

**PENGARUH CITRA PERGURUAN TINGGI, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN KESADARAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN STUDI  
MAHASISWA INDONESIA TIMUR  
DI SURABAYA**

**ARTIKEL ILMIAH**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana / Strata Satu  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**FRANSISCO FEBRIANDY LOPEZ**  
**2011210713**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2015**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Fransisco Febriandy Lopez  
Tempat, Tanggal Lahir : Atambua, 12 Februari 1993  
N.I.M : 2011210713  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan,  
dan Kesadaran Harga terhadap Keputusan Studi  
Mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,

Tanggal :



**(Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog)**

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Tanggal :



**(Dr. Muazaroh, SE., MT.)**

**PENGARUH CITRA PERGURUAN TINGGI, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN KESADARAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN STUDI  
MAHASISWA INDONESIA TIMUR  
DI SURABAYA**

**Fransisco Febriandy Lopez**

STIE Perbanas Surabaya

Email : randylopez9385@yahoo.co.id

**Laila Saleh Marta**

STIE Perbanas Surabaya

Email : Laila@perbanas.ac.id

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of the higher education image, service quality, and awareness of price toward eastern Indonesian students' studying decision in Surabaya. The sampling technique used is convenience sampling, but taken from 10 universities in Surabaya with judgment sampling. Data collection was done using questionnaires, involving 150 active students of Eastern Indonesia in Surabaya as respondents. This study uses SPSS 20.0 for Windows, by means of Multiple Regression Analyses (MRA) and Classical Assumption to analyze the data. The independent variables of this study are higher education image, service quality, and awareness of price, while the dependent variable is studying decision. The results showed that independent variables simultaneously have positive significant effects on studying decision of Eastern Indonesian students in Surabaya. Partially, the result showed that only higher education image and awareness of price that have positive significant effect on studying decision of Eastern Indonesian students in Surabaya, meanwhile service quality has positive insignificant effect on studying decision of Eastern Indonesian students in Surabaya. The suggestions for higher education institutions in Surabaya are building a strong image, improving service quality, and setting affordable tuition fees specifically for Eastern Indonesia students.*

**Keywords** : Higher Education Image, Service Quality, Awareness of Price, Studying Decision, Eastern Indonesian Student.

**PENDAHULUAN**

Era baru bangsa Indonesia diawali dengan lahirnya Era Reformasi. Era ini memberikan harapan besar bagi masyarakat Indonesia terutama dalam masalah pemerataan pendidikan. Hal ini terlihat dari besarnya perbedaan yang terjadi antara mutu pendidikan di daerah

Jawa dengan daerah lain, khususnya bila dibandingkan dengan daerah bagian timur Indonesia. Ketimpangan pendidikan ini sangat nampak jelas dalam masalah sangat minimnya sarana dan prasarana sekolah, minimnya kuantitas dan kualitas pendidik serta minimnya tenaga kependidikan.

Pendidikan merupakan salah satu hal terpenting bagi setiap orang demi mewujudkan Undang Undang Dasar 1945 dalam mencerdaskan kehidupan bangsa.

Badan Penelitian dan Pembangunan (Balitbang) Kemdiknas (2003) melaporkan bahwa untuk pendidikan tingkat SD, SMP dan SMA, yaitu dari 146.052 SD di Indonesia, hanya 8 sekolah saja yang mendapat pengakuan dunia dalam kategori *The Primary Years Program* (PYP). Dari 20.918 SMP yang ada, hanya 8 sekolah yang mendapat pengakuan dunia dalam kategori *The Middle Years Program* (MYP). Sementara itu, dari 8.036 SMA, hanya 7 sekolah yang mendapat pengakuan dunia dalam kategori *The Diploma Program* (DP). Semua sekolah yang mendapat pengakuan itu berada di daerah Jawa. Penelitian Balitbang ini menunjukkan bahwa pendidikan di Indonesia belum merata.

Seiring perkembangan waktu pendidikan mulai bergerak dari yang hanya tingkat sekolah dasar, menengah pertama, dan menengah atas bergerak ke perguruan tinggi. Hal ini berpengaruh pula pada perkembangan pendidikan di daerah Indonesia Timur yang saat ini mulai bergerak ke tingkat pendidikan perguruan tinggi. Kesadaran masyarakat Indonesia Timur akan pentingnya pendidikan mulai bertumbuh secara perlahan, hingga kini sudah cukup banyak masyarakat Indonesia Timur yang menyekolahkan putra – putrinya di Pulau Jawa. Berdasarkan wawancara pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti dengan komunitas masyarakat Indonesia Timur yang menyekolahkan putra putrinya di pulau Jawa ditemukan beberapa alasan mendasar mengapa orang tua mahasiswa - mahasiswi Indonesia Timur menyekolahkan anaknya di pulau Jawa. Faktor – faktor penyebab ini antara lain :

Rekomendasi dari keluarga besar yang pernah bersekolah di Pulau Jawa, Keinginan orang tua agar anaknya mandiri dan belajar bertanggung jawab, Persepsi orang tua bahwa di Pulau Jawa lingkungan

pergaulannya lebih aman karena tidak ada tawuran antar suku maupun kampung sebagai mana yang sering terjadi di Indonesia Timur, Mudahnya mendapatkan pekerjaan di Indonesia Timur bagi mahasiswa/i yang lulus dari perguruan tinggi di Pulau Jawa, Kerja sama yang dibangun oleh pihak perguruan tinggi dengan perusahaan – perusahaan besar untuk mendukung perkembangan perguruan tinggi, Disiplin tinggi yang diterapkan perguruan tinggi di Pulau Jawa, Keinginan mahasiswa/i mengikuti teman yang bersekolah di Pulau Jawa, Pola pikir masyarakat Indonesia Timur yang telah berubah dari standar pekerjaan bergensi sebagai perawat menjadi seorang *banker*, Keinginan orang tua dalam membangun wawasan berpikir yang luas bagi putra – putrinya, Keinginan dasar orang Indonesia Timur untuk merantau mencari pengalaman baru, Bukti nyata perkembangan teknologi yang pesat di pulau Jawa, Keinginan dasar mahasiswa/i untuk membangun daerah tertinggal dengan belajar dari pulau Jawa, Citra perguruan tinggi yang ada di pulau Jawa, Persepsi kualitas pelayanan perguruan tinggi di pulau Jawa lebih baik, dan Biaya kuliah di Pulau Jawa yang lebih murah.

