

PENGUKURAN PREFERENSI *STAKEHOLDER* EKSTERNAL TERHADAP CITRA PERGURUAN TINGGI SWASTA

Arif Julianto Sri Nugroho, Sarwono Nursito
Prodi Manajemen Universitas Widya Dharma Klaten
Email: arifjuliantosn72@gmail.com

Ringkasan

Angka partisipasi lulusan SMTA yang melanjutkan pendidikan ke jenjang pendidikan tinggi masih rendah. Disatu sisi masih banyak warga negara yang mengalami kesulitan ekonomi sehingga terkendala menyekolahkan anaknya ke jenjang pendidikan tinggi disisi lain masih banyak PTS yang memiliki mutu dibawah standar minimal sehingga kesulitan mendapatkan calon mahasiswa baru untuk kelancaran operasi. Tujuan penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi pelajar untuk memilih Prodi dan PT Unggulan meliputi dimensi image dan status akreditasi, biaya dan beasiswa, faktor Sumber Daya Manusia, bukti fisik, motivasi dan faktor kelompok.

Metode penelitian dilakukan menggunakan survey. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menggali data (*explore*) dari responden dengan kuesioner yang tertutup maupun kuesioner terbuka. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* tipe *accidental sampling*, yaitu metode penetapan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel sebanyak 20 responden. Analisis multivariat yang digunakan melalui analisis faktor. Hasil uji memberikan hasil dimensi image dan status akreditasi, biaya dan beasiswa, faktor Sumber Daya Manusia, bukti fisik, motivasi dan kelompok memiliki peranan memotivasi siswa untuk memilih program studi dan PT unggulan. Uji dimensi analisis faktor, faktor image dan status akreditasi, biaya dan beasiswa merupakan faktor dominan sebagai peubah karena memiliki *initial eigenvalues* dan *extraction sums of squared loading* lebih besar dibandingkan dengan dimensi yang lain

Key words : preferensi citra PT, analisis faktor, keunggulan bersaing

PENDAHULUAN

Berdasarkan UU Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2013 pasal 1 ayat 1 tentang pendidikan yang menyatakan "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk

memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengenalan diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya masyarakat, bangsa, dan Negara.

Perguruan Tinggi sebagai salah satu bagian penting dalam dunia pendidikan sebagaimana dirumuskan

dalam Visi 2013 Pendidikan Tinggi Indonesia, yaitu pada tahun 2013 telah dapat diwujudkan sistem pendidikan tinggi termasuk perguruan tinggi yang sehat sehingga mampu memberikan kontribusi pada daya saing bangsa dengan ciri berkualitas, memberi akses dan berkeadilan serta otonomi. Tuntutan masyarakat dan pengguna lulusan perguruan tinggi adalah melahirkan sarjana yang kompeten. Dengan demikian kompetensi merupakan sesuatu yang harus dimiliki oleh lulusan perguruan tinggi, sehingga ia mampu menjalankan tugas-tugas profesinya secara baik dan bertanggung jawab.

Minat calon mahasiswa untuk memilih Perguruan Tinggi sangat dipengaruhi oleh faktor persepsi mereka terhadap Perguruan Tinggi tersebut. Calon mahasiswa memilih Perguruan Tinggi yang telah mereka kenal dan memiliki citra yang baik. Aaker (2008) menyatakan bahwa sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek sangat ditentukan oleh keyakinan mereka akan citra obyek tersebut. Citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan pengaruh yang didapat seseorang dari suatu obyek.

Perguruan tinggi swasta menghadapi persaingan ketat dalam merebut “pelanggan” berupa calon mahasiswa. Tidak kurang dari 2.650 perguruan tinggi swasta dan 82 perguruan tinggi negeri berebut untuk memperoleh pendaftar dari 1.700.000 calon mahasiswa setiap tahunnya. Dengan demikian perguruan tinggi swasta telah masuk kedalam mekanisme pasar yang bersifat *perfect competition* untuk memperoleh tempat dihati calon mahasiswa.

