

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA DI KOTA BATAM (STUDI PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS RIAU KEPULAUAN, UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM, DAN UNIVERSITAS BATAM)

Habibuddin Nasution
Program Studi Manajemen STIE Nagoya Indonesia
habibuddinnasution1@gmail.com

ABSTRACT

This study analyzes the factors that influence students (reliability, responsiveness, tangible, empathy, assurance) on student decisions in choosing private universities in Batam City. This research was conducted with a survey approach. The explanation of the characteristics of the respondents and the research data used descriptive analysis. The research sample used is students who are active in the Faculty of Economics class 2011/2012 at the University of Riau Islands, Batam International University and Batam University. Testing the hypothesis in this study using the T test statistics and F test statistics with the help of the SPSS 19.0 for Windows program. Based on the results of the research, it shows that the results of the F test (Simultaneous) show that the variables of reliability, responsiveness, tangible, empathy and assurance together have a positive and significant effect on student decisions in choosing private universities in Batam City, which is 84.3%. The results of partial regression analysis indicate that responsiveness does not have a positive and significant effect on the selection decision; assurance has a positive and significant effect on the selection decision; that tangible does not have a positive and significant effect on election decisions; Emphaty has a positive and significant effect on election decisions and reliability has a positive and significant effect on election decisions.

Keywords: *Responsiveness, Tangible, Emphaty, Assurance, Reliability and Election Decisions.*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa (reliability, responsiveness, tangible, empathy, assurance) terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta di Kota Batam. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan survei. Penjelasan mengenai karakteristik responden dan data penelitian menggunakan analisis deskriptif. Sampel penelitian yang digunakan adalah mahasiswa yang aktif di Fakultas Ekonomi angkatan 2011/2012 di Universitas Kepulauan Riau, Universitas Internasional Batam dan Universitas Batam. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan statistik uji T dan statistik uji F dengan bantuan program SPSS 19.0 for Windows. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji F (Simultan) menunjukkan bahwa variabel Reliabilitas, daya tanggap, berwujud, empati dan jaminan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta di Kota Batam, yaitu 84,3%. Hasil analisis regresi parsial menunjukkan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh positif dan signifikan. tentang keputusan seleksi; jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan; bahwa tangible tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilu; Emphaty berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilu dan reliabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilu.

Kata Kunci: *Responsiveness, Tangible, Emphaty, Assurance, Reliability dan Keputusan Pemilu*

Detail Artikel :

Diterima : 20 Februari 2021

Disetujui : 20 Maret 2021

PENDAHULUAN

Setiap jenjang pendidikan sudah seharusnya dilalui oleh setiap orang. Bahkan semakin pentingnya peran pendidikan, pemerintah Indonesia memberlakukan program wajib belajar 12 tahun. Semakin tinggi jenjang pendidikan yang dilalui, semakin tinggi pula tingkat pengetahuan dan kemampuan seorang individu. Hal tersebut terjadi karena tuntutan zaman untuk dapat menjadi individu yang bertahan dalam badai persaingan. Dimana menempuh pendidikan tidak hanya pada tingkat Sekolah Menengah Pertama atau bahkan Sekolah Menengah Atas, tetapi pada tingkat yang lebih tinggi yaitu Perguruan Tinggi.

Perguruan Tinggi merupakan tingkat pendidikan yang mendekati dunia kerja. Dalam Perguruan Tinggi, pendidikan yang ditempuh difokuskan pada satu bidang konsentrasi minat dan nantinya diharapkan dapat diimplementasikan dalam dunia kerja. Keinginan masyarakat untuk memiliki karier yang baik dan berperan dalam ketatnya dunia persaingan, mendorong timbulnya begitu banyak Perguruan Tinggi yang menyebar diseluruh Indonesia. Perguruan Tinggi Negeri yang terdapat di Indonesia hanya dapat menampung calon mahasiswa yang tersaring dalam Seleksi Pemilihan Mahasiswa Baru (SPMB) melalui ujian yang dilakukan serentak di seluruh Indonesia. Tetapi bagaimana dengan calon mahasiswa yang tidak lolos seleksi masuk Perguruan Tinggi Negeri?. Hal ini menjadi peluang untuk mendirikan Perguruan Tinggi Swasta yang ingin memberikan layanan pendidikan kepada calon mahasiswa yang tidak lolos seleksi masuk Perguruan Tinggi Negeri. Perguruan Tinggi Swasta berlomba-lomba untuk merebut minat calon mahasiswa untuk mengenyam pendidikan di lembaga pendidikan tersebut.

