban responden sebagian besar responden memutuskan menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama karena motivasi rasional yaitu Lembaga Pendidikan Primagama mempunyai pengalaman yang lama dan nama yang populer. Responden mempunyai persepsi yang biasa terhadap iklan Lembaga Pendidikan karena mereka kurang memperhatikan iklan Lembaga Pendidikan Primagama di televisi maupun di brosur.

Pengetahuan responden mengenai Lembaga Pendidikan Primagama cukup banyak karena sebagian besar responden mengenal Lembaga Pendidikan sejak SLTP dan mereka mendapatkan pengetahuan yang cukup banyak baik dari sekolah maupun media massa. Responden mempunyai keyakinan kuat terhadap Lembaga Pendidikan Primagama karena sebagian besar responden banyak menemui siswa Lembaga Pendidikan Primagama yang prestasinya meningkat dan banyak yang lulus UMPTN.

Sikap responden terhadap Lembaga Pendidikan Primagama baik karena menurut penilaian mereka citra, kualitas, tentor dan metode belajar yang diterapkan di Lembaga Pendidikan Primagama baik. Selain dimensi-dimensi tersebut yang mendorong siswa memutuskan menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama adalah karena pengalaman yang sudah dimiliki responden, beragamnya program dan adanya fasilitas-fasilitas yang tidak dimiliki Lembaga Bimbingan Belajar lainnya. Lembaga Pendidikan Primagama mempunyai banyak kelebihan tetapi menurut responden lembaga tersebut mempunyai kekurangan yaitu sistem pembayaran yang dianggap masih memberatkan mereka.



