

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Bandung Techno Park



GAMBAR 1.1

Logo Bandung Techno Park

Sumber: Btp.or.id

Berangkat dari mimpi ingin berkontribusi dalam pengembangan ekonomi Indonesia melalui pertumbuhan ekonomi di Kawasan Bandung Selatan, diperlukan lembaga yang mensinergikan peran Quadruple Helix (4 aktor utama inovasi). Bandung *Techno Park* yang didirikan atas kerjasama antara Institut Teknologi Telkom dan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia untuk menjawab itu semua. Pendirian Bandung *Techno Park* diawali dengan pendirian lembaga UPT Telematika dan Pusat Desain Telekomunikasi sebagai wadah inovasi bagi dosen, mahasiswa dan masyarakat umum serta Inkubator Bisnis sebagai ajang masyarakat untuk belajar berbisnis.

Pendirian Bandung *Techno Park* ini merupakan wujud mimpi dari civitas akademika IT Telkom yang ingin mengembangkan Teknopark sebagai jembatan antara Institusi pendidikan bidang ICT dan energi dengan dunia Industri. IT Telkom sebagai salah satu lembaga pendidikan tinggi dalam bidang Teknologi Informasi dan Telekomunikasi nasional memiliki kemampuan dan jumlah Sumber Daya Manusia yang cukup untuk mengembangkan Riset terapan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas. Sejak awal 2007, Institut Teknologi Telkom

dipercaya Kementerian Perindustrian RI untuk mengembangkan UPT Telematika dalam rangka menumbuhkan dan membina Industri Kecil dan Menengah (IKM) di bidang ICT (Informasi dan Telekomunikasi). Sejak tahun 2007 sampai sekarang, Departemen Perindustrian memberikan sejumlah perangkat modern, sedangkan kegiatan UPT Telematika didukung oleh Disperindag Jabar. Kegiatan yang telah dilakukan antara lain adalah pelatihan bidang ICT dalam rangka membina IKM, dengan maksud untuk mengangkat Industri Nasional. Sejak tahun 2009, Institut Teknologi Telkom dipercaya Kementerian Perindustrian RI untuk mengembangkan Pusat Desain Telekomunikasi (PDT). PDT diresmikan oleh Menteri Perindustrian RI pada tanggal 12 Januari 2010. Pada tanggal 12 Januari 2010 tersebut juga akan dilakukan peletakan batu pertama kawasan Bandung *Techno Park* di lingkungan Kampus Institut Teknologi Telkom. Kedua lembaga tersebut sebagai cikal bakal dari Teknopark dengan nama Bandung *Techno Park* yang diresmikan oleh Menteri Perindustrian pada tanggal 19 Januari 2010. Dan pada tahun 2009 Kementerian Diknas mempercayakan pengembangan Inkubator Bisnis di bawah Bandung *Techno Park*. Seiring dengan perkembangan waktu dan kebutuhan akan peran yang lebih besar lagi dari Bandung *Techno Park* serta berbagai pertimbangan, maka mulai bulan November 2011 Bandung *Techno Park* terpisah secara manajemen dari ITTelkom. Dengan demikian diharapkan *Bandung Techno Park* lebih memberikan peran nyata dan lebih luas kepada masyarakat baik Jawa Barat maupun Nasional (*Sumber: Btp.or.id*)

1.1.2 Visi dan Misi Bandung *Techno Park*

Adapun visi dan misi dari Bandung *Techno Park* adalah sebagai berikut :

A. Visi

Menjadi motor penggerak dalam mewujudkan masyarakat informasi Indonesia dan pendorong tumbuhnya industry ICT dan Technopreneur di Indonesia (*Sumber: Btp.or.id*)

B. Misi

1. Kerjasama antara *academic – Business – Government* dalam mengembangkan ICT yang meliputi: Infrastruktur, aplikasi, *content*, konteks dan regulasi.
2. Mendorong pengembangan ekonomi dan budaya berbasis pengetahuan dan teknologi.
3. Menciptakan tenaga ICT yang mandiri dan berdaya saing tinggi
4. Menumbuhkembangkan masyarakat yang mampu memanfaatkan ICT Dalam peningkatan kesejahteraan.
5. Menciptakan *Technopreneurship* di masyarakat Menumbuhkembangkan masyarakat yang mampu memanfaatkan ICT Dalam peningkatan kesejahteraan. (*Sumber: Btp.or.id*)

1.1.2 Sejarah *Expert Course*



GAMBAR 1.2

Logo *Expert Course*

Sumber: Expertcourse.net

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa bimbingan belajar, *Expert Course* hadir di tengah banyaknya mahasiswa yang kesulitan memahami mata kuliah dasar dan mendapatkan nilai yang kurang maksimal. *Expert Course* adalah bimbingan belajar khusus mahasiswa yang berlokasi utama di Bandung. *Expert Course* sudah berdiri sejak tahun 2014.