Di wilayah Sukoharjo Surakarta terdapat beberapa PTS yang telah lama eksis dan merupakan pesaing utama Universitas A dalam merebut calon

mahasiswa potensial. PTS swasta terkemuka tersebut meliputi **Univ B, Univ C, Univ D, Univ E** serta beberapa STIE yang merupakan kompetitor Fak Ekonomi Univ A seperti **STIE F** dan **STIE G Surakarta**. Persaingan keras ini tak dapat dielakkan. Masing-masing PTS memiliki cara dan strategi tersendiri untuk memenangkan persaingan. Univ A harus mau dan mampu berkompetisi dengan beberapa PTS pesaing tersebut karena segmentasi, target pasar, serta positioning produk jasa yang ditawarkan sangat mirip dan seragam

Univ A memiliki misi “Menjadi Universitas yang Berkarakter untuk Kesejahteraan Bangsa Berlandaskan Multikultur” Visi tersebut akan kita capai pada Tahun 2025. Visi tersebut mendorong perguruan tinggi secara terus menerus melakukan perbaikan, mempertahankan dan meningkatkan mutu perguruan tinggi. Calon mahasiswa yang berminat masuk di Universitas A dalam empat tahun terakhir mengalami penurunan, karena itu perlu diidentifikasi permasalahan mengapa calon mahasiswa cenderung turun? Permasalahan tersebut disebabkan dari faktor internal yakni pengelolaan yang belum mengikuti dinamika perubahan ataukah bersumber dari eksternal yakni penurunan kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan Univ A. Untuk memecahkan permasalahan tersebut maka dilakukan studi yang akan menggali (*explore*) persepsi masyarakat (stakeholder eksternal) terhadap citra Univ A. Penelitian ini merupakan salah satu bahan masukan bagi Univ A dalam menyusun strategi apa yang akan dilakukan untuk memperoleh kembali pangsa pasar yang tinggi dari pangsa pasar yang tersedia di wilayah Klaten timur, Sukoharjo dan Surakarta.

Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang bisa dilakukan sebagai berikut:

1. Dalam empat tahun terakhir terjadi kecenderungan penurunan jumlah mahasiswa
2. Pelaksanaa Tridarma PT yang dilaksanakan belum mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan Univ A
3. Preferensi (sikap) masyarakat (stakeholder eksternal) di wilayah Klaten timur, Sukoharjo dan Surakarta terhadap Univ A belum pernah dilakukan kajian ilmiah.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

Menggali preferensi stakeholder eksternal siswa SMA di wilayah Klaten timur, Sukoharjo dan Surakarta terhadap citra Univ A.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi:

1. Tim Penerimaan mahasiswa baru. Hal ini dapat memberi kontribusi positif dengan basis data preferensi masyarakat (stakeholder eksternal) wilayah Klaten timur, Sukoharjo dan Surakarta yang lengkap. Dengan demikian, tim penerimaan mahasiswa baru dapat menentukan langkah-langkah strategis yang tepat sasaran dan tepat anggaran sehingga rencana pemasaran lebih efektif dan efisien.
2. Institusi yakni Univ A sebagai masukan dalam merumuskan strategi kebijakan untuk penguatan dan pengembangan Univ A.

TINJAUAN PUSTAKA

Modified Model Servqual

Penelitian yang mengacu kepada pengukuran kepuasan masyarakat atas pelayanan dengan mengukur derajat kepuasan masyarakat dan menganalisis kemungkinan adanya gap-gap sebagai akibat dari selisih antara *expectation service* dengan *perceived service*, telah dilakukan oleh A. Parasuraman (1985). Kinerja dan kepuasan masyarakat akan berakibat semakin positif terhadap institusi apabila tercipta masyarakat yang loyal dan ada pengaruh pemasaran *word of mouth* Martilla JA & James (1975)

Cronin JJ, Taylor SA (1992) menjelaskan bahwa Servqual reliabel dan valid diteliti di lingkungan pendidikan. Gronroos (2004) mengidentifikasi tambahan dua variabel lagi yaitu *communications* dan *caring*. Dari teori tersebut peneliti mencoba menformulasikan model Servqual untuk kasus pendidikan pada lima dimensi meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance*

Aplikasi memodifikasi model Servqual pada masalah kualitas pelayanan pendidikan tinggi dirasa sangat relevan dilakukan. Karena sektor pendidikan merupakan sektor unggulan di masyarakat dalam mencapai tujuan *Millenium Development Goals*

Adapun arti empat dimensi tersebut antara lain:

