
URGENSI KUALITAS DAN CITRA PERGURUAN TINGGI TERHADAP KEBERLANGSUNGANNYA

Tri Daryanto, SE. MM.¹

¹Program Studi Teknologi Pengecoran, Politeknik Manufaktur Ceper
email: tdaryanto@yahoo.com

Dr. Budhi Haryanto, MM²

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret
email: budhiharyanto@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of teaching quality and college image on positive attitudes toward college and the intention to choose the college. Samples were taken as many as 200 prospective students who intend to continue study in universities, by non-random selection. The Structural Equation Model is a statistical tool selected to elaborate on the hypothesized inter-variable relationships. The test results indicate that the new model developed in this study setting is an alternative model that can be used to explain the factors forming the intention to choose a college. In this case, the intention to choose lecture proven formed by variables teaching quality, college image with mediated by attitude. Besides, the attitude has become a fully mediating variable in the relationship between teaching quality, and college image, to intention to choose a college. The results of this study are expected to explain the process of the formation of the intention to choose collage and provide insight to marketers as input in designing a development marketing strategy. This study is also expected to be developed and tested in different contexts.

Keywords: teaching quality, college image, positive attitude, and intention of choosing a college

PENDAHULUAN

Pertumbuhan populasi siswa pada dunia pendidikan dapat menjadi komoditas yang *marketable* karena jumlah siswa yang selalu mengalami peningkatan setiap tahun. Peningkatan jumlah mahasiswa berpengaruh pada pertumbuhan institusi pendidikan tinggi yang baik di perguruan tinggi negeri maupun swasta. Shah dan Nair (2010) menyatakan meningkatnya biaya pendidikan perguruan tinggi dan pertumbuhan siswa telah meningkatkan tuntutan mahasiswa dalam kualitas, standar dan nilai pendidikan tinggi. Kegiatan merekrut mahasiswa merupakan kegiatan yang paling penting bagi kehidupan perguruan tinggi. Perkembangan perguruan tinggi yang cepat dan diiringi peningkatan

berbagai bidang kegiatan akan berdampak pada biaya penyelenggaraan pendidikan yang semakin besar (Kara dan DeShields, 2004). Kondisi ini akan memaksa perguruan tinggi untuk mempunyai sesuatu yang berbeda dengan perguruan tinggi lain sehingga mampu menarik minat calon mahasiswa demi kelangsungan kehidupan perguruan tinggi.

Proses pemilihan perguruan tinggi akan melalui tiga tahap proses pengambilan keputusan (Sidin *et. al*, 2003) yaitu tahap pertama - munculnya keinginan untuk kuliah, tahap kedua-pencarian informasi dan tahap ketiga - seleksi. Calon mahasiswa akan mencari berbagai informasi tentang perguruan tinggi dan mempertimbangkan berbagai hal yang akan mempengaruhi niat calon mahasiswa untuk memilih pendidikan tinggi. Studi ini memfokuskan pada proses pembentukan keputusan pemilihan kuliah di perguruan tinggi vokasi yaitu Politeknik. Politeknik merupakan perguruan tinggi vokasi yang mempunyai kekhususan yaitu jumlah kegiatan praktek yang lebih banyak dibandingkan perguruan tinggi lainnya. Politeknik banyak berkembang seiring kebijakan pemerintah untuk menyiapkan SDM yang lebih siap kerja. Variabel-variabel yang dipertimbangkan untuk pembentukan keputusan pemilihan kuliah ini diindikasikan terbentuk dari variabel persepsi kualitas pengajaran, variabel persepsi citra perguruan tinggi dan variabel sikap sebagai pemediasi. Berbagai penelitian terdahulu telah banyak mengungkapkan berbagai faktor yang mempengaruhi pemilihan perguruan tinggi diantaranya : Joseph dan Joseph (2000), Mazzarol dan Soutar (2002), Sidin *et.al* (2003), Cubillo *et al.*, (2006), Haryanto (2009), Shah dan Nair (2010); Zain, *et. al* (2013) dan Misran, *et. al*. (2012).