Pada awal berdirinya, *Expert Course* hanya mengajarkan mata kuliah Kalkulus saja, namun sekarang telah bertransformasi mengikuti perkembangan minat dan kebutuhan mahasiswa terhadap mata kuliah dasar yang lain. Sekarang *Expert Course* berkembang menyediakan mata kuliah dasar yang lebih banyak

dengan pengajar yang profesional dan berpengalaman. Pada awalnya *Expert Course* hanya ada di Universitas Telkom saja, namun seiring berjalannya waktu, *Expert Course* mulai melebarkan sayapnya ke beberapa Universitas yang ada di Bandung, yaitu Universitas Komputer Indonesia, Institut Teknologi Bandung, serta Universitas Parahiyangan.

Kualitas pengajaran dan penyampaian materi yang baik membuat *Expert Course* semakin berkembang. Bahkan banyak diantara mereka ada yang memenangi perlombaan, mendapatkan beasiswa kampus, menjadi asisten laboratorium, menjadi asisten dosen, dan *Expert Squad* yang mendapatkan IPK > 3.5 sebanyak 60% mahasiswa.

Expert Course menyediakan layanan *offline* course yang sama dengan bimbel konvensional lain yaitu proses belajar langsung dengan tatap muka dengan instructor. Bimbingan belajar ini menjadi jawaban bagi banyaknya mahasiswa yang selalu mengalami kesulitan pada mata kuliah dasar karena mata kuliah dasar jurusan teknik sangat penting dalam perkuliahan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh salah satu organisasi internal kampus (2017), terdapat 80% mahasiswa yang mendapatkan nilai yang kurang baik atau bahkan banyak sekali mahasiswa yang tidak lulus pada mata kuliah tersebut. Sehingga, mahasiswa akan kesulitan memahami dan mengikuti mata kuliah lanjutan jika tidak menguasai mata kuliah dasar karena adanya keterkaitan antara mata kuliah dasar dengan mata kuliah lanjut. *Expert Course* merupakan salah satu inkubasi di *Bandung Techno Park*. (Sumber: *ExpertCourse.net*)

1.1.4 Produk *Expert Course*

Expert Course menyediakan tidak hanya satu jenis bimbingan belajar saja, namun *Expert Course* menyediakan dua jenis bimbingan belajar, yaitu:

a. Paket Alacarte

Pada paket ini mahasiswa hanya akan mendapatkan satu mata kuliah dalam kegiatan bimbingan belajarnya. Mahasiswa dapat memilih mata kuliahnya yang sudah disediakan pilihannya oleh *Expert Course*. Bimbingan belajarnya terdiri dari 12 kali pertemuan serta berdurasi 90

menit. Selain itu juga\ mahasiswa akan mendapatkan merchandise *Expert Course*.

b. Paket Silver

Pada paket ini mahasiswa akan mendapatkan bimbingan belajar yang terdiri dari beberapa mata kuliah yang sudah disediakan. Mahasiswa akan mendapatkan bimbingan belajar yang terdiri dari 12 kali pertemuan serta berdurasi 90 menit setiap mata kuliahnya. Selain itu juga mahasiswa akan mendapatkan merchandise *Expert Course*. (Sumber: *Expertcourse.net*)

1.2 Latar Belakang

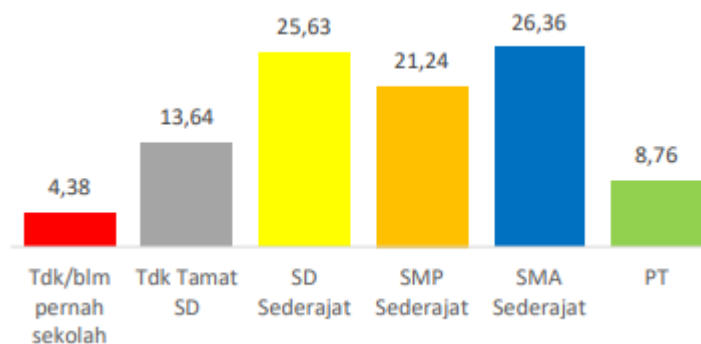
Di era globalisasi saat ini persaingan semakin ketat. Manusia dituntut untuk memiliki kemampuan yang baik untuk dapat bersaing di dunia kerja. Pasar bebas ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) yang telah berlaku sejak tahun 2015 memiliki dampak besar pada di Indonesia, peran pemerintah akan melemah dalam perdagangan bebas, hal akan menjadi tantangan besar dalam keputusan untuk membuat suatu kebijakan baik dalam menyiapkan Indonesia untuk melalui AFTA 2015, tantangan terbesar yang dihadapi Indonesia saat ini adalah bagaimana meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif di semua sektor, terutama dalam persaingan sektor Pendidikan. Tidak ada opsi untuk menghadapi AFTA ini, kecuali dengan meningkatkan kemampuan dan keterampilan pada setiap bidang (Sumber: <http://Kemdikbud.go.id/>,2017).

Salah satu cara untuk mningkatkan kemampuan adalah melalui pendidikan. Pendidikan dapat membantu manusia untuk dapat berkembang menjadi lebih baik. Selain menempuh Pendidikan melauai pendidikan formal, masyarakat juga dapat mengikuti Pendidikan nonformal seperti lembaga kursus untuk mendapatkan tambahan belajar. Mengutip penjelasan www.bps.hgo.id, pendidikan formal adalah pendekatan pendidikan yang terstruktur dan berjenjang, termasuk pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi, termasuk pendidikan dasar / MI / sederajat, SMP / MTS / pendidikan sederajat Dan pendidikan tinggi, pendidikan non-formal adalah serangkaian pendidikan di luar pendidikan formal, yang dapat diimplementasikan secara terstruktur dan

berjenjang. Hal ini menjelaskan bahwa untuk meningkatkan *skill* yang dimiliki masyarakat tidak hanya bisa memperolehnya dari pendidikan formal saja, melainkan dapat meningkatkan *skill* melalui program-program pendidikan non-formal yang ada di Indonesia.

Pendidikan adalah fondasi utama pembangunan suatu negara. Di era globalisasi yang semakin ketat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa pendidikan adalah fondasi dari suatu negara dalam membangun pengetahuan dan keahlian yang bersaing dapat digunakan untuk bersaing dengan warga negara lain. (Sumber: <http://akademia.edu/>,2017)

Secara umum tingkat rata – rata tingkat pendidikan masyarakat Indonesia hanya mencapai menengah. Hanya sekitar 8,76% dari tamatan Sekolah Menengah Atas yang berhasil melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi. Hal ini menunjukkan masih rendahnya tingkat Pendidikan yang ada di Indonesia.



GAMBAR 1.3

Tingkat Pendidikan Tertinggi Penduduk (%), 2018

Sumber: (BPS.go.id)

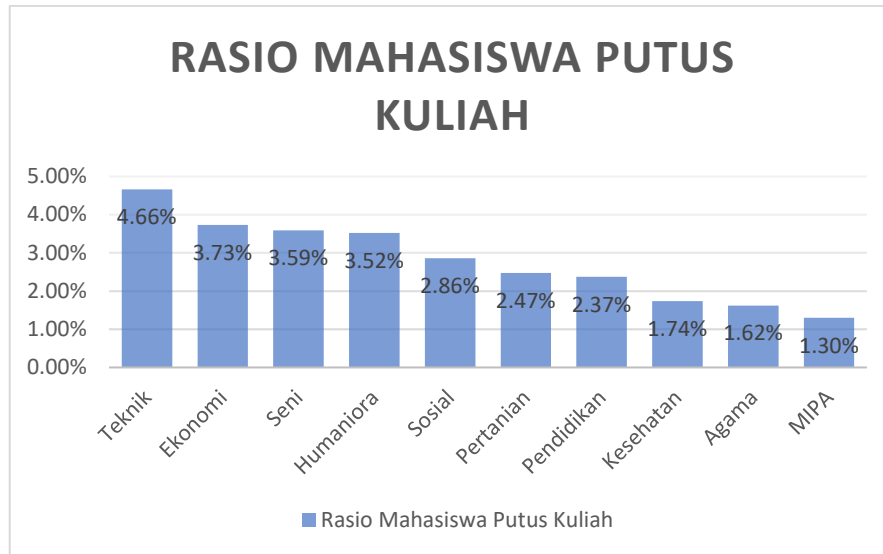
Rendahnya pendidikan menjadi salah satu faktor penyebab kemiskinan di Indonesia. Keterkaitan kemiskinan dengan pendidikan sangat besar karena pendidikan memberikan kemampuan untuk berkembang melalui penguasaan ilmu dan keterampilan. Pendidikan nonformal perlu mendapatkan prioritas dalam mengatasi keterbalakangan, dan ketertinggalan sosial ekonominya. Pendidikan nonformal dalam rangka pendidikan sosial dengan sasaran orang miskin selaku kepala keluarga dan anggota masyarakat tidak lepas dari konsep *learning society adult education experience learning* yang berupa pendidikan luar sekolah, kursus