- a. *Tangibles***, penekanan pada kualitas penampilan secara fisik, kasat mata, seperti perlengkapan fisik Perguruan Tinggi, gedung, ruangan dan lain sebagainya.
- b. *Reliability***, kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Seperti penyelesaian keluhan

terhadap mahasiswa bersifat cepat, efisien seperti dalam brosur, spanduk apakah kenyataan tersebut dipenuhi

- c. **Responsiveness**, keinginan untuk membantu mahasiswa memberikan pelayanan sebaik mungkin. Ketika mahasiswa mengalami kesulitan, adakah keinginan dosen staf administrasi cepat tanggap menyelesaikan masalah
- d. **Assurance**, pengetahuan dan kesopansantunan para dosen staf admin serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya mahasiswa terhadap dosen.
- e. **Empathy**, perhatian yang tulus yang diberikan kepada mahasiswa

Produk dan Pelanggan Universitas.

Menurut Kotler, P. (2009) apabila dikatakan produk universitas adalah ilmu pengetahuan dan pendidikan, maka pelanggannya adalah mahasiswa. Tetapi kalau dikatakan produk universitas adalah lulusan sarjana, maka penggunanya adalah dunia usaha. Namun dalam hal ini pembicaraan mengenai pelanggan universitas adalah mahasiswa dan pengguna lulusan universitas, serta calon pelanggan termasuk orangtua, mahasiswa dan murid sekolah tingkat menengah atas.

Atribut Jasa Universitas

Atribut jasa merupakan fungsi kegunaan jasa bagi konsumen. Untuk universitas kegunaan dapat berarti kecocokan program studi dengan kebutuhan masyarakat untuk mencari pekerjaan atau mengembangkan minat. Mutu dapat diekspresikan dalam berbagai cara, misalnya peringkat akreditasi. Harga adalah biaya kuliah, uang sumbangan pembangunan atau

biaya per mahasiswa pertahun. Waktu adalah masa penyelesaian studi. Pada umumnya pelanggan tidak mencari yang paling baik dari masing-masing, tetapi kombinasi dari semuanya.

Perspektif pelanggan terhadap Universitas

Terdapat beberapa perspektif yang muncul dalam pelanggan universitas:

a. Kegunaan Pelanggan

Ukuran yang digunakan dalam kegunaan bagi pelanggan adalah jumlah mahasiswa terdaftar, jumlah keseluruhan mahasiswa dan pangsa pasar.

b. Mutu yang ditawarkan

Ukuran yang digunakan dalam mutu universitas adalah Akreditasi Program Studi, Rata-rata IPK mahasiswa, Peringkat universitas, baik secara nasional maupun internasional, Sertifikasi ISO 9000 dan lain-lain

c. Harga yang ditawarkan

Harga jasa yang terkait universitas meliputi uang kuliah per sks, uang sumbangan pembangunan dan biaya-rata-rata mahasiswa per tahun

d. Waktu pemberian Jasa

Dalam konteks universitas, waktu pemberian jasa umumnya terefleksi pada waktu rata-rata penyelesaian studi masing-masing fakultas dan program studi.

e. Kesan dan Reputasi Universitas

Kesan dan Reputasi adalah faktor yang tidak terlihat tetapi merupakan daya tarik bagi pelanggan. Pelanggan seringkali tidak meneliti terlebih dahulu mutu Universitas yang dipilihnya, asalkan kesan dan reputasi yang muncul dari universitas tersebut

baik. Padahal yang terjadi adalah belum tentu mutu semua program studi yang ditawarkan semuanya baik. Ukuran dari kesan dan reputasi adalah identitas *brand*, yaitu seberapa jauh universitas populer dikalangan calon pelanggan, jumlah pendaftar keseluruhan dan rasio jumlah yang diterima.

f. Hubungan Pelanggan

Hubungan pelanggan universitas adalah adalah tingkat kepuasan mahasiswa, kepuasan alumni, kepuasan dunia bisnis yang menggunakan lulusan, kunjungan calon mahasiswa dan jumlah anggaran iklan yang dikeluarkan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan atau calon pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian ini termasuk *grounded research* dengan metode **survey**. Metode survey di fokuskan untuk mendapatkan informasi/pendapat responden (stake holder eksternal) wilayah Klaten timur, Sukoharjo dan Surakarta tentang preferensinya terhadap citra Universitas A, sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk menggali data (*explore*) dari responden dengan kuesioner yang tertutup maupun kuesioner terbuka.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah

teknik *non probability sampling* dengan tipe *accidental sampling*, yaitu metode penetapan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden dapat dijadikan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber.

