

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi saat ini menuntut manusia untuk menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, agar tidak tersisih dari persaingan global. Pendidikan menjadi hal yang sangat penting, karena pendidikan dapat menciptakan generasi penerus yang mampu meneruskan cita-cita bangsa.

Pendidikan merupakan sarana yang sangat tepat sebagai penunjang perkembangan suatu negara, dimana pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam rangka mengembangkan sumber daya manusia. Dengan semakin tingginya pendidikan masyarakat secara langsung akan mendorong pembangunan negara menuju era perkembangan yang dicita-citakan.

Pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena pendidikan mampu mengangkat harkat dan martabat manusia itu sendiri. Sementara itu, dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dan agar dapat menciptakan generasi yang berkualitas, negara memberikan jaminan pendidikan bagi warga negara yang sejalan dengan Pasal 31 ayat (4) Negara memprioritaskan anggaran pendidikan sekurang-kurangnya dua puluh persen dari anggaran pendapatan dan belanja negara serta dari anggaran pendapatan dan belanja daerah untuk memenuhi kebutuhan penyelenggaraan pendidikan nasional.

Sementara itu, pemerintah juga senantiasa berupaya meningkatkan pendidikan nasional diberbagai jenjang pendidikan mulai dari pendidikan dasar

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sampai pada pendidikan tinggi. Semua jenjang tersebut diharapkan mampu menciptakan fungsi dan tujuan sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 (Bab II Pasal 3) sebagai berikut:

Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Pendidikan tinggi adalah pendidikan pada jalur pendidikan sekolah pada jenjang yang lebih tinggi daripada pendidikan menengah di jalur pendidikan sekolah. Sebaliknya perguruan tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi (Indrajit dan Djokopranoto, 2006:3).

Sementara itu menurut Drost (1990:124) bahwa pendidikan tinggi merupakan salah satu pilar penting yang diharapkan dapat membawa perubahan suatu bangsa, karena pendidikan tinggi bersifat melatih orang mempertajam dan menggunakan nalarnya untuk memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapinya. Pendidikan tinggi hadir sebagai lingkungan bernalar untuk memanusiakan manusia sesuai dengan citra manusia.

Di Indonesia, penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan berbagai bentuknya telah sangat berkembang. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang ada sampai sekarang ini. Berikut data jumlah PTN dan PTS yang ada di Indonesia:

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.1
Data Jumlah PTN dan PTS di Indonesia Tahun 2012

No	Status Perguruan Tinggi	Jumlah
1	Perguruan Tinggi Negeri	92
2	Perguruan Tinggi Swasta	3073

Sumber : www.evaluasi.dikti.go.id

Berdasarkan data di atas, geliat perguruan tinggi swasta di Indonesia lebih tinggi dibanding dengan yang lain. Hal tersebut didasari atas banyaknya bentuk perguruan tinggi yang menjadi daya tarik bagi khalayak sehingga mampu memberikan pilihan dengan segala kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

Menurut Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 (Pasal 20 ayat 1), satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi disebut perguruan tinggi yang dapat berbentuk Akademi, Politeknik, Sekolah Tinggi, Institut, atau Universitas, dengan spesifikasi sebagai berikut :

1. Akademi, menyelenggarakan pendidikan vokasi dalam satu cabang atau sebagian cabang ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau seni tertentu.
2. Politeknik, menyelenggarakan pendidikan vokasi dalam sejumlah pengetahuan khusus.
3. Sekolah Tinggi, menyelenggarakan pendidikan akademik dan/atau vokasi dalam lingkup satu disiplin ilmu tertentu dan jika memenuhi syarat dapat menyelenggarakan pendidikan profesi.
4. Institusi, menyelenggarakan pendidikan akademik dan/atau pendidikan vokasi dalam sekelompok disiplin ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni dan jika memenuhi syarat dapat menyelenggarakan pendidikan profesi.
5. Universitas, menyelenggarakan program pendidikan akademik dan/atau pendidikan vokasi dalam sejumlah ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni dan jika memenuhi syarat dapat menyelenggarakan pendidikan profesi.