keterampilan, penyuluhan, pendidikan dan latihan, dan bimbingan (*Sumber: www.kompasiana.com*).

Bila dibandingkan dengan negara lainnya tingkat Pendidikan di Indonesia masih sangat jauh tertinggal. Seperti yang diungkapkan oleh Gunawan Fauzi, bahwa di Indonesia secara umum masyarakat hanya menghabiskan waktu 7 tahun untuk menempuh Pendidikan sedangkan di luar negeri rata-rata masyarakat menghabiskan waktu untuk menempuh Pendidikan selama 18,5 tahun (*Sumber: www.kompasiana.com*) hal ini tentu menjadi pekerjaan rumah bukan hanya bagi pemerintah, tetapi bagi seluruh masyarakat untuk membantu memberi pengertian kepada masyarakat tentang pentingnya pendidikan. Semakin banyak masyarakat yang menempuh pendidikan yang lebih tinggi tentu akan berdampak baik bagi negara karena akan menghasilkan generasi yang berkompeten di bidangnya.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah total siswa Indonesia yang memasuki tahun 2018 dalam statistik Indonesia untuk tahun 2019, hingga 7 juta, termasuk 4,5 juta mahasiswa universitas swasta dan 2,5 juta mahasiswa universitas negeri (*Sumber: databoks.katadata.co.id*).

Menurut Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi pada buku Statistik Pendidikan 2018 menyatakan bahwa jumlah mahasiswa baru adalah sebanyak 1.732.308 mahasiswa yang terdiri dari 1.111.495 mahasiswa yang menempuh pendidikan di Universitas, 126.533 mahasiswa yang berada di Institut, 336.1333 mahasiswa di Sekolah Tinggi, 60.538 mahasiswa di Akademi, 761 mahasiswa di Akademi Komunitas, serta 96.848 mahasiswa di Politeknik.