Sedangkan variabel penelitian, dimensi dan indikator dijelaskan pada tabel dibawah ini. Selanjutnya pengolahan data dilakukan dengan Analisis Multivariat jenis interdependensi yakni: **Analisis Faktor**. Analisis faktor merupakan salah satu metode multivariate yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki keterkaitan satu sama lain sehingga keterkaitan tersebut dapat dijelaskan dan dipetakan atau dikelompokkan pada faktor yang tepat. Analisis faktor bertujuan untuk mereduksi dimensi data dengan cara menyatakan variabel asal sebagai kombinasi linear sejumlah faktor, sedemikian hingga sejumlah faktor tersebut mampu menjelaskan sebesar mungkin keragaman data yang dijelaskan oleh variabel asal Hair J.F., (2008). Pengolahan data menggunakan alat bantu program SPSS. Untuk Uji wilayah Klaten timur, Sukoharjo dan Surakarta karena merupakan bagian tahap awal riset universitas secara keseluruhan, maka penelitian ini dilakukan hanya melalui uji **Diskripsi data kuantitatif** beserta **penjelasan dan alasan logis**

Tabel 1 Item/ Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Simbol	Skala ukur
1	Image dan Status Akreditasi	Reputasi dan prestasi yang dicapai PT Akreditasi dan penambahan fasilitas Peringkat akreditasi Brosur, iklan Reputasi pencapaian produk univ Perbaikan produk image berbasis perbaikan prestasi Penghargaan terhadap PT baik dalam negeri luar negeri	P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7	Likert 1 sd 5
2	Biaya dan Beasiswa	Biaya kuliah Detail biaya kos Ranking universitas dan biaya kuliah relatif terjangkau Tawaran beasiswa	P8 P9 P10 P11	Likert 1 sd 5
3	SDM	Dosen berpengalaman dan linear bidangnya Prestasi penelitian pengabdian dosen dan mahasiswa Kemutakhiran topik penelitaian dan pegabdian Dosen produktif menjadi kampus lebih hidup	P12 P13 P14 P15	Likert 1 sd 5
4	Tangibles	Kelengkapan fasilitas kampus Gedung megah dan area belajar luas Lingkungan suasana kampus nyaman tidak bising	P16 P17 P18	Likert 1 sd 5
5	Motivasi	Cita-cita skala motivasi Motivasi dan tempat serta fasilitas sebagai faktor pendukung Motivasi dan faktor lingkungan Motivasi diri Jarak dan kemudahan akses Keberhasilan alumni Prodi yang ditawarkan memberi kemudahan profesi masa depan Kerjasama PT dengan pihak luar	P19 P20 P21 P22 P23 P24 P25 P26	Likert 1 sd 5
6	Referensi	Pengaruh keluarga Pengaruh teman Informasi dari guru Pengaruh sosial media	P27 P28 P29 P30	Likert 1 sd 5

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian

Tempat penelitian meliputi tiga obyek penelitian yaitu: wilayah Klaten timur (siswa SMAN 1 Wonosari Klaten), siswa SMAN 1 Kartosuro dan siswa SMAN 3 Surakarta

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Desember 2017 hingga Pebruari 2018.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian di fokuskan pada masyarakat (stakeholder eksternal) sebagai responden yang terdiri dari siswa SMA sebanyak 20 responden.

HASIL PENELITIAN

Distribusi Data Primer

Dari data primer diperoleh identitas responden sebagai berikut: responden mayoritas siswi SMA pakis dan berdomisili di Klaten sesuai tabel 2,