Di sisi lain, banyaknya jumlah PTS tersebut juga memunculkan tingkat persaingan yang tinggi di berbagai wilayah Koordinasi Perguruan Tinggi Swasta

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

(Kopertis) di seluruh Indonesia. Berikut data jumlah PTS di masing-masing Kopertis se-Indonesia:

Tabel 1.2
Jumlah PTS di berbagai Kopertis Indonesia Tahun 2012

No	Wilayah Kopertis	Jumlah PTS
1	Kopertis wilayah 1	356
2	Kopertis wilayah 2	210
3	Kopertis wilayah 3	343
4	Kopertis wilayah 4	476
5	Kopertis wilayah 5	121
6	Kopertis wilayah 6	246
7	Kopertis wilayah 7	328
8	Kopertis wilayah 8	138
9	Kopertis wilayah 9	348
10	Kopertis wilayah 10	248
11	Kopertis wilayah 11	166
12	Kopertis wilayah 12	93

Sumber : www.evaluasi.dikti.go.id

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, tingkat persaingan di masing-masing wilayah kopertis cukup ketat. Hal tersebut dapat terlihat dari jumlah PTS di Kopertis wilayah 4 (wilayah Jawa Barat dan Banten) yang memiliki jumlah PTS dengan jumlah terbanyak.

Sejalan dengan hal tersebut, saat ini di Jawa Barat yang termasuk dalam kopertis wilayah 4 telah terjadi pertumbuhan jumlah Perguruan Tinggi Swasta pada 10 tahun terakhir. Pertumbuhan jumlah PTS tersebut menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar PTS untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa. Selain itu, pertumbuhan tersebut memberikan manfaat tersendiri bagi masyarakat karena semakin bertambahnya jumlah PTS akan semakin memberikan peluang kepada masyarakat untuk dapat dengan mudah mendapatkan akases

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

untuk mendapatkan pendidikan sebagai upaya sebagai upaya meningkatkan taraf hidup. Berikut data PTS untuk wilayah kopertis IV Jawa Barat dan Banten.

Tabel 1.3
Jumlah Perguruan Tinggi Swasta
di Wilayah Kopertis IV Jawa Barat & Banten

Bentuk	PT	Prodi	Mahasiswa	Dosen
Universitas	51	835	161.963	8.178
Institut	6	51	15.738	732
Sekolah Tinggi	240	734	139.431	6.807
Akademi	148	221	38.061	2.081
Politeknik	31	124	25.786	1.267
Jumlah	476	1.965	380.979	19.065

Sumber: Kopertis IV Jawa Barat dan Banten, 2011.

Di sisi lain, Pemerintah telah menetapkan Undang-undang nomor 20 Tahun 2003 yang menyatakan bahwa Sistem Pendidikan Nasional memberikan dasar hukum untuk membangun pendidikan nasional dengan menerapkan prinsip demokrasi, desentralisasi, otonomi, keadilan dan menjunjung tinggi hak asasi manusia. Penerepan ketentuan dalam undang-undang ini diharapkan dapat mendukung segala upaya untuk memecahkan masalah pendidikan, guna memberikan sumbangan yang signifikan terhadap masalah-masalah makro bangsa Indonesia.

Sejalan dengan hal tersebut, masyarakat saat ini sudah memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya pendidikan yang ditandai dengan bertambahnya jumlah peserta didik di tingkat pendidikan tinggi karena masyarakat menyadari bahwa untuk dapat meraih peluang dan menghadapi tantangan serta ancaman di masa mendatang. Kesadaran yang semakin meningkat tersebut juga dipengaruhi oleh pengelolaan lembaga pendidikan tinggi yang disesuaikan dengan pengelolaan

bisnis jasa yang berperan aktif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat
Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terhadap pentingnya pendidikan. Hal tersebut juga memunculkan tingkat persaingan yang cukup ketat antar perguruan tinggi di wilayah Kabupaten Karawang antara lain sebagai berikut:

Tabel 1.4
Jumlah Perguruan Tinggi Swasta
Di Wilayah Karawang

No	Kode PT	Nama PT
1	041017	Universitas Singaperbangsa Karawang
2	043145	STMIK Kharisma Karawang
3	043217	Sekolah Tinggi Teknik Karawang
4	043293	Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah Karawang
5	043313	STIKES Kharisma Karawang
6	044232	AMIK BSI Karawang
7	044194	Akademi Refraksi Optisi Polycore Indonesia
8	045012	Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri
9	043236	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Budi Pertiwi
10	043144	STMIK Pamitran
11	043139	STMIK Rosma

Sumber: Kopertis IV Jawa Barat dan Banten, 2011.

