

**BEBERAPA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
USAHA PENCARIAN INFORMASI  
OLEH CALON MAHASISWA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

**MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**



**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2004**

SKRIPSI

**BEBERAPA FAKTOR YANG MEMPENARUHI  
USAHA PENCARIAN INFORMASI OLEH CALON MAHASISWA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH  
DANNY TRI WAHYUDI  
No. Pokok : 049922834 E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

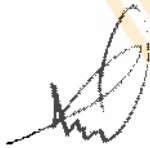
DOSEN PEMBIMBING,



Dr. SRI GUNAWAN, M. Com.  
NIP. 131563420

TANGGAL .....

KETUA JURUSAN,



Prof. Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E.  
NIP. 130604268

TANGGAL .....

## ABSTRAK

Meningkatnya minat masyarakat untuk menempuh pendidikan pascasarjana dalam beberapa tahun terakhir juga dibarengi meningkatnya persaingan antar penyelenggara program pascasarjana, khususnya Magister Manajemen sebagai salah satu program studi pascasarjana yang paling banyak diselenggarakan oleh lembaga pendidikan (perguruan tinggi) di Surabaya. Untuk itu, pemasar program Magister Manajemen (MM) harus memahami konsumennya, termasuk proses pencarian informasi prapembelian sebagai salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian.

Dengan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Apakah Keterlibatan Konsumen, Persepsi terhadap Resiko, Pengetahuan tentang Produk, Tujuan Pencarian Informasi, Waktu yang Tersedia, Harga Produk, Keragaman Produk, dan Efektivitas Usaha Pencarian Informasi secara parsial maupun bersama-sama mempengaruhi usaha pencarian informasi oleh calon mahasiswa Program Magister Manajemen di Surabaya?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Keterlibatan Konsumen, Persepsi terhadap Resiko, Pengetahuan tentang Produk, Tujuan Pencarian Informasi, Waktu yang Tersedia, Harga Produk, Keragaman Produk, dan Efektivitas Usaha Pencarian Informasi secara parsial maupun bersama-sama mempengaruhi usaha pencarian informasi oleh calon mahasiswa program Magister Manajemen di Surabaya.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Model ini menunjukkan hubungan spesifik antara variabel-variabel bebas dan variabel terikat. Sedang Uji hipotesis penelitian menggunakan uji statistik yang terdiri dari Uji-t, yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui atau pengaruh dari masing-masing variabel secara parsial (independent) atau individu atau secara terpisah terhadap variabel terikat (dependent), dan Uji - F, yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dari variabel bebas (independent) secara simultan atau serempak terhadap variabel terikat (dependent).

Dari pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara Keterlibatan Konsumen (X1), Persepsi terhadap Resiko (X2), Pengetahuan tentang Produk (X3), Tujuan Pencarian (X4), Harga (X5), Waktu (X6), Keragaman (X7) dan Efektivitas Pencarian (X8) dengan Usaha Pencarian Informasi oleh calon mahasiswa MM di Surabaya, baik secara parsial maupun simultan (bersama-sama). Dari hasil penelitian didapatkan persamaan model regresi:

$$Y = 1,1099 + 0,6987 X_1 + 0,1668 X_2 - 0,4106 X_3 + 0,2768 X_4 + 0,2852 X_5 + 0,1990 X_6 + 0,0812 X_7 + 0,4929 X_8$$