Tabel 2. Identitas responden

IDENTITAS RESPONDEN				
NO	NAMA	PENDIDIKAN TERAKHIR	ALAMAT	STATUS
1	Rima Widya	SMA N 1 WONOSARI	Juwiring, Klaten	Calon Mahasiswa
2	Ulfi Fauziah	SMA N 1 WONOSARI	Karang Mojo, Kwarasan, Juwiring, Klaten	Calon Mahasiswa
3	Mira Mekar M	SMA N 1 WONOSARI	Logantung, Kranggan, Polanharjo, Klaten	Calon Mahasiswa
4	Siti Khodijah	SMA N 1 WONOSARI	Langenharjo, Kebonharjo, Polanharjo, Klaten	Calon Mahasiswa
5	Erlina Dwi Mumpuni	SMA N 1 WONOSARI	Jetis, Klepu, Ceper, Klaten	Calon Mahasiswa
6	Devi Jessica Naomi Zabrina	SMA N 1 WONOSARI	Perumahan Citra Bulan Indah, Bulan, Wonosari, Klaten	Calon Mahasiswa
7	Reza Iqbal	SMA N 1 WONOSARI	Kota Tanjung Redeb, Berau, Kalimantan Timur	Calon Mahasiswa
8	Rahajeng Pangestika	SMA N 1 WONOSARI	Klepu, Ceper, Klaten	Calon Mahasiswa
9	Latifah	SMA N 1 WONOSARI	Samiran, Juwiring, Klaten	Calon Mahasiswa
10	Arisqa Choirunnissa	SMA N 1 WONOSARI	Samiran, Bulurejo, Juwiring, Klaten	Calon Mahasiswa

11	Dinda Rachma Dara Dinanty	SMA N 1 WONOSARI	Bloro, Juwiran, Juwiring, Klaten	Calon Mahasiswa
12	Rifki Alfian Putra	SMA N 1 WONOSARI	Keteguhan, Sawit, Boyolali	Calon Mahasiswa
13	Fina Limi Fadhla A	SMA N 1 WONOSARI	Kepoh Gedhe, Sidomulyo, Sidomulyo, Klaten	Calon Mahasiswa
14	Ridho Julian Wijaya	SMA N 1 WONOSARI	Mlilir, Lumbang Kerep, Wonosari, Klaten	Calon Mahasiswa
15	Salsabila Salma Ripdianawati	SMA N 1 WONOSARI	Kwarasan, Juwiring, Klaten	Calon Mahasiswa
16	Aisyah Zahroh Fauziah	SMA N 1 WONOSARI	Sobayan, Pedan, Klaten	Calon Mahasiswa
17	Aprilia Dita	SMA N 1 WONOSARI	Mandokan, Ceper, Kujon, Klaten	Calon Mahasiswa
18	Kiki Fatikasari	SMA N 1 WONOSARI	Pakis, Boto, Wonosari, Klaten	Calon Mahasiswa
19	Annisa Fajrina Rachim	SMA 3 SOLO	GH SKH	Calon Mahasiswa
20	Ariqa F. Ayudhya	SMA 1 KARTASURA	Widosari, Kartasura, Sukoharjo	Calon Mahasiswa

Pendapat Responden

Untuk dimensi Image dan status akreditasi bagi responden nilai tertinggi pada item P2, P6 dan P7 Akreditasi dan penambahan fasilitas Perbaikan produk image berbasis perbaikan prestasi dan penghargaan terhadap PT baik dalam negeri luar negeri. Artinya bagi responden variabel diatas dirasa dominan mempengaruhi keinginan untuk studi.

Dimensi beaya dan beasiswa, item P 11 dan P10 berupa tawaran beasiswa dan ranking universitas dengan biaya kuliah relatif terjangkau lebih dominan dirasa dominan mempengaruhi mahasiswa untuk studi. Dimensi faktor SDM, item P13 dan P15 berupa prestasi

penelitian pengabdian dosen dan mahasiswa dan dosen produktif menjadi kampus lebih hidup lebih dominan dirasa mempengaruhi mahasiswa untuk studi. Dimensi faktor fisik item P18 berupa lingkungan suasana kampus nyaman tidak bising merupakan faktor dominan.

Dimensi faktor motivasi item P25 yaitu prodi yang ditawarkan memberi kemudahan profesi masa depan dan P 23 berupa jarak dan kemudahan akses merupakan faktor dominan pemilihan calon mahasiswa memilih Prodi. Terakhir dimensi referensi item P27 berupa pengaruh keluarga merupakan faktor dominan mempengaruhi mahasiswa memilih prodi