Pada studi ini berbeda dengan peneliti sebelumnya karena menginvestigasi variabel persepsi kualitas pengajaran, dan variabel citra perguruan tinggi terhadap niat pemilihan perguruan tinggi dengan variabel sikap sebagai pemediasi. Variabel-variabel independen ini merupakan variabel-variabel yang dapat dikontrol oleh perguruan tinggi. Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi bagian pemasaran pada proses rekrutmen mahasiswa baru di Politeknik sehingga dapat memenuhi jumlah daya tampung mahasiswa. Persepsi Kualitas pengajaran adalah kualitas proses kegiatan belajar mengajar yang

dilakukan oleh perguruan tinggi (Haryanto, 2009). Kualitas pengajaran menjadi tolak ukur keberhasilan kinerja akademik dalam melayani kegiatan belajar-mengajar.. Politeknik menerapkan sistem pendidikan metode porsi praktek lebih besar. Variabel persepsi citra perguruan tinggi berdasarkan penelitian Joseph dan Joseph (2000) dan Cubillo *et al.*, (2006) menyatakan reputasi program studi dan nilai akademik mempunyai pengaruh dalam pemilihan perguruan tinggi. Citra lembaga perguruan tinggi yang positif mempunyai efek yang positif pada keputusan pemilihan kuliah dapat memberikan gambaran citra dan reputasi politeknik pada masyarakat.

Variabel mediasi sikap mengacu pada penelitian Haryanto (2009) yang mendefinisikan sikap sebagai pengevaluasian subjektif mahasiswa terhadap proses pengajaran fakultas selama masa perkuliahan yang diikuti. Pengertian ini dapat dikonotasikan sebagai ketertarikan, kesukaan, dan cara pandang mahasiswa terhadap proses pengajaran yang didesain fakultas. Hal ini relevan dengan karakteristik mahasiswa yang digunakan sebagai objek studi.. Sikap positif akan meningkatkan niat beli sehingga akan mampu meningkatkan keinginan untuk memilih perkuliahan di Politeknik.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Hubungan Persepsi Kualitas Pengajaran dan Sikap Positif terhadap Perguruan Tinggi

Persepsi kualitas adalah persepsi pelanggan yang berkaitan dengan penilaian pribadi pelanggan terhadap keunggulan produk (Zeithaml, 1988; Aaker, 1991). Konsumen akan mempersepsi kualitas sebagai cara untuk memandang ekuitas merek suatu produk dan keseluruhan keunggulan merek atau produk tersebut dibandingkan dengan alternatif yang tersedia. Pengajaran mempunyai arti cara mengajar atau mengajarkan atau merupakan cara untuk transfer ilmu (Purwadinata, 1967). Pada proses pembelian dengan keterlibatan yang tinggi seperti pemilihan tempat perkuliahan, maka calon mahasiswa akan mempertimbangkan berbagai variabel. Salahsatu variabel yang dipertimbangan yaitu variabel kualitas pengajaran karena calon mahasiswa mempunyai keinginan untuk mendapatkan tempat perkuliahan yang mampu menghasilkan lulusan yang

berkualitas dan diterima di lingkungan kerja. Proses evaluasi calon mahasiswa akan membentuk sikap pada kualitas pengajaran. Peran sikap sebagai peng-evaluasian subjektif mahasiswa terhadap proses pengajaran dalam bentuk ketertarikan, kesukaan, dan cara pandang mahasiswa terhadap proses pengajaran yang didesain perguruan tinggi (Haryanto, 2009).

Haryanto (2009) pada penelitiannya menyatakan semakin tinggi persepsi kualitas pengajaran fakultas semakin tinggi sikap mahasiswa. Kualitas pengajaran yang akan dipersepsikan oleh calon mahasiswa berdasarkan pada informasi sistem pengajaran yang dilakukan di politeknik. Semakin tinggi persepsi kualitas pengajaran yang ditawarkan Politeknik diharapkan akan membentuk sikap yang semakin positif pada calon mahasiswa. Berdasarkan pedoman tersebut maka hipotesis yang dirumuskan dapat dinyatakan sebagai berikut:

H1: Semakin tinggi persepsi kualitas pengajaran, semakin tinggi sikap positif terhadap perguruan tinggi

2. Hubungan Persepsi Kualitas Pengajaran dan Niat kuliah di Perguruan Tinggi

Persepsi kualitas pengajaran yang ditawarkan oleh perguruan tinggi bisa diketahui dari akreditasi yang dihasilkan oleh perguruan tinggi tersebut. Nilai akreditasi yang baik akan memotivasi calon mahasiswa untuk mempertimbangkannya sebagai salah satu variabel dalam memunculkan keinginan atau niat untuk memilih perguruan tinggi yang berkualitas. Penelitian Shah dan Nair (2010) menemukan salah satu alasan yang mempengaruhi pemilihan perguruan tinggi adalah kualitas pengajar dan staff. Penilaian variabel kualitas pengajar dan staff terdiri dari pengajar dengan subjek pengetahuan yang menarik, pengajar dengan pengalaman industri, pengajar yang melibatkan mahasiswa dalam pembelajaran, pengajar mempunyai kemampuan komunikasi yang baik, responsif, berkomitmen dan mudah diakses.