Berdasarkan alasan mendasar yang diperoleh lewat wawancara pendahuluan dapat dikatakan bahwa, realitas ini telah membentuk pola pikir masyarakat Timur Indonesia untuk mengambil keputusan berusaha menyekolahkan anak-anaknya di sekolah atau berbagai perguruan tinggi di daerah Jawa dengan konsekuensi apapun. Bagi masyarakat Indonesia Timur yang terpenting adalah berusaha menyekolahkan putra - putrinya demi masa depan yang lebih baik. Keputusan masyarakat Indonesia Timur untuk melanjutkan pendidikan tinggi di Pulau Jawa tidak terlepas dari pengaruh citra perguruan tinggi. Tidak dapat dipungkiri bahwa citra perguruan tinggi di Pulau Jawa membuat masyarakat Indonesia Timur tidak terlalu berpikir panjang untuk menyekolahkan putra – putrinya di pulau Jawa.

Dengan meningkatnya persaingan antar perguruan tinggi di Pulau Jawa membuat setiap perguruan tinggi memiliki tantangan untuk membentuk citra yang positif bagi masyarakat yang ingin melanjutkan pendidikan tingginya di pulau Jawa. Citra yang positif dari sebuah perguruan tinggi akan memiliki kesempatan yang lebih baik pada perguruan tinggi tersebut untuk menarik mahasiswa dari seluruh pelosok tanah air. Menurut Nugroho (2013:110), citra adalah “total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu”. Citra memiliki arti yang sangat penting bagi sebuah perguruan tinggi dimana citra akan membentuk persepsi publik secara berbeda – beda sebelum membuat keputusan. Ada publik yang mempunyai persepsi citra yang baik terhadap perguruan tinggi tertentu, sedangkan terhadap perguruan tinggi yang sama orang lain mempunyai persepsi citra yang kurang baik. Perbedaan persepsi mengenai suatu obyek tertentu dimungkinkan karena setiap individu mempunyai pengalaman, pemahaman, dan cara menangkap informasi yang berbeda-beda.

Dalam membuat keputusan studi di pulau Jawa masyarakat Indonesia Timur juga membandingkan kualitas pelayanan suatu perguruan tinggi dengan perguruan tinggi lainnya. Kualitas pelayanan yang kurang baik dalam bidang pendidikan di Indonesia Timur menjadi alasan tersendiri bagi masyarakat Indonesia Timur untuk menjadikan kualitas pelayanan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam membuat keputusan studi di Pulau Jawa. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian konsumen. Mengingat persaingan antar perguruan tinggi yang semakin meningkat setiap perguruan tinggi dituntut untuk terus memiliki kualitas pelayanan yang tinggi.

Selain itu, lambatnya pertumbuhan ekonomi pada umumnya di Indonesia

timur mempengaruhi pendapatan masyarakat Indonesia Timur sehingga faktor biaya kuliah merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi pertimbangan membuat keputusan. Tanpa dukungan biaya pendidikan yang memadai, maka proses pendidikan tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, perguruan tinggi yang menjadi wadah penyelenggara pendidikan harus bisa mengelola biaya pendidikannya dengan baik. Perguruan tinggi harus dapat memperoleh dana untuk kelangsungan proses kegiatan belajar mengajar, tanpa membebankan semua biaya pendidikan kepada mahasiswanya agar mahasiswa yang ekonominya terbatas dapat tetap menempuh pendidikan di perguruan tinggi.

Berdasar dari semua persoalan masa lalu dan saat ini, serta berbagai alasan mendasar keputusan studi di pulau Jawa, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tiga alasan terakhir keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di pulau Jawa berdasarkan wawancara pendahuluan yang berkaitan dengan citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan dan harga atau biaya kuliah. Oleh karena itu peneliti mengambil judul penelitian “Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Harga terhadap Keputusan Studi Mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya”.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah apakah Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Harga secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya dan apakah Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Harga secara simultan terhadap Keputusan Studi

mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya serta untuk mengetahui pengaruh signifikan Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Harga secara parsial terhadap Keputusan Studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

## **RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS**

### **Citra Perguruan Tinggi**

Citra adalah “Total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu” (Nugroho, 2013:110). Citra perguruan tinggi yang positif merupakan salah satu hal mutlak yang perlu dibangun dalam sebuah perusahaan. Citra dibutuhkan untuk mengubah cara pandang konsumen terhadap suatu perusahaan. Citra perguruan tinggi dapat dibangun dengan memberikan gambaran tentang apa yang dialami dan dirasakan setelah menggunakan produk / jasa perusahaan tersebut.

Citra yang buruk mudah menimbulkan persepsi konsumen terhadap perusahaan menjadi tidak berkualitas baik dalam kualitas produk, layanan, dan hal sekecil apapun yang menjadi tolak ukur konsumen terhadap citra sebuah perguruan tinggi. Citra yang baik menimbulkan persepsi produk yang berkualitas, sehingga pelanggan akan mudah memaafkan suatu kesalahan meskipun tidak untuk kesalahan selanjutnya (Rangkuti, 2002:34).

Sebuah citra perguruan tinggi yang kuat dan positif dalam semua aspek akan memiliki efek yang positif pada kinerja perguruan tinggi. Dengan demikian, Citra perguruan tinggi dapat diartikan sebagai keyakinan berupa gambaran dan kesan umum akan suatu perguruan tinggi dengan melihat berbagai aspek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu.

### **Kualitas Pelayanan**

American Society For Quality Control (Ririn, 2011:103) mendefinisikan kualitas

sebagai berikut : Kualitas adalah keseluruhan dari ciri – ciri dan karakteristik – karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dan dengan kata lain kualitas suatu produk atau jasa adalah sejauh man produk atau jasa memenuhi spesifikasi – spesifikasinya.

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas layanan telah dikembangkan alat ukur kualitas pelayanan yang disebut SERQUAL (*Service Quality*). SERQUAL dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1996. SERQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan (Ririn Tri Ratnasari, 2011:107).

Ada 5 dimensi SERQUAL, yaitu :

- a. *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. ini meliputi fasilitas fisik (Gedung, Gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.
- b. *Reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi.
- c. *Responsiveness* atau ketanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggann menunggu tanpa alasan

yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.

- d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari komponen : komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibility*), keamanan (*Security*), kompetensi (*Competence*), dan sopan santun (*Courtesy*).
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

### **Kesadaran Harga**

Harga merupakan salah satu atribut yang menjadi pertimbangan konsumen ketika membuat keputusan pembelian. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyatakan bahwa, Kesadaran berasal dari kata sadar, sadar sendiri berarti insaf ; merasa ; tahu dan mengerti. Jika di tambah ke-an akan menjadi kesadaran, yang berarti keinsafan; keadaan mengerti hal yang dirasakan atau dialami oleh seseorang. Fandy Tjiptono (2008:151) mendefinisikan “Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”.