Kesadaran akan pentingnya pendidikan tersebut juga dapat terlihat dari semakin banyaknya jumlah peserta didik yang melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi, seperti yang terjadi pada Universitas Singaperbangsa Karawang (UNSIKA) yang dua tahun belakangan ini mengalami lonjakan pendaftar peserta didik. Unsika merupakan satu-satunya universitas di Kabupaten Karawang. Hal tersebut yang menjadi daya tarik Unsika sehingga mengalami lonjakan peserta didik, seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini :

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.5
Jumlah Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang

Tahun Ajaran	FAKULTAS								JUMLAH
	FH	FE	FKIP	Fakultas Pertanian	Fakultas Teknik	FAI	FASILKOM	FISIP	
2007/2008	166	223	45	152	164	105	-	-	855
2008/2009	157	312	131	173	166	197	46	-	1.182
2009/2010	174	245	157	168	140	136	153	27	1.200
2010/2011	194	353	1.813	240	222	224	249	97	3.392
2011/2012	146	456	895	193	300	128	250	128	2.496

Sumber : Bag. Akademik UNSIKA, 2011.

Berdasarkan tabel di atas bahwa jumlah mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang semakin bertambah dari tahun ke tahun namun untuk tahun ajaran 2011/2012 terjadi penurunan yang signifikan. Hal tersebut menjadi bukti mulai adanya perubahan pada tingkat keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa pendidikan Unsika. Fenomena tersebut diduga karena tingginya tingkat persaingan antara perguruan tinggi yang ada di Kabupaten Karawang dan Unsika juga baru memiliki 18 program studi. Berikut data program studi di Universitas Singaperbangsa Karawang :

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.6
Program Studi Unsika

No	Program Studi	Jenjang
1	Magister Maajemen	S2
2	Ilmu Hukum	S1
3	Manajemen	S1
4	Akuntansi	S1
5	Akuntansi	D3
6	Pendidikan Luar Sekolah	S1
7	Pendidikan bahasa Inggris	S1
8	Pendidikan Matematika	S1
9	Pendidikan Jasmasni, Kesehatan dan Rekreasi	S1
10	Agroteknologi	S1
11	Pendidikan Agama Islam	S1
12	Teknik Industri	S1
13	Teknik Mesin	S1
14	Teknik Mesin	D3
15	Kebidanan	D3
16	Teknik Informatika	S1
17	Ilmu Komunikasi	S1
18	Ilmu Pemerintahan	S1

Sumber : Biro Akademik Unsika, 2011

Menurunnya tingkat keputusan menggunakan jasa pendidikan Unsika juga disinyalir karena kurangnya informasi di masyarakat mengenai Unsika. Informasi tersebut dapat berasal dari mulut ke mulut maupun dari Unsika sendiri yang melakukan beberapa kegiatan promosi diantaranya penyebaran brosur, spanduk dan iklan lainnya.

Komunikasi pemasaran terpadu merupakan salah satu elemen bauran jasa yang mampu memberikan informasi bagi pasar mengenai merek dan dijadikan alat untuk membangun kesadaran pasar akan keberadaan produk yang ditawarkan oleh suatu organisasi sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk memutuskan mengkonsumsi produk tersebut atau tidak. Jika praktek komunikasi

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pemasaran dilakukan dengan baik maka di duga mampu memberikan dampak yang baik bagi peningkatan jumlah mahasiswa.

Universitas Singaperbangsa Karawang senantiasa meningkatkan kinerja bauran pemasaran jasa yang dimilikinya, salah satunya adalah dengan melakukan komunikasi pemasaran terpadu yang mampu memberikan informasi mengenai prodrum studi yang ada dan bagaimana akreditasi dari tiap-tiap program studi tersebut. Informasi mengenai Unsika yang diciptakan melalui komunikasi pemasaran terpadu memunculkan suatu rangsangan dan stimuli pemasaran yang mampu memberikan pengaruh khalayak untuk membentuk dan menggambarkan konsep citra dari suatu organisasi.

