

# **ANALISA PENGARUH SERVICE *QUALITY*, *COST STUDY*, *PROMOTION*, DAN *IMAGE* PADA MINAT KULIAH SORE DI UISI BAGI KARYAWAN**

Nama Mahasiswa : Eva Savina Marthanti  
NIM : 2011610017  
Pembimbing : Khuntum Khoiro Ummatin, ST., MT.  
Co Pembimbing : Elsi Mersilia Hanesti, S.EI., M.SEI.

## **ABSTRAK**

Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) merupakan salah satu insitusi pendidikan yang berkomitmen mencetak lulusan dengan kualitas tinggi. UISI berdiri sejak tahun 2015 yang sebelumnya bernama Sekolah Tinggi Manajemen Semen Indonesia (STIMSI) selama dua tahun. Transformasi UISI melakukan penerimaan mahasiswa baru dengan membuka sepuluh jurusan, diantaranya adalah dua jurusan terdahulu yaitu Manajemen dan Manajemen Rekayasa. UISI merupakan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang usianya relatif muda, menggambarkan bahwasanya utuk memperoleh mahasiswa baru diperlukan suatu perjuangan promosi yang lebih intensif dan terencana. Banyaknya minat para karyawan dengan jenjang lulusan SMA atau SMK sederajat yang ingin melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi, menjadi peluang bagi UISI untuk membuka kuliah kelas sore bagi karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis beberapa variabel yang memepengaruhi minat kuliah sore di UISI bagi karyawan, pada penelitian ini terdapat empat variabel yaitu *service quality*, *cost study*, *promotion*, *image*. Metode yang digunakan adalah statistik non parametrik dengan data primer yang didapatkan dari kuesioner yang disebarakan ke wilayah Kabupaten Gresik. Sasaran responden pada penelitian ini adalah karyawan lulusan SMA atau SMK di kabupaten Gresik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *cost study* (biaya pendidikan) merupakan variabel yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap minat kuliah sore di UISI bagi karyawan diikuti oleh variabel *service quality*, promosi dan citra. Besarnya R square 0,259 hal ini berarti 25,9% variasi dari minat kuliah dapat dijelaskan oleh variasi dari ke empat variabel independent yaitu *service quality*, promosi, *cost study* dan citra, sedangkan 74,15% dijelaskan oleh sebab sebab lain diluar

**Kata Kunci** : *Service quality*, *Cost study*, *Promotion*, *Image*, *Nonparametrik*, kuliah sore.

***ANALYSIS OF QUALITY SERVICES, COST STUDIES,  
PROMOTIONS, AND IMAGE IMPROVEMENTS ON THE  
INTEREST OF MANY COURSES IN UISI FOR EMPLOYEES***

Name : Eva Savina Marthanti  
Student identity number : 2011610017  
Supervisor : Khuntum Khoiro Ummatin, ST., MT.  
Co Supervisor : Elsi Mersilia Hanesti, S.El., M.SEl.

***ABSTRACT***

*Semen Indonesia International University (UISI) is an educational institution that is committed to producing high quality graduates. UISI was founded in 2015 which was previously known as the Indonesian Cement Management College (STIMSI) for two years. The transformation of UISI is admitting new students by opening ten departments, including the two previous majors, namely Engineering Management and Management. UISI is a relatively young private university (PTS), which illustrates that to get new students a more intensive and well-planned promotional struggle is needed. The large number of interests of employees with high school or vocational high school or vocational school graduates who wish to continue their education in tertiary institutions has become an opportunity for UISI to open afternoon classes for employees. This study aims to determine and analyze several variables that affect the interest in the afternoon lecture at UISI for employees. In this study there are four variables, namely service quality, cost study, promotion, image. The method used is non-parametric statistics with primary data obtained from questionnaires distributed to the Gresik Regency area. The target respondents in this study were employees of high school or vocational school graduates in Gresik district. The results of this study indicate that the variable cost study (cost of education) is the variable that has the highest influence on the interest in evening lectures at UISI for employees followed by the variable service quality, promotion and image. The amount of R square is 0.259, this means that 25.9% of the variation of interest in college can be explained by variations of the four independent variables, namely service quality, promotion, study cost and image, while 74.15% is explained by reasons other than the model*

***Keywords:*** Service quality, Cost study, Promotion, Image, Nonparametric, afternoon lectures