Dengan demikian, Kesadaran Harga dapat didefinisikan sebagai keadaan yang dialami atau dirasakan oleh seseorang akan biaya yang harus ditukarkan dalam memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

### **Keputusan Pembelian**

Peter dan Olson (2013:163) mendefinisikan pengambilan keputusan pembelian sebagai berikut : Proses inti dalam pengambilan keputusan konsumen adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan, secara kognitif menunjukkan intensi perilaku. Kotler (2009:184) mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian melalui lima tahap yaitu:

1. Pengenalan masalah  
Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.
2. Pencari informasi  
Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan antara dua tingkat keterlibatan dengan pencarian. Keadaan pencarian yang lebih rendah disebut perhatian tajam. Pada tingkat ini seseorang hanya menjadi lebih reseptif terhadap informasi tentang sebuah produk. Pada tingkat berikutnya, seseorang dapat memasuki pencarian informasi aktif : mencari bahan bacaan, menelepon teman, melakukan kegiatan online, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tersebut.
3. Evaluasi alternatif  
Tahap ini konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sadar dan rasional. Ada beberapa konsep dasar yang akan membantu pemahaman mengenai proses evaluasi, yaitu :
  - a. Konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan.
  - b. Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
  - c. Konsumen melihat masing masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang

diperlukan untuk memuaskan kebutuhan itu.

4. Keputusan pembelian  
Tahap ini, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan.
5. Perilaku Pascapembelian  
Setelah pembelian produk, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkwatirkan tertentu atau mendengar hal – hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusan.

### **Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan, dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Banyak keputusan pembelian hanya melibatkan satu pengambilan keputusan dan keinginan untuk membeli timbul setelah konsumen merasa tertarik dan ingin memakai produk yang dilihatnya. Dalam era modernisasi saat ini begitu banyak alasan konsumen sebelum membuat keputusan pembelian. Beberapa diantaranya adalah citra dari sebuah perguruan tinggi, kualitas pelayanan dan kesadaran harga. Citra perguruan tinggi yang kuat dan positif membuat perusahaan akan lebih memiliki kesempatan untuk dipilih konsumen. Begitu pula dengan kualitas pelayanan terbaik yang dapat diberikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi konsumen lama untuk kembali membuat keputusan memilih produk atau jasa tersebut maupun konsumen lama merekomendasikan.

Persaingan yang semakin meningkat menuntut pengembangan pelayanan yang berkualitas. Selain citra perguruan tinggi dan kualitas pelayanan faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah kesadaran akan harga. Dalam mempengaruhi keputusan pembelian, konsumen tidak bisa terlepas dari bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 4P untuk produk barang yaitu harga, promosi, produk, tempat dan 3P tambahan

untuk produk jasa yaitu orang, proses, bukti fisik.

Harga adalah salah satu bauran pemasaran yang sering digunakan oleh perusahaan dalam membujuk konsumen untuk menggunakan produk mereka. Konsumen Indonesia pada saat ini cukup sensitif dengan harga. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, Citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan, dan kesadaran akan harga mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Hipotesis 1 : Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Harga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

### **Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Keputusan Pembelian**

Citra dapat diartikan sebagai keyakinan berupa gambaran dan kesan umum akan suatu perusahaan dengan melihat berbagai aspek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Nugroho Setiadi (2013:110), menjelaskan hubungan citra merek sebagai berikut : Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen dengan citra yang positif terhadap suatu merek, lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian, oleh karena itu kegunaan utama dari iklan diantaranya untuk membangun citra positif terhadap merek.

Citra memiliki arti yang sangat penting bagi suatu perguruan tinggi dimana citra akan membentuk persepsi publik secara berbeda – beda sebelum membuat keputusan. Perbedaan persepsi mengenai suatu obyek tertentu dimungkinkan karena setiap individu mempunyai pengalaman, pemahaman, dan cara menangkap informasi yang berbeda-beda.



Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Nehme M. Azoury, Lindos E. Daou, dan Charbel M. El Khoury pada tahun 2013, permasalahan yang dibahas adalah Citra Universitas dan Hubungan untuk Kepuasan Mahasiswa di Universitas Roh Kudus, Kaslik, Lebanon. Hasil empiris dari penelitian ini adalah Komponen kognitif citra universitas dipengaruhi oleh komponen afektif citra, Keseluruhan citra lebih banyak dipengaruhi oleh komponen afektif dibandingkan dengan komponen kognitif, Hubungan Universitas adalah satu-satunya aspek dari komponen kognitif yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa, Keseluruhan citra dan komponen afektif berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Berdasarkan Uraian tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 2a : Citra Perguruan Tinggi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Persepsi konsumen terhadap kualitas adalah penilaian konsumen secara menyeluruh terhadap kinerja produk atau jasa. Dalam melakukan penilaian terhadap kinerja produk, kemampuan konsumen untuk melakukan penilaian sangat tergantung pada apakah atribut – atribut intrinsik produk dapat dirasakan dan dievaluasi pada saat hendak melakukan pembelian (Ferrinadewi, 2008:61). Saat ini kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting sebelum konsumen membuat suatu keputusan untuk membeli. Halil Nadiri *et. Al* (2009) menjelaskan bahwa kualitas layanan mempromosikan kepuasan pelanggan, merangsang keinginan untuk kembali, dan mendorong rekomendasi.

Rujukan penelitian terdahulu dilakukan oleh Halil Nadiri, Jay

Kandampully, dan Kashif Hussain pada tahun 2009, dengan permasalahan yang dibahas adalah bagaimana persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan pendidikan tinggi. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan skala SERVPERF implikasi nyata dari penelitian ini adalah otoritas pendidikan tinggi harus meningkatkan pelayanannya dan harus memperbaharui struktur fasilitas fisik yang tersedia.

Skala SERVPERF memberikan kemampuan diagnostik tentang tingkat kinerja pelayanan dari sudut pandang mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen SERVPERF gagal membentuk lima dimensi yang diasumsikan seperti *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasilnya Cuma dua dimensi yaitu *tangibles* dan *intangibles* yang terbentuk.

Hipotesis 2b : Kualitas Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

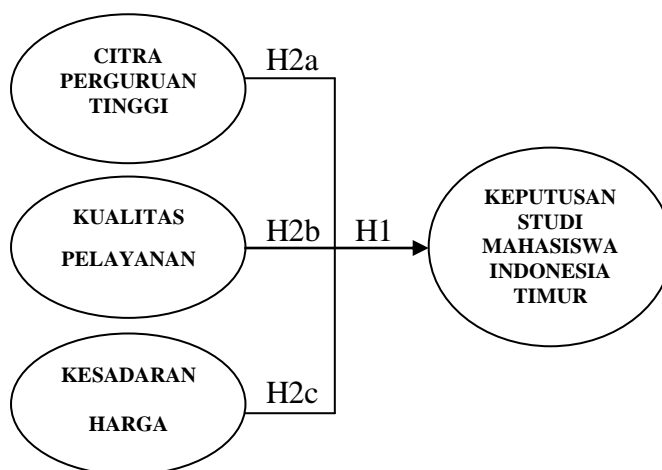
### **Pengaruh Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Kesadaran Harga dapat didefinisikan sebagai keadaan yang dialami atau dirasakan oleh seseorang akan biaya yang harus ditukarkan dalam memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Rambat Lupiyoadi (2001:86) berpendapat bahwa istilah harga dalam bisnis jasa perguruan tinggi bisa ditemui dengan istilah SPP (*tuition*).

Kegiatan penetapan harga memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karena penetapan harga terkait langsung nantinya dengan *revenue* yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penetapan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam proses membangun citra dan memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Norazah Moch. Suki pada tahun 2013, permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah apakah kekhawatiran lingkungan konsumen, kesadaran produk hijau, kesadaran harga dan kesadaran citra merek secara simultan dan parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk-produk hijau di Malaysia. Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Norazah Moch. Suki adalah Variabel kekhawatiran lingkungan konsumen, kesadaran produk hijau, kesadaran harga dan kesadaran citra merek secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk-produk hijau di Malaysia, Variabel kekhawatiran lingkungan konsumen, kesadaran produk hijau secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk-produk hijau di Malaysia, Variabel kesadaran harga dan kesadaran citra merek secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk-produk hijau di Malaysia.

Hipotesis 2c : Kesadaran Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.



**Kerangka Pemikiran**

## METODE PENELITIAN

### Klasifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Indonesia Timur yang sedang studi di Surabaya. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Indonesia Timur yang masih aktif berkuliah di Surabaya. Teknik yang dipilih untuk memilih sampel yang akan diberi kuesioner adalah dengan menggunakan *Judgment Sampling* dan *Convenience Sampling*.

*Judgment Sampling* digunakan untuk menentukan kriteria perguruan tinggi yang akan dijadikan sampel kemudian dikategorikan berdasarkan status Akreditasi Perguruan tinggi yaitu akreditasi A, akreditasi B, dan akreditasi C. Setelah membagi sampel dengan *Judgment Sampling* dan untuk memudahkan peneliti dalam menentukan sampel, maka responden ditentukan dengan menggunakan *Convenience Sampling*. Syarat – syarat sampel yang diambil adalah Mahasiswa/i yang berasal dari Indonesia Timur yang masih aktif berkuliah di Surabaya dan terdaftar dalam perguruan tinggi yang dijadikan sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 150 responden.

### Data Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel dari 10 perguruan tinggi yang dipilih berdasarkan metode *Judgment Sampling*, diantaranya adalah : Universitas Airlangga, Universitas Kristen Petra, Universitas Katolik Widya Mandala, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Universitas Surabaya, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Dr. Sutomo, Universitas 17 Agustus 1945, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dimana data diambil dengan menggunakan kuesioner. Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert.

Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 28 Desember 2014 sampai dengan 3 Januari 2015.

Metode pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan ke 187 Responden, sebanyak 184 kuesioner yang kembali, 7 kuesioner tidak termasuk dalam syarat – syarat sampel yang diambil, 27 kuesioner tidak sesuai dan sebanyak 150 kuesioner yang kemudian datanya diolah oleh peneliti.

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan, dan Kesadaran Harga. Sedangkan variabel independennya adalah Keputusan Studi.

### **Defenisi Operasional Variabel**

#### **Mahasiswa Indonesia Timur**

Mahasiswa Indonesia Timur adalah seluruh mahasiswa yang berasal dari Propinsi-propinsi di Indonesia Bagian Timur, antara lain : Propinsi Sulawesi Selatan, Propinsi Sulawesi Barat, Propinsi Sulawesi Tenggara, Propinsi Sulawesi Tengah, Propinsi Gorontalo, Propinsi Sulawesi Utara, Propinsi Maluku Utara, Propinsi Maluku, Propinsi Nusa Tenggara Timur, Propinsi Papua Barat dan Propinsi Papua.

#### **Citra Perguruan Tinggi**

Citra Perguruan Tinggi adalah Pendapat responden berupa gambaran dan kesan umum akan suatu perguruan tinggi di Surabaya dengan melihat berbagai aspek yang membentuk citra dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu.

Citra Perguruan Tinggi diukur melalui indikator :

- a. Reputasi = Diatur dengan Akreditasi Perguruan Tinggi
- b. Kehidupan Mahasiswa = Suasana umum dan kehidupan mahasiswa di kampus.

- c. Hubungan Universitas = kerja sama antar perusahaan.
- d. Kelas = suasana belajar di kelas, dan fasilitas.
- e. Biaya / Rasio Kualitas = Kualitas staf pengajar dan rektor, biaya kuliah.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan adalah Pendapat responden terhadap kualitas pelayanan perguruan tinggi di Surabaya.

Kualitas Layanan dapat diukur melalui indikator :

- a. Bukti Fisik. Meliputi : Peralatan dan fasilitas kampus serta visual kampus yang menarik.
- b. Jaminan. Meliputi : Keahlian staf perkuliahan dan staf pendukung serta kerahasiaan berurusan dengan staf.
- c. Ketanggapan. Meliputi : Kemampuan staf untuk menepati janji serta kesediaan staf untuk memberikan bantuan atau bimbingan.
- d. Empati. Meliputi : Meyakinkan Anda bahwa setiap masalah yang mungkin Anda miliki akan diselesaikan serta kesopanan dari staf.
- e. Keandalan. Meliputi : Perkuliahan terjadi pada waktu yang seharusnya telah ditetapkan staf serta staf tetap menjaga dokumen dengan akurat.

### **Kesadaran Harga**

Kesadaran Harga adalah pernyataan responden tentang keadaan yang muncul dibenak responden menyangkut biaya sebagai salah satu bahan pertimbangan sebelum membuat keputusan studi di Surabaya.

Kesadaran Harga diukur melalui indikator :

- a. Biaya kuliah yang terjangkau oleh responden.
- b. Kesesuaian biaya kuliah dengan kemampuan atau daya beli responden.
- c. Potongan Biaya kuliah atau beasiswa Perguruan tinggi di Surabaya.
- d. Biaya kuliah yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya.

### **Keputusan Studi**

Keputusan studi adalah pernyataan responden tentang tindakan yang dilakukan terkait dengan pemilihan salah satu perguruan tinggi di Surabaya.