Fenomena yang terjadi mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi kualitas pengajaran maka semakin memperkuat pengaruh hubungan yang membentuk niat calon mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi. Penelitian yang dilakukan Sidin *et.al* (2003) menemukan bahwa kualitas pengajaran

merupakan salah satu faktor yang dikonfirmasi sebagai salah satu penentu keputusan pemilihan perguruan tinggi. Berdasarkan deskripsi tersebut maka hipotesis yang dirumuskan dapat dinyatakan sebagai berikut:

H2: Semakin tinggi persepsi kualitas pengajaran, semakin tinggi niat kuliah di perguruan tinggi

3. Hubungan Persepsi Citra Perguruan Tinggi dan Sikap positif terhadap perguruan tinggi

Schiffman dan Kanuk (2004) mendefinisikan citra merek sebagai proses individu untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna. Persepsi mempunyai peran yang sangat penting dalam pemasaran. Citra yang ada di benak konsumen timbul karena proses persepsi, bagaimana konsumen menilai sebuah kualitas jasa juga sangat ditentukan oleh persepsinya, keberhasilan dalam memposisikan produk juga sangat tergantung pada persepsi yang ada di benak konsumen. Citra perguruan tinggi yang bagus akan mempunyai posisi yang bagus pada benak calon mahasiswa. Ketika calon mahasiswa mempunyai keinginan untuk melanjutkan perguruan tinggi maka yang dipertimbangkan hanya perguruan tinggi yang ada dalam benak calon mahasiswa tersebut.

Misran *et al.* (2012) menjelaskan bahwa analisis citra perguruan tinggi dan program studi berdasarkan persepsi mahasiswa tentang pengetahuan eksistensi universitas, tingkat prestisenya, dan status perguruan tinggi. Persepsi citra perguruan tinggi ini akan menjadi salah satu variabel yang dievaluasi oleh calon mahasiswa. Haryanto (2015) menyatakan posisi citra yang dipersepsikan baik oleh konsumen akan menimbulkan sikap yang positif suka atau tidak suka. Berdasarkan pernyataan tersebut maka hipotesis yang diuji adalah:

H3: Semakin tinggi persepsi citra perguruan tinggi, semakin tinggi sikap positif terhadap perguruan tinggi

4. Hubungan Persepsi Citra Perguruan Tinggi dan Niat kuliah di perguruan tinggi

Menurut Shah dan Nair (2010) menyatakan bahwa dengan adanya pengetahuan persepsi mahasiswa tentang citra perguruan tinggi dapat membantu lembaga untuk memahami siswa dan strategi yang dapat diimplementasikan. Joseph dan Joseph (2000) menjelaskan reputasi perguruan tinggi sebagai salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pemilihan perguruan tinggi. Pernyataan ini didukung Cubilo, et. al (2006) menyatakan citra institusi atau citra perguruan tinggi akan mempengaruhi niat calon mahasiswa. Citra perguruan tinggi terdiri dari citra kualitas pengajar, prestige, pengakuan secara internasional, komunikasi, dan fasilitas di kampus.

Pada penelitian ini dimensi yang diteliti merupakan fungsi dari citra perguruan tinggi yang dirasakan oleh calon mahasiswa. Persepsi citra perguruan tinggi yang semakin baik akan menghasilkan ketertarikan-ketertarikan dari calon mahasiswa untuk melanjutkan perkuliahan di perguruan tinggi tersebut. Semakin positif persepsi citra perguruan tinggi maka akan semakin tinggi keinginan calon mahasiswa untuk melanjutkan perkuliahan di politeknik. Berdasarkan pernyataan tersebut maka hipotesis yang diuji adalah:

H4: Semakin tinggi persepsi citra perguruan tinggi, semakin tinggi niat kuliah di perguruan tinggi

5. Hubungan Antara Sikap Positif terhadap Perguruan Tinggi dan Niat kuliah di Perguruan Tinggi

Sidin *et al.*, (2003) menyatakan proses pemilihan perguruan tinggi akan melalui tiga tahap proses pengambilan keputusan. Tahap pertama calon mahasiswa ditumbuhkan keinginan untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Tahap kedua calon mahasiswa mulai mencari dan memperoleh informasi mengenai atribut perguruan tinggi untuk dipertimbangkan dalam menentukan yang perguruan tinggi. Tahap ketiga calon mahasiswa membandingkan dan mengevaluasi berbagai alternatif dalam hal perguruan tinggi dan sifat paling penting bagi mereka sehingga muncul niat memilih perguruan tinggi.