#### 4.2 Saran

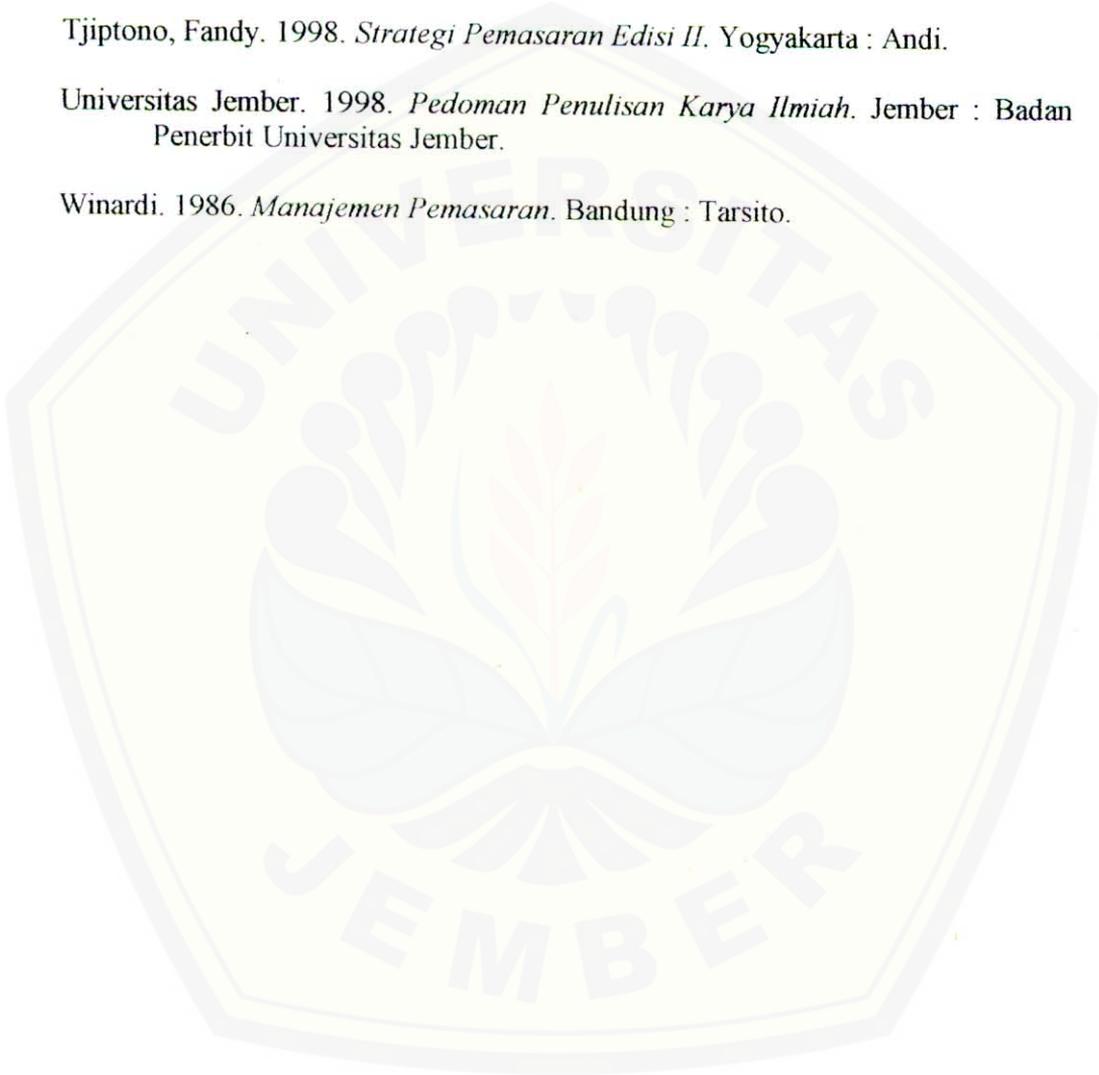
Berdasarkan jawaban responden tentang perhatiannya terhadap iklan Lembaga Pendidikan Primagama di televisi 54 % dari seluruh responden menjawab kurang memperhatikan dan 11 % dari seluruh responden tidak memperhatikan iklan Lembaga Pendidikan di televisi karena itulah maka iklan Lembaga Pendidikan Primagama di televisi memerlukan perhatian khusus baik isinya maupun waktu penayangannya. Begitu juga dengan brosur Lembaga Pendidikan Primagama 63 % dari seluruh responden membaca sekilas dan 10 % dari seluruh responden tidak membaca maka pembuatan brosur perlu diperbaiki agar dapat menarik perhatian konsumen. Sistem pembayaran di Lembaga Pendidikan Primagama perlu diperbaiki sehingga dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Mandar Maju.
- Anoraga, Pandji. 2000. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Asri Sw., Marwan. 1986. *Marketing*. Yogyakarta : BPFE.
- Cooper, R. Donald dan C. William Emory. 1999. *Metode Penelitian Bisnis Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Engel, F James. Roger D.B. dan Paul W.M. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta : Binarupa.
- Internet, <http://www.primagama.co.id>
- Ishak, Rafick. 2001. "Sentra-sentra Baru Pertumbuhan Ekonomi". Dalam *Swasembada*. (Nov, XVII). No. 23. Jakarta : 39-40.
- Kartadinata, Sunaryo. 1988. *Metode Riset Sosial (Suatu Pengantar)*. Bandung : Prima.
- Kotler, Swee Hoon Ang, Sie Menglong dan Chin Tiang Tan. 1999. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Buku satu*. Yogyakarta : Andi.
- dan A.B Susanto. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Edisi Pertama*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mangkunegara, Prabu Anwar A.A. 1988. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT Eresco.
- Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Marzuki, 1995. *Metodologi Riset*. Yogyakarta : Bagian Penerbitan FE UII.
- Subagyo, Joko P. 1997. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sigit, Soehardi. 1982. *Marketing Praktis*. Yogyakarta : Armurrita.

- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV Alfabeta.
- 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3S.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 1998. *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta : Andi.
- Universitas Jember. 1998. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember : Badan Penerbit Universitas Jember.
- Winardi. 1986. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Tarsito.



Lampiran I. Kuesioner

Pengantar

Kepada

Adik-adikku di Primagama

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Penelitian ini, dengan judul “Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keutusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama di Jember”, dilakukan dalam rangka menyelesaikan tugas akhir untuk meraih gelar Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember. Kami memohon kesediaan adik-adik untuk menjadi responden kami dan mengisi angket ini dengan lengkap dan sejujurnya.

Kami akan menjamin kerahasiaan jawaban yang adik-adik berikan, karena jawaban tersebut hanya sebagai bahan Skripsi dan tidak dipublikasikan.

Atas bantuan dan kerjasama yang adik-adik berikan, kami mengucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,

Hormat saya,

R I M A

KUESIONER

Identitas Responden

1. No. Responden :
2. Jenis kelamin :
3. Umur responden :
4. Jurusan IPA/IPS :
5. Alamat/Telp. :

Petunjuk : Jawablah sesuai dengan keadaan Anda sebenarnya !

6. Pekerjaan orangtua :
  - a. Pegawai Negeri/BUMN
  - b. Pegawai Swasta
  - c. ABRI
  - d. Wiraswasta
  - e. Lain-lain : ..... (Sebutkan)
7. Pendapatan kotor orangtua tiap bulan : Rp .....(sebutkan)
8. Uang saku setiap bulan yang Anda peroleh dari orangtua :  
Rp .....(sebutkan)

Petunjuk : Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pilihan Anda dan berilah tanda silang (X) !

**Motivasi**

1. Anda memutuskan menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama karena ikut-ikutan teman.
  - a. Setuju
  - b. Ragu-ragu
  - c. Tidak setuju
2. Bagaimanakah perasaan Anda ketika menjadi siswa Lembaga Pendidikan Primagama ?
  - a. Bangga
  - b. Biasa
  - c. Malu

Alasan : .....

.....

3. Memutuskan menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama karena sudah berpengalaman di bidangnya.  
a. Setuju                      b. Ragu-ragu                      c. Tidak setuju
4. Memutuskan menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama karena namanya sudah populer.  
a. Setuju                      b. Ragu-ragu                      c. Tidak setuju

**Persepsi**

Pernahkah Anda melihat iklan Lembaga Pendidikan Primagama di televisi ?

- a. Pernah                                      b. Tidak pernah

Petunjuk :

1. Jika jawaban Anda pernah maka lanjutkan ke pertanyaan no. 5,7,8,9
2. Jika jawaban Anda tidak pernah maka pertanyaan no. 5,7,8,9 tidak perlu dijawab.

5. Apa yang Anda lakukan ketika melihat iklan Lembaga Pendidikan Primagama di televisi?  
a. Memperhatikan                      b. Kurang memperhatikan                      c. Tidak memperhatikan

Alasan : .....

Apakah Anda pernah mendapat brosur Lembaga Pendidikan Primagama?

- a. Pernah                                      b. Tidak pernah

Petunjuk

- 1) Jika pernah jawablah pertanyaan no. 6.
- 2) Jika tidak pernah pertanyaan no. 6 tidak perlu dijawab.

6. Apa yang Anda lakukan ketika mendapat brosur Lembaga Pendidikan Primagama ?  
a. Membaca dengan seksama                      b. Membaca sekilas                      c. Tidak membaca

Alasan : .....

7. Apakah tema iklan Lembaga Pendidikan Primagama sesuai dengan tujuan pendidikan ?  
a. Sesuai                                      b. Kurang sesuai                                      c. Tidak sesuai

8. Bagaimanakah informasi yang disampaikan iklan Lembaga Pendidikan Primagama ?  
a. Jelas                      b. Kurang jelas                      c. Tidak jelas
9. Bagaimanakah kata-kata yang digunakan dalam iklan Lembaga Pendidikan Primagama ?  
a. Mudah diingat      b. Kurang mudah diingat      c. Sukar diingat

**Pengetahuan**

10. Sejak kapan Anda mengenal Lembaga Pendidikan Primagama ?  
a. SD                      b. SLTP                      c. SMU
11. Bagaimanakah menurut Anda frekuensi kemunculan informasi Lembaga Pendidikan Primagama di media massa ?  
a. Sering                      b. Jarang                      c. Tidak pernah muncul
12. Menurut Anda informasi Lembaga Pendidikan Primagama di sekolah...  
a. Banyak                      b. Sedang                      c. Sedikit

**Kepercayaan**

13. Menurut Anda jumlah siswa Lembaga Pendidikan Primagama yang lulus UMPTN .....  
a. Banyak                      b. Sedang                      c. Sedikit  
Alasan : .....
14. Bagaimanakah menurut Anda prestasi siswa Lembaga Pendidikan Primagama di sekolah ?  
a. Meningkatkan      b. Tetap                      c. Menurun  
Alasan : .....
15. Bagaimanakah artis yang menyampaikan pesan Lembaga Pendidikan Primagama ?  
a. Meyakinkan      b. Kurang meyakinkan      c. Tidak meyakinkan
16. Apakah Anda percaya pada Lembaga Pendidikan Primagama ?  
a. Percaya                      b. Kurang percaya                      c. Tidak percaya  
Alasan : .....

## Sikap

17. Bagaimanakah menurut Anda citra Lembaga Pendidikan Primagama selama ini ?

- a. Baik                      b. Kurang baik                      c. Buruk

Alasan : .....