Menjamurnya Perguruan Tinggi Swasta pada kota – kota di tiap – tiap Provinsi, juga terjadi di Kota Batam, sehingga Perguruan – Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam terus bersaing dan berlomba – lomba untuk merebut minat calon mahasiswa. Beberapa contoh Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam antara lain Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA), Universitas Putera Batam, Universitas Internasional Batam (UIB), Universitas Batam (UNIBA), dan sebagainya. Diantara Perguruan Tinggi Swasta tersebut, tercipta persaingan yang ketat. Calon mahasiswa bebas memilih Perguruan Tinggi Swasta yang mereka minati sebagai tempat untuk mengikuti perkuliahan.

Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam berusaha untuk bersaing dengan menarik minat mahasiswa, mengenyam pendidikan di salah satu lembaga pendidikan tinggi swasta tersebut. Seperti dalam teori pemasaran, agar dapat menarik minat mahasiswa tersebut, Perguruan Tinggi Swasta perlu mengetahui bagaimana kualitas atau kondisi dinamis, agar memiliki tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, dimana dalam konteks ini konsumen adalah mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) dalam Tjiptono (2008), ditegaskan bahwa didalam menilai kualitas pemasaran jasa terdapat lima dimensi yang menentukan yaitu: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangible*.

Kelima dimensi pokok didalam menilai kualitas pemasaran jasa yang telah dijelaskan Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) dalam Tjiptono (2008), jika dijabarkan didapat sebagai berikut:

1. *Reliability* (Kehandalan)
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. *Responsiveness* (Daya tanggap)
Berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. *Assurance* (Jaminan)

Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

4. *Emphaty* (Perhatian)

Bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. *Tangible* (Bukti fisik atau elemen fisik)

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Idealnya pandangan penyedia jasa yang baik tentang kualitas adalah dimulai dari kebutuhan konsumen tersebut dan berakhir pada persepsi pengguna jasa tersebut. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pengguna jasa (Kotler, 2002).

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai faktor – faktor mempengaruhi mahasiswa yang terdiri reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*), serta bukti fisik (*tangibles*) terhadap pemilihan Perguruan Tinggi Swasta, yaitu Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA), Universitas Batam dan Universitas Internasional Batam (UIB).

Pemilihan Perguruan Tinggi tersebut dikarenakan, ke tiga-nya memiliki Fakultas atau Program studi yang menjadi favorit calon mahasiswa, juga ke-tiga Perguruan Tinggi tersebut sudah memiliki akreditasi yang telah memenuhi standar mutu BAN-PT, sehingga mampu memberikan perlindungan bagi masyarakat dari penyelenggaraan Perguruan Tinggi yang tidak memenuhi standar.

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa S1 angkatan 2011/2012 pada Fakultas Ekonomi Universitas Riau Kepulauan, Universitas Batam, dan Universitas Internasional Batam yang berjumlah 618 orang.

Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari populasi.Sampel berasal dari Fakultas Ekonomi angkatan 2011/2012 pada Universitas Riau Kepulauan, Universitas Batam, dan Universitas Internasional Batam.

Menurut Budi Purwadi (2000) penngalokasian unit sampel sebanyak 100 responden dilakukan dengan rumus:

$$ni = \frac{Ni}{N} \times 100 \text{ responden}$$

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini dengan melakukan penelitian lapangan yaitu pengamatan langsung kelapangan dengan menyebarkan kuisisioner dan melakukan observasi di lapangan dan mencatat apa saja yang penting di lapangan.

