

## ABSTRAK

Peluang bisnis penyelenggaraan program pendidikan keperawatan jenjang Diploma-III cukup besar. Kebutuhan perawat di Jawa Barat dibanding jumlah penduduk mencapai 54.500an dan 7.200an di wilayah Bogor. Akademi Keperawatan Al-Ikhlas Cisarua Kabupaten Bogor membuka Program Studi Keperawatan Diploma-III pada tahun 2002/2003, namun sampai saat ini student bodynya masih rendah. Sebagai antisipasi terhadap persaingan yang ketat dalam meraih calon mahasiswa baru, berbagai macam kegiatan komunikasi pemasaran sudah dilakukan. Diduga komunikasi pemasaran ini berpengaruh terhadap keputusan kuliah calon mahasiswa. Penelitian ini untuk mengetahui kinerja komunikasi pemasaran promosional dan non-promosional yang telah dilakukan Akper Al-Ikhlas dan pengaruhnya terhadap keputusan memilih kuliah calon mahasiswa.

Penelitian dilakukan terhadap 52 siswa klas-III SMK Kesehatan di wilayah Kabupaten Bogor, dengan menggunakan metode sensus. Jawaban atas 20 item pertanyaan/sub-variabel komunikasi pemasaran dan tiga item keputusan kuliah dalam penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata kinerja sub-variabel promosional dan non-promosional dinilai cukup. Komunikasi pemasaran yang telah dilakukan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan kuliah calon mahasiswa. Besar pengaruh komunikasi pemasaran promosional sebesar 34,6% dan pengaruh komunikasi pemasaran non-promosional sebesar 51,86% (total pengaruh komunikasi pemasaran sebesar 86,46%).