18. Bagaimanakah kualitas Lembaga Pendidikan Primagama menurut Anda ?

- a. Baik                      b. Kurang baik                      c. Buruk

19. Menurut Anda tentor di Lembaga Pendidikan Primagama .....

- a. Profesional              b. Kurang profesional              c. Tidak profesional

Alasan : .....

20. Menurut Anda metode belajar yang diterapkan di Lembaga Pendidikan Primagama .....

- a. Mudah dimengerti              b. Bisa dimengerti              c. Sukar dimengerti

Alasan : .....

## Keputusan Pembelian

21. Apakah sebelumnya (SD,SMP,SMU 1,2) Anda pernah menggunakan jasa Lembaga Pendidikan Primagama ?

- a. Pernah                      b. Tidak pernah

22. Program apa yang Anda ikuti sekarang ?

- a. Program Intensif Reguler (PIR)      b. Program Intensif Khusus (PIK)

23. Anda memutuskan memilih Lembaga Pendidikan Primagama karena fasilitas-fasilitas yang dimiliki berbeda dengan LBB lainnya :

- a. Ya                              b. Tidak

24. Bagaimanakah sistem pembayaran di Lembaga Pendidikan Primagama ?

- a. Meringankan                      b. Memberatkan

25. Apakah Anda akan mengikuti intensif di Lembaga Pendidikan Primagama ?

- a. Ya                              b. Tiadak

**Terima Kasih**

Lampiran 2. Pedoman Wawancara

**Pedoman Wawancara**

1. Gambaran umum perusahaan
  - a. Sejarah berdirinya perusahaan
  - b. Badan hukum perusahaan
  - c. Lokasi perusahaan
2. Misi dan tujuan perusahaan
3. Personalia
  - a. Jumlah karyawan
  - b. Jam kerja karyawan
  - c. Penggolongan tenaga kerja
  - d. Sistem imbal jasa dan penghargaan
  - e. Motivasi dan pelatihan
  - f. Kedisiplinan dan sanksi
4. Organisasi dan manajemen
  - a. Struktur organisasi
  - b. Tugas, tanggung jawab, dan wewenang masing-masing bagian.
5. Pemasaran
  - a. Bauran promosi yang dilakukan perusahaan
  - b. Macam-macam produk perusahaan
  - c. Target penjualan tiap bulan
  - d. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan.
6. Perkembangan jumlah siswa Primagama



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS JEMBER  
LEMBAGA PENELITIAN

Alamat : Jl. Kalimantan No. 37 Telp. (0331) 337818, 339385 Fax. (0331) 337818 Jember 68121  
E-mail : lemlit\_unej@jember.telkom.net.id

Nomor : 609 IJ25.3.1/PL.5/2002  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Ijin melaksanakan  
Penelitian

01 Mei 2002

Kepada : Yth. Sdr. Pimpinan  
Lembaga Pendidikan Prigagama Jember  
di -

JEMBER.

Menunjuk surat pengantar dari Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember No. 1614/IJ25.1.2/PL.5/2002 tanggal 26 April 2002 perihal ijin penelitian mahasiswa :

Nama / NIM : R I M A / 98-2117  
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik / Ilmu Administrasi Niaga  
Alamat : Jl. Wilis 87 Kalangbret - Tulungagung.  
Judul Penelitian : Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama Di Jember.  
Lokasi : Lembaga Pendidikan Primagama Jember.  
Lama Penelitian : 1 ( satu ) bulan

Maka kami mohon dengan hormat bantuan serta perkenan saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa bersangkutan dalam melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul di atas.

Demikian atas kerjasama dan bantuan saudara disampaikan terima kasih.

Ketua,

**Dr. Ir. T. Sutikto, MSc.**  
NIP. 131 131 022

Tembusan Kepada Yth. :

1. Sdr. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember
2. Mahasiswa ybs.
3. Arsip.

Jember, 15 Juni 2002

Surat Keterangan

No. 0252/BKC/PG-JBR/06/02

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Drs. Supriyadi  
Nik. : 1.11.97.0261  
Jabatan : Kepala Cabang

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa di bawah ini :

Nama : Rima  
NIM : 98-2117  
Program Studi : Ilmu Administrasi  
Jurusan : Ilmu Administrasi Niaga  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah melakukan penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul "Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Primagama di Jember" selama satu bulan terhitung mulai 1 Mei 2002 s/d 1 Juni 2002. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 15 Juni 2002  
Kepala Cabang

Drs. Supriyadi

Nik. 1.11.97.0261

