

**ANALISIS PROSES PERILAKU PASCA BELI (STUDI KASUS
PADA KEPUTUSAN MAHASISWA BERPINDAH PROGRAM
STUDI DI UNIVERSITAS BAKRIE)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Sarjana Ilmu Komunikasi



**MUHAMMAD ADZANUL HAFIDZH
1111003048**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2016**

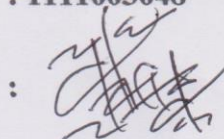
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Adzanul Hafidzh

NIM : 1111003048

Tanda Tangan :



Tanggal : 10 Juni 2016

HALAMAN PENGESAHAN

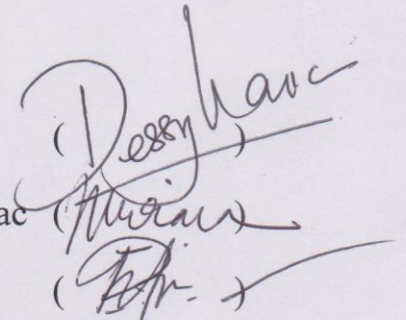
Tugas Akhir ini diajukan untuk:

Nama : Muhammad Adzanul Hafidzh
NIM : 1111003048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Proses Perilaku Pasca Beli (Studi Kasus Pada Keputusan Mahasiswa Berpindah Program Studi Di Universitas Bakrie)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi kepada program studi Ilmu Komunikasi, fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dessy Kania, B.A, M.A
Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos, M.MediaPrac
Penguji 2 : Dianingtyas M Putri, S.Sos, M.Si


(Dessy Kania)
(Mirana)
(Dianingtyas M Putri)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 Juni 2016

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan anugerah-Nya, serta izin-Nya Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Proses Perilaku Pasca Beli (Studi Kasus Pada Keputusan Mahasiswa Universitas Bakrie Berpindah Program Studi Dari Dan Ke Universitas Bakrie)” ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis Ayah dan Ibu, serta adik-adik penulis Faqih, Augis, dan Faza yang telah senantiasa memberikan doa, kasih sayangnya, dan dukungan materi dan non materi yang tidak pernah putus selama berkuliah di Universitas Bakrie hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Tony B. Trihartanto, M.Sc, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie yang senantiasa memberikan do'a dan semangat untuk mahasiswa dan mahasiswinya.
3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang selalu memberikan ilmu, semangat, dan dukungan untuk penulis dan seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2011.
4. Ibu Dessy Kania, M.A, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa memberikan ilmu, nasehat, bimbingan, semangat, dan masukannya selama menjalani masa perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Mirana Hanastasia, MMEDIAPrac, selaku Dosen Pembahas Tugas Akhir yang telah memberikan banyak ilmu, nasehat, bimbingan, semangat, dan masukannya selama menjalani masa perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Bambang Sukma Wijaya, selaku Dosen Pembimbing Akademik dan seluruh staff pengajar serta administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas ilmu, do'a, bantuan, dan

dukungannya selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.

7. Yusrina Amny, orang terdekat yang selalu bersama memberikan do'a, dukungan, bantuan, dan semangatnya selama menjalani masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Abdul Rozak, Abdul Aziz, Fajriant Addil, Seno Aji, dan Ridwan Aji, sahabat tersayang yang selalu bersama sejak awal perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas pengalaman suka dan duka, pengertian, perhatian, serta kasih sayang yang selama ini kalian berikan. Semoga persahabatan kita dapat terjalin terus selamanya.
9. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2011 (Komunal 2011), teman seperjuangan selama delapan semester hingga penyelesaian Tugas Akhir ini. Terima kasih atas pengalaman suka dan duka, kebersamaan, dukungan, dan pengalaman yang sangat berarti.
10. Kakak-kakak Komunal 2010 dan adik-adik Komunal 2012, 2013, dan 2014 yang selalu memberikan dukungan, do'a, serta semangatnya kepada Komunal 2011.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Demikian, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 10 Juni 2016

Muhammad Adzanul Hafidzh

1111003048

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Adzanul Hafidzh
NIM : 1111003048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free-Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

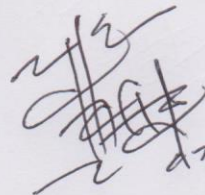
“ANALISIS PROSES PERILAKU PASCA BELI (STUDI KASUS PADA KEPUTUSAN MAHASISWA BERPINDAH PROGRAM STUDI DI UNIVERSITAS BAKRIE)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 10 Juni 2016

Yang menyatakan,



(Muhammad Adzanul Hafidzh)

ANALISIS PROSES PERILAKU PASCA BELI (STUDI KASUS PADA KEPUTUSAN MAHASISWA BERPINDAH PROGRAM STUDI DI UNIVERSITAS BAKRIE)