Keputusan Studi sendiri dapat diukur melalui indikator :

- a. Kesiediaan responden meminta pendapat teman atau orang tua tentang perguruan tinggi yang dipilih.
- b. Kesiediaan responden membandingkan dengan alternatif perguruan tinggi di kota lain.
- c. Keinginan responden yang kuat untuk menempuh pendidikan tinggi di salah satu perguruan tinggi di Surabaya.

### **Alat Analisis**

#### **Analisis Deskriptif**

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian di lapangan, terutama yang berkaitan dengan responden penelitian, termasuk juga didalamnya uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis deskriptif pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20 for windows.

### **Analisis Statistik**

#### **Regresi Linear Berganda**

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Penelitian ini menganalisis pengaruh variabel independen (bebas) : Citra Perguruan Tinggi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kesadaran Harga (X3) Terhadap Variabel Dependen (Terikat) : Keputusan Studi (Y). Bentuk dari regresi linier berganda adalah  $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$

#### **Uji Asumsi Klasik**

Uji ini digunakan untuk menguji apakah persamaan garis regresi yang diperoleh linier dan dapat dipergunakan untuk melakukan peramalan. Untuk itu dilakukan Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas dan Uji Autokorelasi.

### **Uji Goodness of Fit**

Uji ini digunakan dalam mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari Goodness of fitnya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai statistik F, nilai statistik t dan koefisien determinasi.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan nilai-nilai dari hasil kuesioner masing - masing variabel, kemudian menghitung mean untuk mean variabel bebas dan terikat serta menganalisis tanggapan dari responden berdasarkan kuesioner yang diolah. Untuk penilaian Mean jawaban responden digunakan bantuan kategori penilaian. Kategori penilaian ini dibuat untuk lebih mempermudah penilaian, yaitu dengan membuat daftar distribusi frekuensi dengan panjang kelas yang sama.

### **Analisis Deskriptif**

#### **Citra Perguruan Tinggi**

Variabel citra perguruan tinggi diwakili sepuluh indikator pernyataan. Dari 150 kuesioner yang diolah, pernyataan CPT 1 (Mean 4,21) dan CPT 8 (Mean 4,31), merupakan yang tertinggi untuk variabel citra perguruan tinggi dengan nilai rata – rata masuk dalam kategori sangat setuju ( $4,20 < x < 5,00$ ).

Hal ini mengindikasikan bahwa akreditasi perguruan tinggi dan kualitas dosen pengajar sangat mempengaruhi citra suatu perguruan tinggi. Selanjutnya mean pada butir pernyataan CPT 2, CPT 3, CPT 4, CPT 5, CPT 6, CPT 7, CPT 9 dan CPT 10 termasuk dalam kategori setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) yang mengindikasikan bahwa suasana umum dikampus, suasana kehidupan mahasiswa dikampus, kerja sama yang dibangun oleh perguruan tinggi, suasana belajar di kelas, fasilitas yang ada dan lengkap dikampus, kualitas rektor dan biaya kuliah yang terjangkau

mempengaruhi citra suatu perguruan tinggi.

Mean secara keseluruhan yaitu 4,026 termasuk dalam kategori setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) yang mengindikasikan bahwa reputasi, kehidupan mahasiswa, hubungan yang dibangun oleh perguruan tinggi, suasana kelas dan biaya mempengaruhi citra perguruan tinggi.

### **Kualitas Pelayanan**

Variabel Kualitas pelayanan diwakili dengan sebelas pernyataan pada kuesioner. Dari 150 kuesioner yang diolah, pernyataan KP 11 (Mean 4,05) merupakan yang tertinggi untuk variabel kualitas pelayanan dengan nilai rata – rata masuk dalam kategori setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ).

Hal ini mengindikasikan bahwa pelajaran yang diberikan disetiap perguruan tinggi merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi pendapat akan kualitas pelayanan disuatu perguruan tinggi. Selanjutnya mean pada butir pernyataan KP 1, KP 2, KP 3, KP 4, KP 5, KP 6, KP 7, KP 8, KP 9, dan KP 10 termasuk dalam kategori setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) yang mengindikasikan bahwa peralatan dan fasilitas yang modern disuatu kampus, tampilan visual gedung, karyawan staf akademik, staf pendukung, interaksi yang aman dalam menjaga kerahasiaan mahasiswa/i, staf yang menepati janjinya, ketanggapan staf, bantuan staf dalam pemecahan masalah mahasiswa/i, kesopanan staf dan ketepatan waktu saat memulai proses perkuliahan mempengaruhi kualitas pelayanan suatu perguruan tinggi.

Mean secara keseluruhan yaitu 3,78 termasuk dalam kategori setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) yang mengindikasikan bahwa bukti fisik, jaminan, ketanggapan, empati dan keandalan mempengaruhi kualitas pelayanan di suatu perguruan tinggi.

### **Kesadaran Harga**

Variabel kesadaran harga diwakili dengan delapan pernyataan pada kuesioner. Dari

150 kuesioner yang diolah, untuk pernyataan favorable KH 5 (Mean 3,79) merupakan yang tertinggi untuk variabel kesadaran harga dengan nilai rata – rata termasuk dalam kategori setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) yang mengindikasikan bahwa banyaknya beasiswa yang ditawarkan di suatu perguruan tinggi mempengaruhi suatu perguruan tinggi dalam mendukung perkuliahan. Sedangkan untuk pernyataan unfavorable KH 6 (Mean 3,49) merupakan yang tertinggi dengan nilai rata – rata termasuk dalam kategori tidak setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) dengan jawaban mayoritas tidak setuju dan sangat tidak setuju mengindikasikan bahwa biaya kuliah perguruan tinggi yang telah dipilih untuk menempuh pendidikan tinggi tidak memberatkan mahasiswa/i.

Pada butir pernyataan favorable yang terdapat pada butir pernyataan KH 1, KH 3, dan KH 7 termasuk dalam kategori setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) yang mengindikasikan bahwa biaya kuliah yang ditawarkan diperguruan tinggi yang telah dipilih untuk menempuh pendidikan tinggi terjangkau dan sebanding dengan kemampuan finansial mahasiswa/i.

Sedangkan pada butir pernyataan unfavorable yang terdapat pada butir pernyataan KH 2, KH 4, dan KH 8 termasuk dalam kategori ragu – ragu ( $2,60 < x < 3,40$ ) dan tidak setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) dengan jawaban mayoritas tidak setuju dan sangat tidak setuju mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak setuju bahwa biaya kuliah yang ditawarkan tergolong tidak seimbang dengan kualitas yang diberikan, dan juga mengindikasikan bahwa biaya kuliah yang ditentukan tidak sulit bagi mahasiswa/i untuk dapat membayarnya, serta beasiswa yang ditawarkan perguruan tinggi tempat responden menempuh pendidikan tinggi memadai untuk mendukung perkuliahan.