Dimensi Keinginan Responden

Tabel 3. KEINGINAN RESPONDEN

NO	PERTANYAAN	KEINGINAN	RESPONDEN
1	Image & Status Akreditasi	Ingin melanjutkan kuliah di Perguruan Tinggi yang memiliki Reputasi dan Prestasi yang gemilang, serta Terakreditasi/ Akreditasi Minimal B. Iklan tidak menjadi pengaruh dalam menentukan Universitas tetapi bisa membuat nama Universitas dikenal dikalangan masyarakat	16
		Saya ingin memilih Perguruan Tinggi yang memiliki Akreditasi A	1
		Segala jenis penghargaan sangat saya pertimbangkan dalam memilih perguruan tinggi	1
		Saya akan memilih Perguruan Tinggi dengan mencari banyak informasi tentang kualitas suatu Perguruan Tinggi	1
		Unwidha harus meningkatkan prestasinya agar berakreditasi A	1
		Jumlah Responden	20
2	Biaya & Beasiswa	Ingin berkuliah di Perguruan Tinggi yang banyak menawarkan Beasiswa agar biaya tidak menjadi penghalang dalam menuntut ilmu dan dapat meringankan beban orang tua	9
		Biaya kuliah tidak menjadi masalah dikeluarga saya, yang terpenting Perguruan Tinggi yang saya pilih memiliki reputasi yang baik	1
		Saya harap biaya di PT tidak terlalu mahal (murah) agar tidak menjadi penghalang saya dalam melanjutkan pendidikan	6
		Untuk biaya masuk Perguruan tinggi jika saya ada biaya maka saya akan melanjutkan pendidikan. Jika tidak saya akan meminjam atau bekerja sambil mengingat pendidikan itu sangat penting	2
		Jika bisa biaya kuliah benar-benar gratis	2
		Jumlah Responden	20
3	Faktor SDM	Ingin memiliki dosen yang berkompeten/ mumpuni, profesional, produktif, berpengalaman serta dapat membuka wawasan saya	12
		Faktor dosen yang Produktif dan berprestasi serta mahasiswa yang aktif menjadi pertimbangan saya dalam memilih Perguruan Tinggi	3
		Harapan saya memiliki dosen yang selalu memberikan yang terbaik untuk mahasiswanya	1
		Harapan saya setiap dosen selalu serius mengajar	1
		Seluruh faktor SDM harus berkompeten	2
		Penelitian dosen yang melibatkan mahasiswanya berarti SDM itu dapat bekerjasama dan ini menunjukan suatu kampus seluruh SDM nya aktif	1

		Jumlah Responden	20
4	Faktor Bukti Fisik	Lingkungan dan Suasana Kampus yang nyaman dan aman sangat saya pertimbangkan dalam memilih sebuah Perguruan Tinggi karena hal ini sangat mempengaruhi tingkat konsentrasi saya dan fasilitas yang memadai sarana belajar mengajar	13
		Saya tidak mengunggulkan fasilitasnya namun kualitas suatu Perguruan Tinggi karena menurut saya fasilitas adalah faktor pendukung	2
		Kelengkapan Fasilitas Perguruan Tinggi menjadi faktor utama dalam memilih PT	5
		Jumlah Responden	20
5	Faktor Motivasi	Keberhasilan alumni suatu Perguruan Tinggi sangat saya pertimbangkan dalam memilih Perguruan Tinggi dan Jurusan	1
		Motivasi diri sendiri akan mempengaruhi kita dalam mencapai kesuksesan di dalam Perguruan Tinggi dan Dunia Kerja kelak	4
		Ingin berkuliah diperguruan tinggi dan jurusan yang saya inginkan	3
		Saya ingin memasuki kampus dengan jurusan (Akuntansi, Psikologi) yang memiliki akreditasi bagus	2
		Saya akan memilih jurusan dengan peluang pekerjaan yang luas / yang dapat memudahkan saya bekerja kelak	4
		Ingin kuliah di Perguruan Tinggi sesuai Minat saya	3
		Dengan adanya kerjasama dengan universitas lain berarti suatu perguruan tinggi memiliki citra yang cukup baik apalagi tidak hanya satu atau dua jalinan kerjasama, dan saya menginginkan PT yang semacam ini	1
		Belum ada motivasi dan dukungan penuh dari keluarga, karena keluarga menganggap kuliah itu sangat mahal	1
		Motivasi saya untuk memilih perguruan tinggi tergantung pada jurusan yang saya masuki	1
Jumlah Responden	20		
6	Faktor Kelompok	Faktor Keluarga sangat mempengaruhi saya dalam menentukan Perguruan Tinggi dan Jurusan	3
		Faktor-faktor dari luar sangat saya butuhkan untuk kedepannya	1
		Saya lebih mengutamakan saran orang tua	1
		Saya akan mempertimbangkan masukan keluarga, guru dan informasi yang saya dapat dari Sosial media untuk menentukan Perguruan Tinggi yang saya pilih, Faktor teman tidak mempengaruhi saya dalam hal ini	9
		Ketika saya tamat SMA nanti saya akan menanamkan sikap percaya diri agar tidak terpengaruh teman dalam	2