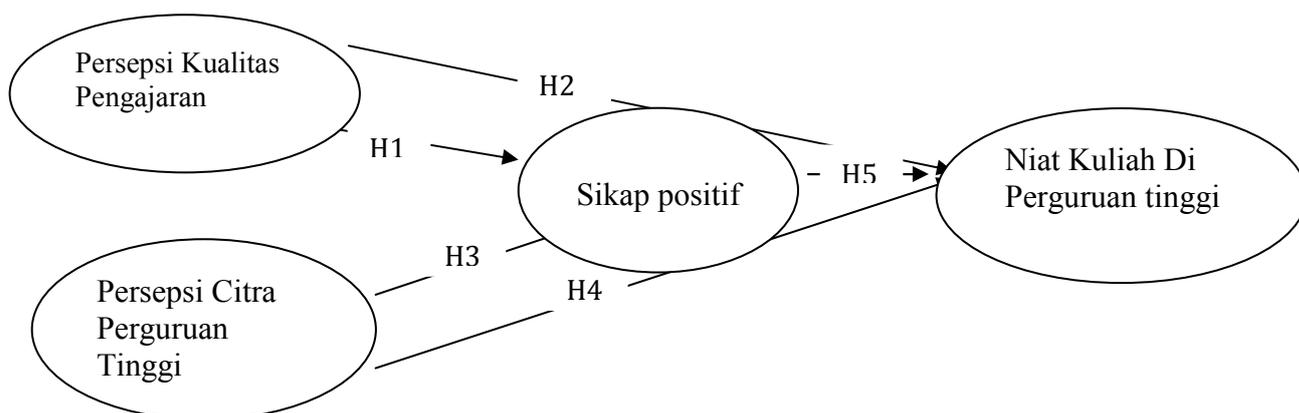
Setiawan dan Haryanto (2014) menyatakan sikap konsumen yang semakin positif akan meningkatkan niat calon konsumen untuk memilih produk. Sikap positif calon mahasiswa akan memunculkan ketertarikan pada perguruan tinggi. Sikap positif ini didorong oleh hasil evaluasi dari berbagai informasi tentang perguruan tinggi tersebut. Ketertarikan ini akan memunculkan minat untuk melanjutkan perkuliahan di politeknik. Berdasarkan pernyataan tersebut maka hipotesis yang diuji adalah:

H5: Semakin tinggi sikap positif terhadap perguruan tinggi, semakin tinggi niat kuliah di perguruan tinggi.

METODE PENELITIAN

Model

Gambar 1
Model Keperilakuan tentang Pemilihan Perguruan Tinggi



1. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah individu-individu yang tertarik untuk melanjutkan perkuliahan di perguruan tinggi di wilayah Klaten yang dipilih sebagai percontohan yaitu Politeknik. Pengambilan populasi di wilayah kabupaten Klaten ini karena lokasi diantara daerah strategis pusat pendidikan di Jogjakarta dan Surakarta. Di wilayah Klaten mengalami perkembangan jumlah sekolah tinggi yang mulai tumbuh sehingga perlu untuk disikapi. Sampel penelitian ini diambil sebanyak 200 responden dan telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan analisis statistik yang dipilih yaitu *Structural Equation Model* (SEM) (Hair *et al.*, 1998). Survey dilakukan dengan menemui responden secara langsung di SMA, SMK, dan di beberapa public area lainnya di Klaten. Responden yang masih SLTA dipilih dari SMA dan SMK di wilayah Kalten. Responden dari calon

mahasiswa yang telah lama lulus dipilih di Mall sebagai area public yang sering dikunjungi target populasi di Klaten, sebagai lokasi pengambilan sampel.