Di Unsika sendiri, praktek komunikasi pemasaran terpadu telah dijalankan secara hamonis, terbukti dari kebanyakan mahasiswa yang mengaku mendapatkan informasi dan kuliah di Unsika karena teman dan/atau Alumni Unsika. Unsika juga melakukan penyebaran brosur dan pemasangan spanduk yang dimaksudkan agar khalayak sasaran tertarik untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai Unsika. Unsika melalui Biro Akademiknya bekerjasama dengan media cetak dan station radio yang ada di Kabupaten Karawang yang memiliki *area coverage* meliputi Purwakarta, Subang dan Karawang (PurwaSuKa) untuk mempublikasi dan menginformasikan mengenai Unsika serta Program Penerimaan Mahasiswa Baru (PPMB).

Kerjasama juga dibangun Unsika dengan beberapa Sekolah dengan bentuk pemberian *try out* dan juga menginformasikan langsung mengenai Unsika dan Program PMB yang diselenggarakan. Unsika juga mengundang para Guru sekolah

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

untuk mensosialisasikan Program Beasiswa Pemda bagi mahasiswa baru yang bersekolah dan tinggal di Karawang. Selain itu, beasiswa berupa pendidikan gratis juga diberikan kepada karyawan, keluarga karyawan, Dosen, keluarga Dosen yang ingin kuliah di Unsika. Sementara itu, kemudahan mengakses informasi mengenai Unsika juga diwujudkan dengan adanya website Unsika serta akun jejaring sosial yang dapat memudahkan khalayak sasaran untuk melakukan komunikasi dan mendapatkan informasi.

Berebakal informasi mengenai universitas yang muncul sebagai dampak dari komunikasi pemasaran terpadu, selanjutnya hal tersebut juga mampu menciptakan citra yang baik bagi pendidikan tinggi tersebut. Citra pendidikan tinggi tersebut juga menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk menjadi mahasiswa di salah satu perguruan tinggi, karena salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan produk yang akan dikonsumsinya adalah merek produk itu sendiri.

Citra yang terbentuk di masyarakat mengenai Unsika merupakan satu-satunya Universitas di Kabupaten Karawang dan juga karena Unsika memberikan berbagai kemudahan bagi mahasiswanya seperti kemudahan waktu kuliah dan pembayaran biaya kuliah yang dapat dicicil selama empat kali untuk satu tahun ajaran. Sehingga dengan adanya kemudahan tersebut disinyalir mampu menjadi alasan calon mahasiswa membentuk citra Unsika dan juga menjadi bahan pertimbangan untuk kuliah. Buchari Alma (2002) mengemukakan bahwa citra dibentuk berdasarkan impresi, berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan.

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan memfokuskan kajian penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perguruan Tinggi dan Keputusan Untuk Menjadi Mahasiswa (Survey pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran komunikasi pemasaran terpadu Universitas Singaperbangsa Karawang?
2. Bagaimana gambaran citra Universitas Singaperbangsa Karawang?
3. Bagaimana gambaran keputusan untuk menjadi mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang?
4. Seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap citra Universitas Singaperbangsa Karawang?
5. Seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap keputusan untuk menjadi mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang?
6. Seberapa besar pengaruh citra universitas terhadap keputusan untuk menjadi mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang?
7. Seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran terpadu dan citra universitas secara simultan terhadap keputusan menjadi mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang?

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran komunikasi pemasaran terpadu Universitas Singaperbangsa Karawang.
2. Untuk mengetahui gambaran citra Universitas Singaperbangsa Karawang.
3. Untuk mengetahui gambaran keputusan untuk menjadi mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang.
4. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap keputusan untuk menjadi mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang.
5. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap citra Universitas Singaperbangsa Karawang.
6. Untuk mengetahui pengaruh citra universitas terhadap keputusan untuk menjadi mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang.
7. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terpadu dan citra universitas secara simultan terhadap keputusan menjadi mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi penulis untuk menerapkan ilmu dan menambah pengetahuan tentang ilmu manajemen.

Khususnya untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran tentang

Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

komunikasi pemasaran terpadu citra perguruan tinggi dan keputusan mahasiswa menggunakan jasa pendidikan.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Universitas Singaperbangsa Karawang, khususnya untuk mengetahui sejauh mana pengaruh komunikasi pemasaran terpadu dalam upaya meningkatkan citra Universitas Singaperbangsa Karawang dan juga dampaknya terhadap Keputusan untuk menjadi mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang.



Abdul Yusuf, 2013

Analisis Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Universitas dan Implikasinya Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa (Survey terhadap Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu