

INTISARI

Mayang Dewanti

NIM 12/337862/SV/02423

Pengaruh Kegiatan Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Manajemen Di Departemen Ekonomika Dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada

Perguruan Tinggi adalah pendidikan formal untuk jenjang pendidikan tertinggi. Kegiatan memilih Perguruan Tinggi menjadi fokus utama dari calon mahasiswa. Promosi yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi juga berperan penting dalam menarik minat mahasiswa dalam memilih universitas. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa dari Program Studi Manajemen di Departemen Ekonomika Dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada pada tahun akademik 2014/1015. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh Departemen Ekonomika Dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada yang terdiri dari periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas memiliki pengaruh yang cukup positif terhadap minat mahasiswa yang meliputi tingkat perhatian, minat beli, pembelian, dan kepuasan dalam memilih Program Studi Manajemen di Departemen Ekonomika Dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada.

Kata kunci: promosi, minat beli, perguruan tinggi

ABSTRACK

Mayang Dewanti

NIM 12/337862/SV/02423

***The Effect Of Promotional Activities To Interest The Students In Choosing
A Study Program Management In The Department Of Economics And Business
Vocational School Universitas Gadjah Mada***

College is a formal education to the highest education level. Universities choose activities became the main focus of prospective students. The promotional activities carried by the College also has an important role in attracting students in choosing a university. Samples of this research was student of Management Studies Program in the Department of Economics and Business Vocational School Universitas Gadjah Mada in the academic year 2014/1015. Results from this research showed that the promotional activities carried by the Department of Economics and Business Vocational School Universitas Gadjah Mada consisting of advertising, personal selling, sales promotion, and publicity have a pretty positive influence on the interests of students which include the level of attention, interest in buying, purchasing, and satisfaction in choosing Manajamen Studies Program in the Department of Economics and Business Vocational School Universitas Gadjah Mada.

Keywords: *promotion, buying interest, college*