2. Definisi Operasional dan Pengukuran Instrumen Penelitian

Persepsi kualitas pengajaran merupakan bentuk persepsi calon mahasiswa terhadap proses kegiatan belajar mengajar yang dilakukan di Politeknik Manufaktur Ceper. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah : (1) Materi perkuliahan berkualitas, (2) Kelengkapan fasilitas, (3) Teknologi pengajaran, (4) Profesionalisme Pengajar, (5) Keahlian Pengajar, (6) Ketepatan Waktu Pengajaran, (7) Penataan administrasi pengajaran. Biaya pendidikan didefinisi sebagai persepsi individu terhadap besarnya pengeluaran untuk mengikuti perkuliahan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah (1) kewajaran, (2) keterjangkauan, (3) kerasionalan, (4) kemurahan. Citra perguruan tinggi adalah persepsi individu terhadap perguruan tinggi, yang diukur dengan beberapa indicator (1) Popularitas, (2) Keunikan, (3) Kebanggaan, (4) Keunggulan. Sikap didefinisikan sebagai kesukaan terhadap perguruan tinggi, yang diukur dengan (1) Senang, (2) Suka, (3) sikap positif, (4) gembira, (5) Bahagia. Niat adalah keinginan individu untuk kuliah di suatu perguruan tinggi, yang diukur dengan (1) keinginan, (2) kemungkinan, (3) kecenderungan, (4) akan, (5) komitmen. Semua indicator yang dikonsepsikan diukur dengan menggunakan skala Likert 5 poin yaitu poin 1: sangat tidak setuju hingga poin 5: sangat setuju.

3. Alat Statistik

Penelitian ini bertujuan menguji hubungan antara kualitas pengajaran, dan citra perguruan tinggi sebagai variabel independen terhadap niat melanjutkan perkuliahan sebagai variabel dependen, dengan sikap sebagai variabel mediasi, sehingga *Structural Equation Model* (SEM) adalah alat uji yang paling tepat untuk diterapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Responden

Pada Penelitian ini, kuisisioner yang dibagikan sebanyak 230 kuisisioner, yang kembali sebanyak 202 kuisisioner, dari jumlah ini, ada 9 kuisisioner yang tidak dapat dianalisis karena ada beberapa item pertanyaan yang tidak lengkap pengisiannya. Kuisisioner yang dapat diolah menjadi data penelitian sejumlah 193

kuisisioner. Tabel 1 menyajikan profil responden berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan orangtua.

Tabel 1
Distribusi Responden

	Sub Total	Persen
Jenis Kelamin		
Laki-laki	153	79.5%
Perempuan	40	20.5%
Jumlah	193	100%
Usia		
16 tahun	9	4.6%
17 tahun	130	67.4%
18 tahun	47	24.4%
19 tahun	6	3.1%
20 tahun	0	0
21 tahun	1	0.5%
Jumlah	193	100%
Pendidikan		
Masih SMA	38	19.7%
Masih SMK	130	67.4%
Tamat SMA	9	4.7%
Tamat SMK	16	8.3%
Jumlah	193	100%
Pendapatan orangtua		
<1juta Rupiah	124	64.2%
1juta – 3juta Rupiah	50	25.9%
3juta – 5juta Rupiah	15	7.8%
> 5 juta Rupiah	4	2.1%
Jumlah	193	100%

Berdasarkan jenis kelamin, hasil analisis mengindikasikan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki berjumlah 153 orang atau sebesar 79,3 persen. Sedangkan sisanya adalah perempuan berjumlah 40 orang atau sebesar 20,7 persen. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan peminat perkuliahan di Politeknik wilayah Klaten dalam penelitian ini adalah dominan terhadap laki-laki. Berdasarkan usia responden mayoritas usia responden adalah 17 tahun (mean 17,3). Usia terbanyak adalah 17 tahun sebanyak 130 responden dan usia paling muda adalah 16 tahun dan usia paling tua 21 tahun. Semua responden pada penelitian ini memiliki usia yang sesuai untuk memasuki dunia perkuliahan. Berdasarkan pendidikan, mayoritas responden adalah SMK sebanyak 130 responden atau sebanyak 67.4 persen dan SMA sebanyak 38 responden. Responden yang telah tamat SMA sebanyak 9 responden dan tamat SMK sebanyak 16 responden. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bahwa pasar terbanyak adalah dari SMK. Mayoritas pendapatan orangtua responden berkisar di bawah 1 juta sebanyak 124 responden. Kondisi ini

memberikan informasi kepada Politeknik untuk dapat menciptakan perkuliahan yang dapat dijangkau oleh masyarakat melalui berbagai program beasiswa dan kegiatan lain yang dapat memperingan biaya kuliah mahasiswa.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* di mana setiap item pertanyaan harus mempunyai *factor loading* > 0,4, selain itu reliabilitas diuji dengan menggunakan Cronbach'Alpha dengan nilai minimum .50. Asumsi ini harus dipenuhi, karena merupakan salah satu syarat untuk dapat menganalisis model dengan *Structural Equation Modeling* (SEM). Tabel 2 menunjukkan bahwa semua indicator adalah valid (Loading factor > .40) dan reliable (Cronbach'Alpha > .50).