GAMBAR 1.4

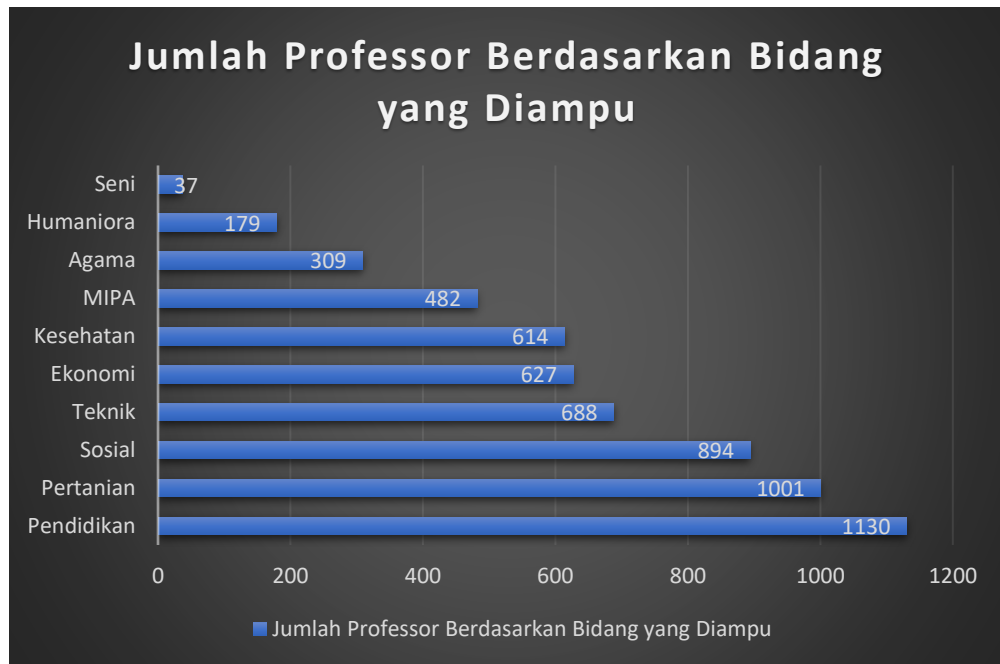
Rasio Mahasiswa Putus Kuliah

Sumber: Statistik Pendidikan Tinggi 2018, Kemenristekdikti

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa rasio mahasiswa putus kuliah paling tinggi terdapat pada bidang Ilmu Teknik yaitu sebanyak 4.66% dari jumlah keseluruhan mahasiswa yang berada pada rumpun Teknik, dan untuk rasio mahasiswa putus kuliah yang paling rendah adalah pada bidang MIPA.

Sedangkan persentase jumlah mahasiswa yang putus kuliah menurut jenis kelamin didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 60.77% atau sebanyak 149.183 mahasiswa, sedangkan untuk persentase jumlah mahasiswa yang putus kuliah pada wanita yaitu 39.23% atau sebanyak 96.3111 mahasiswa. Mahasiswa putus kuliah terdiri dari mahasiswa dengan jenis keluar yaitu karena dikeluarkan serta mengundurkan diri (*Sumber:* Statistik Pendidikan Tinggi Kemenristekdikti, 2018).

Saat ini jumlah dosen professor yang ada di Indonesia menurut data Kemenristekdikti adalah sebanyak 3.832.131 profesor dengan berbagai bidang yang diampu diantaranya sebagai berikut:



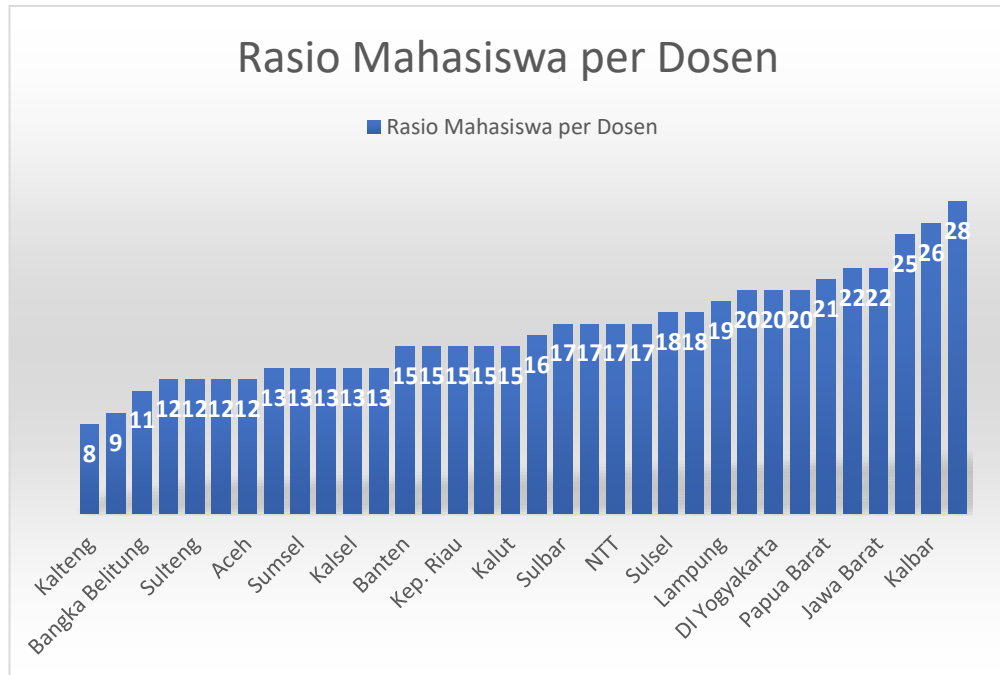
GAMBAR 1.5

Jumlah Professor Berdasarkan Bidang yang Diampu

Sumber: Statistik Pendidikan Tinggi 2018, Kemenristekdikti

Dari data di atas dapat diketahui bahwa mayoritas professor yang ada di Indonesia mengampu program studi Pendidikan yaitu sebanyak 18.96%, sedangkan professor paling sedikit dalam Bidang Seni yaitu sebanyak 0.62% dari jumlah dosen professor yang ada di Indonesia.