menentukan Perguruan Tinggi dan Jurusan yang akan saya ambil	
Dalam memilih perguruan tinggi saya mempertimbangkan semua aspek mulai dari keluarga hingga informasi yang saya dapat dari Sosial Media/ Internet	2
Keluarga mendukung dan percaya sepenuhnya terhadap PT dan Jurusan yang akan saya pilih kelak karena sukses tergantung diri Kita sendiri orang tua hanya bisa memberi nasihat dan selalu memberi semangat	1
Dalam memilih Perguruan tinggi saya berpedoman pada diri sendiri dan saran orang tua yang utama	1
Jumlah Responden	20

SIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis dan pembahasan diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel image dan status akreditasi, biaya dan beasiswa, faktor Sumber Daya Manusia faktor bukti fisik, faktor motivasi dan faktor kelompok memiliki peranan memotivasi siswa untuk memilih program studi dan PT unggulan di Perguruan Tinggi
- b. Dari Uji Dimensi analisis faktor, faktor image dan status akreditasi, biaya dan beasiswa merupakan faktor dominan sebagai peubah karena memiliki *initial eigenvalues* dan *extraction sums of squared loading* lebih besar dari dimensi yang lain

Saran yang diberikan dari hasil riset:

- a. Perguruan Tinggi harus terus memperhatikan dimensi yang memotivasi siswa untuk memilih PT
- b. Riset harus terus dilakukan secara berkala karena perubahan faktor lingkungan persaingan antar PT yang bersifat disruptif
- c. Pengembangan tata kelola pembukaan Prodi disesuaikan era Revolusi Industri 4.0

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., V., & Day, G. S. (2008). *Marketing Research*, 9th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Babacus E Mangold (2002) "Adapting the Servqual Scale to Hospital Service: an emprical investigation", *Health Service Journal* 26 (6): 767-86
- Bowers MR, Swan JE, Koehler(2004) "What attributes determine quality and satisfaction with health care delivery ?", *Health Care Management Review* 19(4): 49-55
- Cooper, Donald, R., & Pamela S Schindler. (2009), *Business Research Method* 8th ed. New York: MC. Graw Hill
- Crask, M., Fox, R.J., & Stout, R.G. (2005), *Marketing Research; Principles and Applications*. New Jersey: Prentice Hall.
- Cronin JJ, Taylor SA (1992) Measuring Service Quality: A reexamination and extension, *Journal of Marketing* 6; 55-68
- Gronroos (2004) "A Service quality Model and its marketing Implication", *Europe Journal Marketing*, 18 (4); 36-44
- Hair J.F., Anderson, R.E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2008), *Multivariate*

- Data Analysis*". 7th ed. New Jersey; Prentice-Hall International, Inc.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control (13th Ed)*. New Jersey: Prentice Hall
- Luk, Sh TK and Layton, R (2002) " Perception Gaps in Customer expectations : Managers versus service providers and customers" *the Service Industries Journal*, Vol 22 No 2 April pp 109-128
- Martilla JA & James (1975), "Revisiting Importance-Performance Analysis", *Journal of Marketing*, 617-627
- Parasuraman, A., A., Zeithamal, V., & I. Berry, L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication", *Journal of Marketing*, Vol. 49 (fall) pp 41-50
- Santoso, S. (2007). *SPSS: Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media.
- Sekaran, U. (2007), *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*, 5nd ed. John Willey & Sons, Inc.
- Singarimbun , Masri, dan Sofian Effendi, 1989, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta : LP3ES
- Stamatis, D.H. (2006). *Total Quality Service: Principles, Practices and Implementation*. Florida: St. Lucies Press.
- Zeithaml, VA, Parasuraman, A., & Berry, LL. (1990). *Delivering quality service, balancing customer perceptions and expectations*, NY: The Free Press