Instrumen Penelitian yang dilakukan dipenelitian ini menggunakan 2 metode yaitu:

1. Kuesioner Teknik pengumpulan data dengan kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang memberikan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan respon terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

2. Studi Pustaka Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literature, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Teknik Analisi data yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji T, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi (R²).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Variabel Responsiveness			Variabel Emphaty		
Butir	r-hitung	Keterangan	Butir	r-hitung	Keterangan
1	0,657	Valid	13	0,415	Valid
2	0,677	Valid	14	0,489	Valid
3	0,707	Valid	15	0,389	Valid
4	0,584	Valid			
Variabel Assurance			variabel Reliability		
Butir	r-hitung	Keterangan	Butir	r-hitung	Keterangan
5	0,658	Valid	16	0,376	Valid
6	0,720	Valid	17	0,618	Valid

Variabel	Item	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Responsiveness	4	0,952	Reliabel

7	0,674	Valid	18	0,506	Valid
8	0,745	Valid	19	0,470	Valid
Variabel Tangible			Vaariabel Keputusan Pemilihan		
Butir	r-hitung	Keterangan	Butir	r-hitung	Keterangan
9	0,663	Valid	20	0,533	Valid
10	0,696	Valid	21	0,456	Valid
11	0,394	Valid	22	0,511	Valid
12	0,646	Valid	23	0,478	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 19

Assurance	4	0,920	Reliabel
Tangible	4	0,786	Reliabel
Emphaty	3	0,699	Reliabel
Reliability	4	0,832	Reliabel
Keputusan Pemilihan	5	0,934	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel diatas terlihat bahwa seluruh butir pertanyaan dari masing – masing variabel penelitian telah valid, sehingga kuisiонер layak untuk digunakan sebagai pengukur masing – masing variabel. Secara teoritik butir pertanyaan yang tidak valid (setelah diuji validitas) akan dibuang kemudian pertanyaan yang tersisa di uji kembali validitasnya atau dengan merubah pertanyaan yang dinyatakan tidak valid, kemudian disebarkan kembali kepada responden melalui kuisiонер, dan dilakukan uji validitas kembali.

2. Uji Reliabilitas

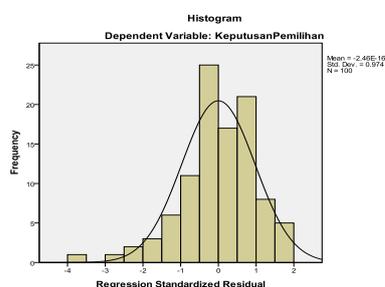
Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 19

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* > 0,5 (Sugiyono, 2008). Hal ini berarti bahwa instrument dapat digunakan sebagai pengumpul data yang handal jika telah memiliki koefisien lebih besar dari 0,50.

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas pada seluruh variabel menunjukkan nilai > 0,5 yang berarti bahwa atribut pada variabel tersebut sudah konsisten dan dapat dipercaya (*reliable*) sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Asumsi Klasik

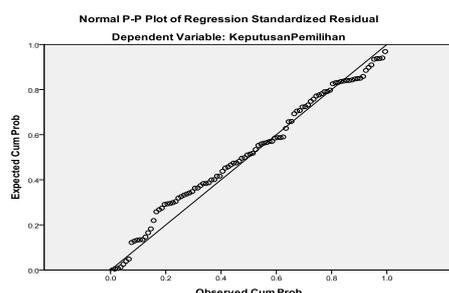
a. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 19

Gambar diatas memperhatikan dan membentuk pola gambar lonceng atau bell shaped, maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal. Cara kedua untuk menguji normalitas adalah dengan melihat gambar grafik Normal Probability plot of Regression Standarized Residual dibawah ini

Hasil Uji Grafik Normal Probability Plot



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 19

Gambar diatas menunjukkan bahwa variabel keputusan pemilihan berdistribusi mendekati normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data yang tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan. Gambar diatas menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan normal. Suatu variabel dapat dikatakan normal jika pada gambar titik-titika data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

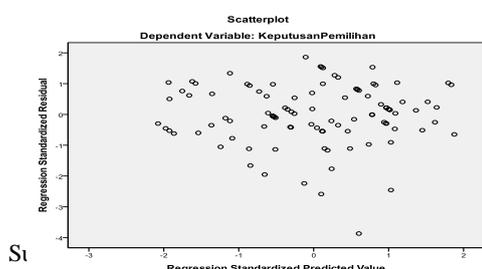
No	Variabel	Colinierity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Responsiveness	0.257	3.898	Bebas Multikolinieritas
2	Assurance	0.303	3.300	Bebas Multikolinieritas
3	Tangible	0.346	2.891	Bebas Multikolinieritas
4	Emphaty	0.404	2.473	Bebas Multikolinieritas
5	Reliability	0.387	2.585	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 19

Berdasarkan Tabel dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *responsiveness* memiliki nilai *tolerance* $0,257 > 0,1$ dan *VIF* $3,898 < 10$ sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinieritas.
2. Variabel *Assurance* memiliki nilai *tolerance* $0,303 > 0,1$ dan *VIF* $3,30 < 10$ sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinieritas.
3. Variabel *Tangible* memiliki nilai *tolerance* $0,346 > 0,1$ dan *VIF* $2,891 < 10$ sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinieritas.
4. Variabel *Emphaty* memiliki nilai *tolerance* $0,404 > 0,1$ dan *VIF* $2,473 < 10$ sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinieritas.
5. Variabel *Reliability* memiliki nilai *tolerance* $0,387 > 0,1$ dan *VIF* $2,585 < 10$ sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan Gambar diatas terlihat adanya penyebaran titik-titik dan tidak menunjukkan pola yang jelas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel bebas dari pengujian asumsi klasik heteroskedastisitas.

4. Uji hipotesis

a. Uji T

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 19

Coefficients^a

Dari tabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. bahwa variabel *responsiveness* (X_1) nilai t_{Hitung} (-0,486) < t_{Tabel} (0,677) dan tingkat signifikansi (0,628) lebih besar dari 0,05. Angka negatif pada t_{Hitung} berarti arah pengaruh variabel *responsiveness* berbeda dengan hipotesis. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh secara positif variabel *responsiveness* terhadap variabel keputusan pemilihan (Y)
- b. Pada variabel *Assurance* (X_2) nilai t_{Hitung} (1,591) > t_{Tabel} (0,677) dan tingkat signifikansi (0,115) lebih besar dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pemilihan (Y)
- c. Pada variabel *Tangible* (X_3) nilai t_{Hitung} (-0,698) < t_{Tabel} (0,677) dan tingkat signifikansi (0,487) lebih besar dari 0,05. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh secara positif variabel *Assurance* terhadap variabel keputusan pemilihan (Y)
- d. Pada variabel *Emphaty* (X_4) nilai t_{Hitung} (2,347) > t_{Tabel} (0,677) dan tingkat signifikansi (0,021) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pemilihan (Y)
- e. Pada variabel *Reliability* (X_5) nilai t_{Hitung} (7,424) > t_{Tabel} (0,677) dan tingkat signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *Reliability* terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pemilihan (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	.850	.840		1.012	.314		
Responsiveness	-.059	.122	-.053	-.486	.628	.257	3.898
Assurance	.208	.131	.160	1.591	.115	.303	3.300
Tangible	-.087	.124	-.066	-.698	.487	.346	2.891
Emphaty	.357	.152	.205	2.347	.021	.404	2.473
Reliability	.814	.110	.662	7.424	.000	.387	2.585

b. Uji F

Uji F statistik untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) secara bersama-sama (serentak) terhadap variabel terikat (Y). Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : b_1, b_2 = 0$$

Keterangan

Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) terhadap variabel terikat (Y).

$$H_a : b_1, b_2 \neq 0$$

Keterangan:

Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas (X1, X2, X3, X4 dan X5) terhadap variabel terikat (Y).

5. Uji Koefisin Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.843	.711	.695	1.93561	1.906

- Predictors: (Constant), Reliability, Assurance, Emphaty, Tangible, Responsiveness
- Dependent: Keputusan Pemilihan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 19

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai $R = 0,843$ yang beraarti hubungan antara variabel *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *emphaty* dan *reliability* terhadap keputusan pemilihan sebesar 84,3 % sedangkan sisanya 15,7 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

R^2 sebesar 0,711 atau 71,1% yang artinya bahwa variabel independen (*responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *emphaty* dan *reliability*) mampu menjelaskan variabel dependen (keputusan pemilihan) sebesar 71,1% sementara sisanya sebesar 28,9% diterangkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Sama halnya dengan R^2 , *adjusted R²* sebesar 0,695 berarti variasi variabel independen (*responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *emphaty* dan *reliability*) mampu menjelaskan variabel dependen (keputusan pemilihan) sebesar 69,5% sementara sisanya 30,5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari dua, maka akan lebih tepat menggunakan *adjusted R²*.

c. Pembahasan

- Variabel Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan (*responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *emphaty*, *reliability*) terhadap keputusan pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam.

Berdasarkan hasil uji hipotesis I menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan (*responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *emphaty*, *reliability*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam. Hal ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya dan sesuai teori yang ada. Pada penelitian sebelumnya Lusiati (2010) mengemukakan hasil penelitiannya bila ke lima faktor-faktor kualitas pelayanan ditingkatkan, maka akan dapat mempengaruhi suatu keputusan dalam memilih serta kepuasan pelanggan dan sebaliknya.

Persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceived service*) merupakan hasil dari serangkaian keputusan dan aktifitas internal perusahaan. Persepsi manajemen terhadap ekspektasi pelanggan memandu keputusan menyangkut spesifikasi kualitas layanan yang harus diikuti perusahaan dan diimplementasikan dalam setiap aktifitas melayani pelanggan. Tjiptono (2008) mengatakan bahwa: "pelanggan mengalami proses produksi dan penyampaian layanan sebagai komponen kualitas berkaitan dengan proses (*proses-related*

quality) dan solusi teknis yang diterima melalui proses tersebut sebagai komponen kualitas berkaitan dengan hasil (*outcome-related quality*).

Kualitas jasa atau kualitas layanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia layanan. Banyak pakar mengatakan bahwa hukum pertama kualitas adalah “melakukan segala sesuatu secara benar sejak pertama kali”. Bila hal ini direalisasikan, maka akan tercipta kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Variabel *Responsiveness* Terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam.

Berdasarkan hasil uji hipotesis 2, dari nilai t_{Hitung} pengaruh variabel *responsiveness* (X1) sebesar -0,486. Hal ini berarti bahwa nilai t_{Hitung} lebih kecil dari t_{Tabel} sebesar 0,677. Maka dapat dikatakan bahwa variabel *responsiveness* tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta. Masrini (2011) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *responsiveness* terhadap kepuasan anggota. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya, walaupun terdapat perbedaan variabel dependent (Y) yaitu kepuasan dengan keputusan pemilihan.

Oleh karena itu, apabila variabel *responsiveness* dalam melayani keperluan mahasiswa serta memberikan pelayanan dengan segera kepada mahasiswa sekaligus kesiapan karyawan dalam memberikan bantuan dan merespon permintaan mahasiswa ditingkatkan ataupun mengalami penurunan tidak akan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta.

Menurut Tjiptono (2008) bahwa *responsiveness* atau daya tanggap yaitu merupakan kesiapan atau kesediaan para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera. Beberapa contoh diantaranya: ketepatan waktu layanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan dan penyampaian layanan secara cepat.

Hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuisioner yaitu rata-rata responden menjawab setuju mencapai 40,5% lalu diikuti sebesar 30,75 % responden menjawab tidak setuju, sementara 23,25% responden menjawab sangat tidak setuju, selanjutnya hanya 5,5% responden menjawab sangat setuju.

3. Pengaruh Variabel *Assurance* Terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam

Berdasarkan hasil uji hipotesis 2, dari nilai t_{Hitung} pengaruh variabel *assurance* (X2) sebesar 1,591. Hal ini berarti bahwa nilai t_{Hitung} lebih besar dari t_{Tabel} sebesar 0,677. Maka dapat dikatakan bahwa variabel *assurance* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta.

Dalam riset yang dilakukan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) meneliti sejumlah industri jasa (seperti perbankan, jasa kartu kredit, reparasi dan pemeliharaan) di tahun 1998, bahwa *assurance* (jaminan) merupakan penyederhanaan dari dimensi kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan.

Dalam penelitian yang dilakukan, indikator-indikator *assurance* yang digunakan yaitu karyawan menumbuhkan rasa percaya para pelanggan, karyawan menumbuhkan rasa aman kepada pelanggan, karyawan bersikap sopan, serta karyawan mempunyai wawasan yang baik dalam menjawab pertanyaan pelanggan. Apabila indikator tersebut dilaksanakan dengan benar oleh pihak manajemen maka akan berpengaruh positif terhadap peningkatan suatu

keputusan pemilihan yang dilakukan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam.

Dari penyebaran kuisioner dalam penelitian ini diperoleh hasil yaitu responden menjawab setuju mencapai 41,75% lalu diikuti sebesar 36,25% responden menjawab tidak setuju, sementara 17,25% responden menjawab sangat tidak setuju, selanjutnya hanya 4,75% responden menjawab sangat setuju.

4. Pengaruh Variabel *Emphaty* Terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam

Berdasarkan hasil uji hipotesis 2, dari nilai t_{Hitung} pengaruh variabel *Emphaty* (X4) sebesar 2,347. Hal ini berarti bahwa nilai t_{Hitung} lebih besar dari t_{Tabel} sebesar 0,677. Maka dapat dikatakan bahwa variabel *emphaty* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta.

Dari persamaan koefisien regresi *emphaty* (X4) mempunyai tanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *emphaty*, searah dengan keputusan pemilihan, bila *emphaty* ditingkatkan, seiring dengan meningkatkan kualitas pelayanan, maka akan semakin kuat keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta sebagai tempat belajarnya. Masrini (2011) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *emphaty* terhadap kepuasan anggota. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya.

Menurut Tjiptono (2008) bahwa *emphaty* dalam penjabarannya yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Pelanggan merupakan individu unik dengan preferensi, perasaan, dan emosi masing-masing. Dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam (*standardized services*). Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal ini pelayanan yang dilakukan karyawan terhadap mahasiswa, dalam hal kemampuan memahami kebutuhan spesifik pelanggan individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan spesifik yang mereka terima.

5. Pengaruh Variabel *Reliability* Terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam

Berdasarkan hasil uji hipotesis 2, dari nilai t_{Hitung} pengaruh variabel *reliability* (X5) sebesar 7,424. Hal ini berarti bahwa nilai t_{Hitung} lebih besar dari t_{Tabel} sebesar 0,677. Maka dapat dikatakan bahwa variabel *reliability* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta.

Pada hasil penelitian Variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta. Oleh karena itu, apabila penyedia layanan perguruan tinggi swasta meningkatkan *reliability* (kehandalan) atau memiliki kemampuan keakuratan dalam menyampaikan jasanya maka akan semakin kuat keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta sebagai tempat belajarnya.

Indikator – indikator *reliability* yang dipakai dalam penelitian ini yaitu karyawan menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan, karyawan melakukan pelayanan yang benar mulai dari awal, karyawan menyajikan pelayanan tepat waktu dan karyawan dapat diandalkan dalam menangani masalah mahasiswa.

Parasuraman, et al. (1985) dalam Tjiptono (2008) mengatakan bahwa *reliability* mencakup dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat terpercaya

(*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan layanannya secara benar sejak awal (*right the frist time*), memenuhi janjinya secara akurat, menyimpan data (*record*) secara tepat.

Suatu perguruan tinggi harus memiliki keunggulan, salah satunya kurikulum atau mata kuliah harus disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa. Pembaharuan-pembaharuan harus terus dilakukan dan selalu melihat perkembangan kondisi pendidikan. Penentuan standar kualitas kurikulum sangat diperlukan, penyesuaian dengan kurikulum nasional dapat dipergunakan. Kualitas dosen (pengajar) dilihat dari latar belakang pendidikan memiliki kualifikasi yang bagus, tetapi juga harus diperhatikan pula metode pengajaran mata kuliah yang digunakan.

Selain dosen, karyawan memegang peranan penting, penampilan karyawan yang baik akan dapat memberikan kesan baik dan professional. Tidak hanya penampilan melainkan juga ditindaklanjuti dengan sikap ramah, sopan dan komunikatif.

Dari penyebaran kuisioner dalam penelitian ini diperoleh hasil yaitu responden menjawab setuju mencapai 39,5% lalu diikuti sebesar 36,75% responden menjawab tidak setuju, sementara 16% responden menjawab sangat tidak setuju, selanjutnya hanya 7,75% responden menjawab sangat setuju.

A. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *responsiveness*, *tangible*, *assurance*, *emphaty* dan *reliability* terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan sebelumnya
- b. Variabel *responsiveness* tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.
- c. Variabel *assurance* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.
- d. Variabel *tangible* tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.
- e. Variabel *emphaty* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.
- f. Variabel *reliability* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Batam. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

- a. Kaitannya dengan kualitas pelayanan yang terdiri dari *responsiveness*, *tangible*, *assurance*, *emphaty* dan *reliability* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta. Pihak perguruan tinggi swasta hendaknya dapat merumuskan

- standar kualitas pelayanannya, agar selalu dapat memberikan kualitas yang terbaik. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan Perguruan Tinggi Swasta kepada mahasiswanya.
- b. Variabel *reliability* (kehandalan) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh kepada keputusan pemilihan. Oleh karena itu, penyedia layanan perguruan tinggi swasta diupayakan agar selalu meningkatkan *reliability* (kehandalan) atau memiliki kemampuan keakuratan dalam menyampaikan jasanya seperti penyimpanan dokumen, arsip, catatan tanpa kesalahan, karyawan melakukan pelayanan yang benar mulai dari awal, karyawan menyajikan pelayanan tepat waktu, serta dapat diandalkan dalam menangani *problem* atau masalah-masalah mahasiswa.
 - c. Pihak perguruan tinggi swasta hendaknya dapat mengembangkan dan meningkatkan kualitas dosen dan karyawan melalui pemberian kesempatan untuk memperoleh pelatihan, pendidikan untuk dapat mengembangkan *skill and knowledge* yang berhubungan dengan pendidikan (cara mengajar, pembuatan sistem kurikulum dan modul yang berkualitas, *customer service*, *standar operation procedure*)
 - d. Perguruan tinggi swasta juga mempertimbangkan faktor – faktor selain yang telah dibahas sebelumnya dimana dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta di Batam, yaitu:
 - a. Kerjasama perguruan tinggi swasta dengan pihak lain;
 - b. Menerapkan sistem pembentukan biaya pendidikan yang sesuai dengan kondisi segmen pasar yang merupakan target perguruan tinggi swasta;
 - c. Penerapan program beasiswa yang berkelanjutan dapat menarik minat mahasiswa untuk terus berprestasi;
 - d. Pembuatan katalog, brosur, *website* untuk mempermudah akses mahasiswa untuk mengetahui informasi – informasi mengenai perguruan tinggi swasta.

Daftar Pustaka

- Alma. Buchari.2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Penerbit Alfabeta. Bandung.
- A.Hadi, Moch. 2010. Pengaruh Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (LAZ DSNI) Amanah Batam
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Principles of Marketing*. Diterjemahkan oleh Damos Sihombing M.B.A, Edisi 8, Jilid 1.Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management*. Diterjemahkan oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benjamin Molan, Jilid 1. P.T. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing*. Terjemahan: Herujati. Jilid 1. Cetakan Kesepuluh. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lusiati.2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas*.Lembaga Amil Zakat Dana Sosial Nurul Islam (Laz Dsni) Amanah.Batam.
- Lovelock, Christoper dan Lauren Wright. 2002. *Principle of Service Marketing and Management (on-line)* [Http://www.google.com/](http://www.google.com/) Kualitas Pelayanan Pemasaran Jasa, diakses 2 Desember 2011
- Masrini, Rita. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kerja dan Loyalitas Anggota Serikat Pekerja Pada PT. Batamec
- McDaniel, JR. dan Roger Gates. 2001. *Riset Pemasaran Kontemporer*. Salemba Empat. Jakarta.

- Mowen, John.C dan Michael Minor. 2002. *Consumer Behaviour*. Diterjemahkan oleh Lina Salim, Edisi 5.Erlangga. Jakarta.
- Ndara, Taliziduhu, 1998, *Manajemen Perguruan Tinggi*, Bina Aksara, Jakarta
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi.Yogyakarta.
- Rangkuti, Fredy, 2002, *Create Effective Marketing Plan, Teknik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Nilai Konsumen dan Analisis Kasus*, P.T. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Bussinesss*. (on-line) [Http:www.wordpress.com/](http://www.wordpress.com/) Pengertian Riset Bisnis Pemasaran Jasa, diakses 5 Januari 2012
- Situmorang &dkk. 2009.*Analisis data Penelitian*.USU Press. Medan.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. PT. Buku Seru. Yogyakarta
- Sugiyono. 2008.*Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Wijaya, Toni. 2011. *Step By Step Cepat Menguasai SPSS 19: Untuk Olah & Interpretasi*. Cahaya Atma. Yogyakarta
- <http://www.geocities.com/guruvalah> (sugiyono ujikorelasi instrument)