### **Keputusan Studi**

Variabel terikat yaitu variabel keputusan studi (KS) diwakili dengan 6 pernyataan pada kuesioner. Dari 150 kuesioner yang diolah, untuk pernyataan favorable KS 3

(Mean 3,84) merupakan yang tertinggi untuk variabel keputusan studi dengan nilai rata – rata termasuk dalam kategori setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) yang mengindikasikan bahwa sebelum menentukan pilihan untuk menempuh pendidikan tinggi di perguruan tingginya saat ini mahasiswa/i Indonesia Timur sering membandingkan perguruan tinggi yang dipilih dengan alternatif perguruan tinggi lainnya. Sedangkan untuk pernyataan unfavorable KS 2 (Mean 3,85) merupakan yang tertinggi dengan nilai rata –rata termasuk dalam kategori tidak setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) dengan jawaban mayoritas tidak setuju dan sangat tidak setuju mengindikasikan bahwa sejak awal mahasiswa/i Indonesia Timur berniat untuk menempuh pendidikan tinggi di perguruan tinggi yang telah dipilih.

Pada butir pernyataan favorable yang terdapat pada butir pernyataan KS 1 dan KS 4 termasuk dalam kategori setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) yang mengindikasikan bahwa sebelum membuat keputusan studi diperguruan tinggi yang telah dipilih mahasiswa/i Indonesia Timur meminta pendapat orang tua dan teman, serta mahasiswa/i Indonesia Timur sangat berniat untuk membuat keputusan studi di perguruan tinggi yang telah dipilih.

Pada butir pernyataan unfavorable yang terdapat pada butir pernyataan KS 5 dan KS 6 termasuk dalam kategori tidak setuju ( $3,40 < x < 4,20$ ) dengan jawaban mayoritas tidak setuju dan sangat tidak setuju mengindikasikan bahwa saat membuat keputusan studi mahasiswa/i Indonesia Timur bukan merasa tidak perlu untuk melihat perguruan tinggi lain yang ada di Surabaya dan mahasiswa/i Indonesia Timur tidak terbiasa mempertimbangkan keputusan studi sendiri.

### Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas sampel besar yang telah dilakukan total butir pernyataan variabel citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan, kesadaran harga dan keputusan studi memiliki nilai probabilitas signifikan di bawah 0,05 yang

menunjukkan bahwa korelasi dalam semua butir pernyataan dengan total butir pernyataannya tersebut dikatakan valid.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 1**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabel / Tidak Reliabel
Citra Perguruan Tinggi	0,774	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,850	Reliabel
Kesadaran Harga	0,689	Reliabel
Keputusan Studi	0,601	Reliabel

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji reliabilitas sampel besar diketahui bahwa, variabel citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan, kesadaran harga dan keputusan studi dinyatakan reliabel karena angka Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ .

### Hasil Analisis dan Pembahasan

#### Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Multikolinearitas

Suatu penelitian dikatakan mempunyai gejala multikolinearitas disaat tolerance  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ . Model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan VIF (1,143, 1,325, 1,173)  $< 10$  dan tolerance (0,875, 0,755, 0,853)  $> 0,10$ . Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi gejala multikolinearitas.

##### 2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat terlihat titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu serta tersebar secara baik dan terpolo di bawah

angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yaitu variabel bebas dalam model sama sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi berdasarkan masukan variabel bebas. Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki gejala heteroskedastisitas yaitu tidak ada keberagaman antara variabel bebas dan variabel terikat sehingga bisa dilanjutkan ke proses yang selanjutnya.

### 3. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal maka model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal (normalitas).

### 4. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat diketahui dan dianalisis berdasarkan tabel Durbin Watson diketahui bahwa nilai DL 1,6926 dan nilai DU 1,7741. Maka dinyatakan H0 tidak ada autokorelasi positif atau keputusannya ditolak. Hal ini dikarenakan hasil uji autokorelasi masuk dalam kategori 1 yang berarti nilai D lebih besar daripada 0 dan nilai D lebih kecil dariada DL. Hasilnya adalah  $0 < 1,590 < 1,6926$ .

### Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 2

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Var.	Unstand ardisized Coefficients	Std. Error	t-Hitung	Sig.
CPT	0,339	0,077	4,382	0,000
KP	-0,106	0,075	-1,415	0,159
KH	0,254	0,066	3,835	0,000
Konstanta	= 1,854		F = 11,745	
Adj. R Square	= 0,178		F Sig = 0,000	
R Square	= 0,194		N = 150	
R	= 0,441			

Setelah ditunjukkan melalui Tabel 2, dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = 1,854 + 0,339 \text{ CPT} - 0,106 \text{ KP} + 0,254 \text{ KH} + e$$

Artinya jika keseluruhan variabel bebas dalam penelitian ini bernilai dengan nol, maka bersarnya nilai variabel tergantung dengan keputusan studi akan meningkat sebesar 1,854 dengan asumsi seluruh variabel bebas bernilai nol.

Berdasarkan Tabel 1,  $\alpha = 1,854$  artinya apabila variabel keputusan studi tidak dipengaruhi oleh variabel citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan, dan kesadaran harga maka variabel keputusan studi sebesar 1,854. Koefisien regresi satu,  $\beta_1 = 0,339$  artinya jika variabel citra perguruan tinggi naik satu satuan maka keputusan studi akan mengalami kenaikan 0,339. Koefisien regresi dua,  $\beta_2 = -0,106$  artinya jika variabel kualitas pelayanan naik satu satuan maka keputusan studi akan mengalami penurunan 0,106. Koefisien regresi tiga,  $\beta_3 = 0,254$  artinya jika variabel kesadaran harga naik satu satuan maka keputusan studi akan mengalami kenaikan 0,254.

Dari hubungan ketiga variabel terhadap keputusan studi yang paling banyak berpengaruh adalah variabel citra perguruan tinggi, dan yang paling sedikit berpengaruh adalah variabel kualitas pelayanan, hal itu dibuktikan karena koefisien regresi satu ( $\beta_1$ ) lebih besar dari variabel yang lain.

### 1. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3  
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6,415	3	2,138	11,745	,000 <sup>b</sup>
Residual	26,582	146	,182		
Total	32,997	149			

Hasil perhitungan uji simultan F menggunakan SPSS 20.0 for windows yang diketahui bahwa tingkat signifikansi

pada uji F adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 < 0,05 berarti H0 ditolak atau H1 diterima yang mengindikasikan secara keseluruhan variabel dari citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan, dan kesadaran harga secara bersamaan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap variabel keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

## 2. Uji Parsial (Uji-T) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 4**  
**Hasil Uji t dan R<sup>2</sup>**

Variabel Bebas	Sig. Pro.	Batas Sig.	Kes.	R <sup>2</sup>
Citra Perguruan Tinggi	0,000	0,05	H0 Ditolak	0,194
Kualitas Pelayanan	0,159	0,05	H0 Diterima	
Kesadaran Harga	0,000	0,05	H0 Ditolak	

### a. Citra Perguruan Tinggi Terhadap Keputusan Studi

Setelah dibandingkan antara hasil dari angka signifikan variabel citra perguruan tinggi sebesar 0,000 lebih kecil dari ketentuan 0,05 (0,000<0,005) maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian variabel citra perguruan tinggi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap variabel keputusan studi.

Analisa selanjutnya adalah mengenai besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dengan ketentuan apabila angka R<sup>2</sup> mendekati 1,000 atau 100 persen berarti semakin besar pula kemampuan variabel citra perguruan tinggi mengikat variabel

keputusan studi. Hasil R<sup>2</sup> adalah 0,194 atau yang berarti kemampuan citra perguruan tinggi terhadap keputusan studi 19,4 % dan sisanya adalah menunjukkan kontribusi variabel lain di luar model.

### b. Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Studi

Setelah dibandingkan antara hasil dari angka signifikan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,159 lebih besar dari ketentuan 0,05 (0,000<0,005) maka H0 diterima dan H1 ditolak. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap variabel keputusan studi.

Analisa selanjutnya adalah mengenai besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dengan ketentuan apabila angka R<sup>2</sup> mendekati 1,000 atau 100 persen berarti semakin besar pula kemampuan variabel kualitas pelayanan mengikat variabel keputusan studi. Hasil R<sup>2</sup> adalah 0,194 atau yang berarti kemampuan kualitas pelayanan terhadap keputusan studi 19,4 % dan sisanya adalah menunjukkan kontribusi variabel lain di luar model.

### c. Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Studi

Setelah dibandingkan antara hasil dari angka signifikan variabel kesadaran harga sebesar 0,000 lebih kecil dari ketentuan 0,05 (0,000<0,005) maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian variabel kesadaran harga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap variabel keputusan studi.

Analisa selanjutnya adalah mengenai besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dengan ketentuan apabila angka R<sup>2</sup> mendekati 1,000 atau 100 persen berarti semakin besar pula kemampuan variabel kesadaran harga mengikat variabel keputusan studi. Hasil R<sup>2</sup> adalah 0,194 atau yang berarti kemampuan citra kesadaran harga terhadap keputusan studi 19,4 % dan sisanya adalah menunjukkan kontribusi variabel lain di luar model.



## **Pembahasan**

### **Pengaruh Variabel Bebas Secara Bersamaan Terhadap Variabel Terikat**

Hasil uji statistik terhadap hipotesis pertama (H1) dari penelitian ini, bahwa variabel citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan, dan kesadaran harga secara bersamaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan studi. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti bahwa citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan, dan kesadaran harga secara bersamaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

Hasil penelitian mengenai citra perguruan tinggi mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nehme, et al (2013) yaitu variabel bebas citra perguruan tinggi berpengaruh secara positif signifikan. Faktor – faktor yang mempengaruhi antara lain adalah "reputasi," "kehidupan mahasiswa," "hubungan universitas," "kelas" dan "biaya untuk rasio kualitas".

Selain itu variabel kualitas pelayanan yang didukung penelitian terdahulu oleh Halil, et al (2009) yaitu variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan. Sementara itu variabel kesadaran harga yang didukung penelitian terdahulu dari Norazah Moch. Suki (2013) yaitu variabel kesadaran harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat keputusan studi.

### **Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Keputusan Studi**

Setelah melalui analisa, pengaruh citra perguruan tinggi terhadap keputusan studi ditunjukkan oleh hasil yang positif signifikan yang dibuktikan oleh koefisien probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Hal ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Nehme, et al (2013) yaitu variabel bebas citra perguruan tinggi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap variabel terikat keputusan studi. Faktor – faktor yang mempengaruhi

antara lain adalah "reputasi," "kehidupan mahasiswa," "hubungan universitas," "kelas" dan "biaya untuk rasio kualitas". Karena itu dapat diartikan bahwa, citra perguruan tinggi yang dibangun kuat oleh suatu perguruan tinggi sangat berpengaruh terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Studi**

Setelah melalui analisa, dinyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan studi ditunjukkan oleh hasil yang positif tidak signifikan yang dibuktikan oleh koefisien probabilitas  $> 0,05$ .

Hal ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Halil, et al (2009) yaitu variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif tidak signifikan yang diukur dengan menggunakan Dimensi SERVQUAL, penelitian ini terbukti gagal membentuk 5 dimensi yang diasumsikan seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Karena itu dapat diartikan bahwa, kualitas pelayanan yang baik di suatu perguruan tinggi tidak mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

### **Pengaruh Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Studi**

Setelah melalui analisa, pengaruh kesadaran harga terhadap keputusan studi ditunjukkan oleh hasil yang positif signifikan yang dibuktikan oleh koefisien probabilitas  $< 0,05$ .

Hal ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Norazah Moch. Zuki (2013) yaitu variabel bebas kesadaran harga berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap variabel terikat keputusan studi. Karena itu dapat diartikan bahwa, kesadaran harga akan suatu perguruan tinggi sangat berpengaruh terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.

## **KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Variabel bebas yaitu citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan dan kesadaran harga secara simultan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya yang berarti apabila suatu perguruan tinggi memiliki citra perguruan tinggi yang kuat dan kualitas pelayanan yang prima, serta harga yang dapat terjangkau oleh kalangan mahasiswa/i Indonesia Timur dapat mempengaruhi secara kuat terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya.
2. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya. Sedangkan variabel citra perguruan tinggi dan kesadaran harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya, yang berarti apabila citra perguruan tinggi yang baik dan kesadaran harga yang terjangkau namun tidak didukung dengan kualitas pelayanan yang baik maka tetap menimbulkan pengaruh terhadap keputusan studi mahasiswa/i Indonesia Timur di Surabaya. Dengan demikian pada hipotesis (H2) dalam penelitian ini ada satu hubungan yang menyebabkan hipotesis kedua (H2) ditolak.

### **Keterbatasan Penelitian**

1. Dalam penelitian ini hanya terdapat tiga variabel bebas (citra perguruan tinggi, kualitas pelayanan dan kesadaran harga) dan satu variabel terikat (keputusan studi) sehingga penelitian hanya terbatas pada tiga variabel bebas dan satu variabel terikat.
2. Pengambilan sampel hanya dilakukan di 10 perguruan tinggi pilihan menggunakan convenience sampling di

kota Surabaya dengan jumlah responden mahasiswa Indonesia Timur 150 orang, sehingga peneliti hanya terbatas melakukan penelitian dengan responden sejumlah 150 orang dan hanya di kota Surabaya.