Muhammad Adzanul Hafidzh

ABSTRAK

Pemilihan Program Studi saat ini adalah masalah yang sering dihadapi oleh para siswa Sekolah Menengah Atas atau sederajat setiap tahunnya. Ini dikarenakan oleh banyak faktor yang memengaruhinya. Keinginan dan minat yang kuat dalam diri masing-masing siswa yang baru saja lulus untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi bukan tanpa alasan. Orang tua dan masing-masing siswa tersebut menilai bahwa melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi sangat penting untuk karir kedepannya. Dalam proses pemilihan Program Studi yang tepat harus berdasarkan pertimbangan yang matang agar sesuai dengan minat dan bakat siswa yang akan menjalankan perkuliahan. Proses ini dinamakan Paradigma Kognitif yang mana terdapat fase-fase perilaku konsumen dalam menentukan dan memutuskan pembelian (pemilihan program studi) oleh siswa. Pada saat siswa telah memutuskan memilih dan menjalankan proses perkuliahan di Program Studi tertentu, mereka kemudian merasakan ketidakcocokan dan ragu atas pilihannya tersebut. Hal ini disebabkan oleh berbagai macam faktor baik internal maupun eksternal yang akhirnya berujung pada pindah Program Studi. Kasus seperti ini dialami oleh Mahasiswa Universitas Bakrie. Kurangnya informasi, tidak lulus di ujian Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri, dan juga pengaruh media setidaknya memengaruhi mereka salah memilih Program Studi yang sesuai dengan minat dan bakat mereka masing-masing.

Kata kunci: Paradigma Kognitif, Perilaku Pasca Beli, Perpindahan Program Studi, Mahasiswa Universitas Bakrie.

**POST PURCHASE BEHAVIOR ANALYSIS (CASE STUDY ON
DECISION ON MOVING STUDY PROGRAM AT BAKRIE
UNIVERSITY)**

Muhammad Adzanul Hafidzh

ABSTRACT

Election Studies Program at this time is a common problem faced by high school students or equivalent annually. This is due to many factors that influence it. The desire and the strong interest within each student who recently graduated to continue to pursue a higher education is not without reason. Parents and each student is judged that continuing education to a higher level is essential for future career. In the process of selecting the right study program must be based on careful consideration to suit the interests and talents of students who will be running the course. This process is called Cognitive paradigm where there are phases in determining consumer behavior and decided to purchase (selection program) by the students. By the time the students have decided to select and execute the lecture in the particular study program, they then felt a misfit and skeptical of his choice. It is caused by various factors both internal and external which eventually led to a move Program. Cases like this one experienced by Bakrie University Students. Lack of information, does not pass the exam the National Selection of State Universities, and also the influence of the media at least influence them wrong choosing study program that suits their interests and talents of each.

Keywords: Cognitive Paradigm, Post Purchase Behaviour, Moving on Study Programs, Bakrie University Students

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan Pustaka terkait dengan Penelitian Sebelumnya	12
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2 Pemasaran Jasa	16
2.2.3 Jasa Pendidikan Tinggi	18
2.2.4 Keterlibatan Konsumen	21
2.2.5 Perilaku Konsumen	24
2.3 Kerangka Pemikiran berdasarkan Tinjauan Pustaka	41
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	42
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	47

3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	53
3.5	Teknik Analisis Data	55
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	56
3.7	Keterbatasan Penelitian	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1	Informan Utama	58
4.1.2	Informan Pendukung	62
4.2	Hasil Temuan	63
4.2.1	Keterlibatan Konsumen	64
4.2.2	Paradigma Kognitif	65
4.2.3	Ketidakpuasan dan Kepuasan Konsumen	85
4.3	Pembahasan	94
4.3.1	Post Purchase Behaviour	94

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	108
5.2	Saran	109
5.2.1	Saran Akademis	109
5.2.2	Saran Praktis	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka dari Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 2.2 Kerangka Pencarian Informasi Konsumen	27
Tabel 3.1 Perbedaan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif	42
Tabel 3.2 Teknik Pengumpulan Data Penelitian	52
Tabel 3.3 Operasional Konsep	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Dunia Perguruan Tinggi di Indonesia	7
Gambar 2.1 Model Pembelian	25
Gambar 4.1 Sapta Agung Pratama	58
Gambar 4.2 Budiman	59
Gambar 4.3 Nurul Qomariah	60
Gambar 4.4 Muhammad Zacki	61
Gambar 4.5 Suharyanti	62
Gambar 4.6 Dudi Rudianto	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Interview Mahasiswa	117
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Interview Kaprodi	119
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Sapta Agung Pratama	121
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Muhammad Zacki	133
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Nurul Qomariah	141
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Budiman	152
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Kaprodi Manajemen	165
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Kaprodi Ilmu Komunikasi	175