Sedangkan untuk rasio mahasiswa per dosen pada tahun 2017 menurut dari Kemenristekdikti di setiap Provinsi yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut:



GAMBAR 1.6

Rasio Mahasiswa per Dosen

Sumber: Statistik Pendidikan Tinggi 2017, Kemenristekdikti

Data di atas menunjuk perbandingan satu dosen dengan mahasiswa yang belajar di daerah tersebut. Rasio tertinggi terdapat di daerah Jawa Timur yaitu sebanyak 28 mahasiswa per dosennya. Dengan perbandingan yang cukup banyak ini memungkinkan terjadinya berbagai macam masalah yang timbul saat pembelajaran atau kurang efektifnya pembelajaran karena dapat meningkatkan gangguan pada saat pembelajar. Sedangkan untuk perbandingan mahasiswa dengan dosen secara keseluruhan yaitu sebanyak 1:28 atau sebanyak 247.269 : 6.924.511. (*Sumber:* Statistik Pendidikan Tinggi 2017, Kemenristekdikti)

Pada era pandemic yang terjadi di seluruh dunia saat ini, mahasiswa dituntut untuk mengikuti kegiatan belajar mengajar secara *online*. Banyak mahasiswa mulai mengeluh tentang proses perkuliahan online. Kebosanan dimulai dengan sistem ini, tugas-tugas yang diberikan oleh dosen, dan keinginan untuk kuliah tatap muka yang menurut mereka sangat membantu untuk memahami pelajaran secara efektif. Pada beberapa diskusi, banyak pengamat

pendidikan menyebutkan kuliah daring memang tidak efektif. (Sumber: news.unimal.ac.id)

Mahasiswa menilai kuliah *online* bukan seperti kuliah daring, karena dosen yang cenderung hanya memberikan tugas, tidak memberikan penjelasan materi terlebih dahulu, sehingga membuat mahasiswa kebingungan akan tugas yang diberikan, karena tidak adanya penjelasan materi dari dosen. (Sumber: muda.kompas.id)

Keluhan yang dirasakan oleh mahasiswa selama perkuliahan *online* berlangsung yaitu borosnya kuota internet, sinyal yang tidak stabil, tugas yang meberatkan serta waktunya yang terlalu mepet. Selain itu hal lain yang dikeluhkan adalah mengenai waktu pembelajaran yang tidak sesuai jadwal. Dosen yang memberikan penjelasan materi sangat minim, sehingga sulit untuk memahami, serta kesulitan pada mata kuliah praktikum. (Sumber: berita.upi.edu)

Karena keterbatasan jumlah pengajar, serta semakin meningkatnya jumlah mahasiswa sehingga membuat rasio mahasiswa per dosen menjadi banyak, selain itu juga adanya keluhan mengenai sulitnya memahami materi karena dosen yang memberi penjelasan yang minim, diperlukan adanya Pendidikan nonformal agar dapat membantu mahasiswa lebih memahami materi yang ada, serta membantu mengembangkan potensi diri yang ada. Saat ini sudah banyak sekali Pendidikan Nonformal yang ada di Indonesia mulai dari yang berbasis *online* maupun *offline*. Salah satu Pendidikan Nonformal yang ada untuk mahasiswa di Bandung yaitu *Expert Course*. *Expert Course* merupakan Pendidikan Nonformal yang tersedia bagi mahasiswa. Bimbingan belajar adalah salah satu solusi yang tepat ditengah tuntutan untuk memiliki kualitas pendidikan yang baik. Dengan demikian, bimbingan belajar bisa menjadi salah satu solusi bagi masyarakat yang ingin meningkatkan kualitas pendidikan namun merasa kurang cukup melalui proses pendidikan.