3. Penelitian ini hanya difokuskan pada keputusan studi mahasiswa Indonesia Timur di Surabaya, sehingga penelitian hanya terbatas pada mahasiswa Indonesia Timur yang menempuh pendidikan tinggi di Surabaya.
4. Waktu pengambilan sampel yang dilakukan kurang tepat dikarenakan pengambilan sampel dilakukan pada waktu liburan akhir tahun yang membuat banyak mahasiswa Indonesia Timur tidak berada di Surabaya, sehingga pengambilan sampel dilakukan dengan cara mendatangi mahasiswa Indonesia Timur di tempat tinggal masing-masing.

### **Saran**

#### **A. Saran bagi Perguruan Tinggi di Surabaya**

1. Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat butir pernyataan pada variabel citra perguruan tinggi dengan nilai rata – rata tertinggi yang menyatakan akreditasi suatu perguruan tinggi dan kualitas dosen pengajar berpengaruh besar dalam membangun citra suatu perguruan tinggi. Jadi saran peneliti untuk perguruan tinggi yang ada di Surabaya adalah dapat berusaha lebih baik untuk mendapatkan akreditasi perguruan tinggi yang baik dan meningkatkan kualitas dosen pengajar untuk membangun citra perguruan tinggi yang kuat khususnya untuk mahasiswa yang berasal dari Indonesia Timur yang ingin melanjutkan pendidikan tingginya di Surabaya.
2. Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dengan nilai rata – rata terendah yaitu mengenai ketanggapan staf dalam menepati janji dan ketepatan waktu untuk memulai

perkuliahan. Jadi saran peneliti untuk perguruan tinggi di Surabaya dapat adalag agar dapat memberi pelayanan yang prima antara lain dengan meningkatkan ketanggapan staf dengan memenuhi janji yang telah dibuat serta perguruan tinggi di Surabaya perlu membuat sistem pengendalian sebagai bentuk mekanisme untuk mengevaluasi dosen dalam memulai dan mengakhiri perkuliahan tepat waktu.

3. Dalam hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat butir pernyataan pada variabel kesadaran harga dengan nilai rata – rata tertinggi untuk memperhatikan harga atau biaya kuliah khususnya bagi mahasiswa/i Indonesia Timur yang sedang menempuh pendidikan tinggi di berbagai perguruan tinggi di Surabaya. Jadi saran peneliti untuk perguruan tinggi di Surabaya adalah agar perguruan tinggi di Surabaya dapat lebih memperhatikan besarnya biaya kuliah yang dapat terjangkau oleh kalangan masyarakat Indonesia Timur, menyesuaikan biaya kuliah dengan kemampuan mahasiswa/i yang berasal dari Indonesia Timur serta memberikan beasiswa khusus bagi mahasiswa Indonesia Timur yang berprestasi baik.

#### **B. Saran bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Alangkah baiknya jika ditambahkan jumlah responden dan jumlah butir pernyataan karena semakin banyak responden dan butir pernyataan akan mempengaruhi hasil hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Dalam kuesioner perlu adanya tambahan indikator pernyataan dari jurnal lain, agar dapat mencakup keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.
3. Perlunya memberikan tambahan kriteria responden yang lebih tahu mengenai perguruan tinggi, agar data yang diperoleh dapat akurat.

#### **C. Saran bagi Mahasiswa Indonesia Timur yang ingin menempuh pendidikan tinggi di Surabaya**

Berdasarkan hasil analisis pertanyaan terbuka yang diajukan dalam kuesioner penelitian maka, didapat saran dari para responden untuk Mahasiswa Indonesia Timur yang ingin menempuh pendidikan tinggi di Surabaya, sebagai berikut :

1. Berikan yang terbaik selama menempuh pendidikan tinggi di Surabaya dengan memaksimalkan kemampuan, membuka diri terhadap lingkungan dan budaya yang baru untuk kemudian kembali membangun daerah asal
2. Berusaha, tekun dan fokus dalam menempuh pendidikan tinggi, banyak belajar, percaya diri bahwa orang Indonesia Timur bisa bersaing dengan orang – orang di Pulau Jawa serta jangan terpengaruh lingkungan yang negatif agar tidak mengecewakan orang tua.
3. Pilihlah perguruan tinggi berdasarkan minat, perguruan tinggi yang terakreditasi dan berkualitas, aktif dalam berorganisasi, dan gunakan kesempatan belajar ini dengan sebaik-baiknya.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Azoury, Nehme M., Daou, Lindos E., Khoury, Charbel M., “University Image and its Relationship to Student Satisfaction: Case of the Holy Spirit University of Kaslik, Lebanon”. *Journal of Executive Education*. 2013 (July). Pp 1-14
- Balitbang.Kemendiknas. Survei Tingkat Pendidikan. 2003. (<http://litbang.kemdikbud.go.id> diakses pada tanggal 28 november 2014)
- Bilson Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Andi Offset.
- Freddy Rangkuti. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali. 2013. “Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21”. Edisi 7. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana.
- KBBI. Pengertian Kesadaran. (<http://kbbi.web.id/sadar> Diakses 13 Oktober 2014).
- Kotler, Philip, dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Ed13. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Ledden, Lesley., Kalafatis, Stavros., Mathioudakis, Alex., “The Idiosyncratic Behaviour Of Service Quality, Value, Satisfaction, And Intention To Recommend In Higher Education: An Empirical Examination”. *Journal of Marketing Management*. 2011 (October). Pp 1232-1260
- Maholtra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jilid 1. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Moch. Suki, Norazah., “Green Awareness Effects On Consumers’ Purchasing Decision : Some Insights From Malaysia”. *Journal of University Sains Malaysia*. 2013 (July). Pp 1-15
- Nadiri, Halil., Kandampully, Jay., Hussain, Kashif., “Student’ Perceptions Of Service Quality In Higher Education”. *Journal of Routledge*. 2009 (May). Pp 523-535
- Nugroho Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Buku 1. Salemba Empat : Jakarta.
- Ponbamrungwong, Anantaya., and Chandsawang, Sirada. 2009. “The Impact Of Brand On Thai Female Consumer In Purchase Decision Of Foreign MakeUp Product”. Thesis, School of Sustainable Development of Society and Technology Thailand.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ririn Tri Ratnasari., dan Mastuti Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Rosady Ruslan. 2010. *Metodologi Penelitian : Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Septi Chairani Hasibuan. 2012. “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha”. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Sugiyono. 2013. “*Metode Penelitian Manajemen*”. Bandung : Alfabet.