Sistem pembelajaran di *Expert Course* sendiri merupakan sistem pembelajaran les *private*, dimana satu pengajar hanya akan mengajar maksimal 4 orang mahasiswa. *Expert Course* sendiri memiliki dua jenis paket pembelajaran yaitu paket pembelajaran yang hanya terdiri dari satu mata kuliah, serta paket

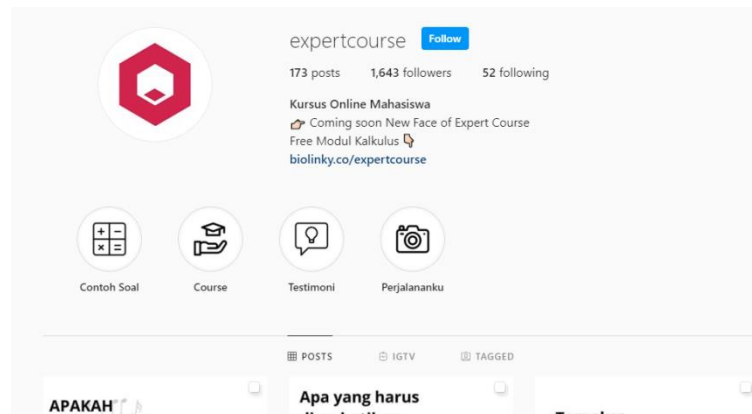
yang terdiri dari gabungan beberapa mata kuliah. Setiap pertemuan satu mata kuliah terdiri dari 12 kali pertemuan, dan untuk satu kali pertemuan memiliki waktu 90 menit. Dikarenakan semakin meningkatnya jumlah pengguna internet *Expert Course* juga mengadakan sesi bertanya kepada pengajar di luar jam pembelajaran, secara *online*, dengan ketentuan waktu yang telah ditetapkan serta pertanyaannya yang diajukan memenuhi syarat yang telah ditentukan. *Les private* yang diadakan bertujuan untuk membantu mahasiswa lebih memahami pembelajaran yang ada di kampus. Untuk mata kuliah yang disediakan yaitu mata kuliah kuantitatif.

Sebagai lembaga pendidikan nonformal yang menyediakan jasa pendidikan *Expert Course* tentu saja mempunyai keinginan untuk terus berkembang dan lebih dikenal oleh lebih banyak mahasiswa. Salah satu cara yang ditempuh untuk meningkatkan pangsa pasar dan mendapatkan konsumen baru adalah dengan cara meningkatkan kualitas yang diberikan. Tujuan dari ditingkatkannya kualitas layanan adalah agar perusahaan mendapatkan sebuah merek yang baik di mata konsumen. Menurut Durianto dalam Amalia (2020) menjelaskan bahwa merek adalah istilah, tanda, simbol, nama, atau desain ataupun gabungan dari semuanya sehingga dapat mengidentifikasikan sebuah produk. Dari pendapat tersebut dapat diketahui bahwa merek dapat menjadi sebuah pembeda dari pesaingnya. Peningkatan kualitas diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek di mata masyarakat, Meningkatnya kesadaran merek juga diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian sehingga target dari perusahaan dapat tercapai.

Namun saat ini masih banyak sekali mahasiswa yang belum mengetahui adanya *les private* untuk mahasiswa. Masih banyak mahasiswa yang belum mengetahui adanya Lembaga yang menyediakan les untuk mahasiswa, karena biasanya selama ini lembaga yang menyediakan les hanya untuk siswa SD-SMA. Meskipun masih sedikit yang mengetahui tentang keberadaan bimbingan belajar untuk mahasiswa, tetapi sudah ada beberapa mahasiswa yang mengetahuinya. Menurut Aaker dalam Amalia (2020), kesadaran merek adalah Kemampuan

pelanggan untuk mengenali dan mengingat merek yang merupakan bagian dari kategori produk tertentu.

Expert Course sendiri sudah melakukan promosi secara *offline* maupun *online* sebagai salah satu upaya meningkatkan kesadaran mahasiswa bahwa tersedianya bimbingan belajar untuk mahasiswa, sehingga apabila sudah banyak yang mengetahui diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Promosi yang dilakukan secara *online* yaitu melalui instagram, serta bekerjasama dengan beberapa media partner, sedangkan promosi yang dilakukan secara *offline* yaitu dengan cara promosi secara langsung, pada awal tahun ajaran ganjil, *Expert Course* melakukan promosi dengan cara membagikan brosur kepada orang tua, hal ini tidak dilakukan pada saat semester genap. Berikut merupakan salah satu contoh promosi yang dilakukan melalui media sosial:



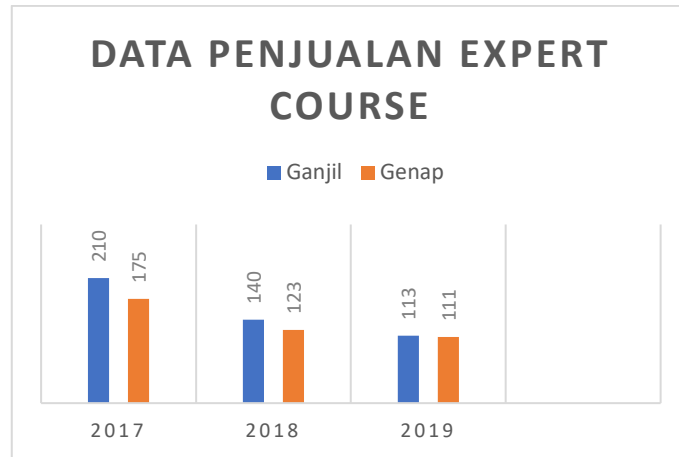
GAMBAR 1.7

Promosi yang dilakukan melalui sosial media

(Sumber: [instagram.com/expertcourse](https://www.instagram.com/expertcourse))

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa kesadaran merek mengenai *Expert Course* ini sudah ada, namun masih sedikit. Hal ini dibuktikan dengan masih sedikitnya jumlah pengikut instagram dari *Expert Course*.

Saat ini *Expert Course* sendiri selalu mengalami penurunan penjualan. Berikut adalah data jumlah mahasiswa yang mendaftar les di *Expert Course*



GAMBAR 1.8

Data Penjualan *Expert Course*

Sumber: Data Perusahaan

Berdasarkan gambar 1.5 dapat diketahui bahwa data penjualan *Expert Course* setiap tahunnya mengalami penurunan, walaupun tidak terlalu signifikan. Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan *Expert Course* setiap tahunnya. Salah satu faktor yang diindikasikan berpengaruh adalah *brand awereness*. Berdasarkan uraian yang disampaikan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand Awereness* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen *Expert Course* Bandung Tahun 2020).

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Brand Awareness Expert Course* menurut persepsi konsumen?
2. Bagaimana proses keputusan pembelian *Expert Course*?
3. Bagaimana pengaruh *Brand Awareness Expert Course* terhadap Keputusan Pembelian?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *Brand Awareness Expert Course* menurut persepsi konsumen
2. Untuk mengetahui proses keputusan pembelian *Expert Course*
3. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness Expert Course* terhadap Keputusan pembelian.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan penulis, serta mengetahui secara langsung pengaruh *brand awereness* terhadap keputusan pembelian dan membandingkan dengan teori yang sudah dipelajari selama proses pembelajaran, selain itu juga sebagai kontribusi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir untuk menyelesaikan pendidikan

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh *brand awereness* terhadap keputusan pembelian agar dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga dapat meningkatkan penjualan

3. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang hendak melakukan penelitian mengenai pengaruh *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian, serta dapat menambah wawasan pembaca.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian memiliki batasan-batasan yang bertujuan agar penelitian yang dilakukan tidak meluas, sehingga dapat fokus serta dapat memperoleh hasil yang maksimal untuk menjawab dari rumusan masalah yang ada. Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Ruang Lingkup
Ruang lingkup penelitian ini adalah pengaruh *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian.
- b. Variabel Penelitian
Variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu *Brand Awareness* sebagai variabel independent (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y).
- c. Objek Penelitian
Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah melakukan bimbingan belajar di *Expert Course*.
- d. Waktu Penelitian
Waktu penelitian yang dilakukan untuk penelitian ini adalah Februari 2020 hingga Mei 2020.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari lima bab yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN
Bab ini merupakan gambaran umum mengenai objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA
Baba ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Teori yang dibahas pada penelitian ini yaitu: penelitian terdahulu, kerangka penelitian, serta hipotesis penelitian,
3. BAB III METODE PENELITIAN
Bab ini berisi pendekatan metode yang dilakukan, untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian serta menganalisis hasil data tersebut yang dapat menjelaskan masalah dari penelitian ini.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi hasil penelitian yang diuraikan secara sistematis menggunakan metode yang telah ditetapkan, serta membahas kesesuaian antara teori dengan hasil penelitian untuk menjawab masalah yang ada dalam penelitian.

5. **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil observasi yang telah dilakukan, serta berisi saran-saran yang disampaikan untuk pihak-pihak terkait.