Tabel 2
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Indicators	Loading Factor	Cronbach'Alpha
Quality1	.628	.787
Quality2	.581	
Quality3	.583	
Quality4	.663	
Quality5	.524	
Quality6	.737	
Quality7	.692	
Image1	.588	.756
Image2	.737	
Image3	.716	
Image4	.741	
Attitude1	.623	.860
Attitude2	.813	
Attitude3	.533	
Attitude4	.805	
Attitude5	.693	
Intention1	.510	.784
Intention2	.706	
Intention3	.824	
Intention4	.737	

3. Pengujian Hipotesis

Tabel 5
Hasil Pengujian Hipotesis

		Variable	Std. Estm	Est	S.E.	C.R.	P
Attitude	<---	Quality	.222	.274	.115	2.376	.018
Attitude	<---	Image	.307	.284	.086	3.286	.001
Intention	<---	Attitude	.531	.513	.137	3.744	***
Intention	<---	Quality	.011	.014	.117	.116	.908
Intention	<---	Image	.047	.042	.092	.457	.648

Indeks Model goodness of fit

<i>Chi Square</i>	127.734
<i>Probabilitas Chi Square (p)</i>	.5643
<i>CMIN/DF</i>	0,669
<i>goodness of fit index (GFI)</i>	0,946
<i>Adjusted goodness of fit index (AGFI)</i>	0,916
<i>Comparative fit index (CFI)</i>	1,000
<i>Tucker-Lewis Index (TLI)</i>	1,055
<i>Root mean square error approximation (RMSEA)</i>	0,000

Note: *** signifikan pada level 0,001

a. Hubungan antara persepsi kualitas pendidikan dan sikap

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pengajaran dan sikap. Nilai koefisien regresi sebesar 0,222 menunjukkan nilai pengaruh variabel persepsi kualitas pengajaran terhadap sikap. Nilai C.R kualitas pengajaran terhadap sikap sebesar $2,376 > 1,96$ dengan nilai p-value pada $0,018 < 0,05$ menunjukkan hubungan variabel kualitas pengajaran dan sikap adalah signifikan. Memperhatikan nilai regresi, nilai C.R, dan nilai p-value maka hasil uji menunjukkan bahwa kualitas pengajaran berpengaruh secara positif dan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap sikap. Berdasarkan dari hasil yang didapat tersebut maka H1 diterima.

Hasil temuan ini tidak mendukung hipotesis penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa semakin baik persepsi kualitas pengajaran semakin tinggi pula sikap positif calon mahasiswa. (lihat Haryanto, 2009). Hasil analisa diduga karena persepsi mengenai kualitas pengajaran merupakan variabel yang dianggap penting dan menarik oleh calon mahasiswa dalam mempengaruhi sikap positif terhadap Politeknik di wilayah Klaten. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hubungan antara persepsi kualitas pengajaran dan sikap cenderung mengarah pada fenomena hubungan positif dan konsisten, meskipun diuji dalam konteks yang

berbeda. Selanjutnya, temuan ini dapat digunakan sebagai acuan dalam merancang strategi pemasaran, terutama dengan hal pemasaran Politeknik. Strategi yang dimaksud adalah dengan bekerja sama dengan perguruan tinggi lain untuk meningkatkan kualitas pengajar. Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan calon mahasiswa terhadap kemampuan Politeknik dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar.

b. Hubungan antara persepsi kualitas pengajaran dan niat

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pengajaran dan niat. Nilai koefisien regresi sebesar 0,011 yang menunjukkan adanya pengaruh variabel kualitas pengajaran terhadap niat. Nilai C.R kualitas pengajaran terhadap niat sebesar $0,116 < 1,96$ dengan nilai p-value pada $0,908 > 0,05$ menunjukkan hubungan antar variabel tersebut tidak signifikan. Perhatikan nilai regresi, nilai C.R, dan p-value maka hasil uji menunjukkan bahwa kualitas pengajaran berpengaruh secara positif tetapi tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap niat. Berdasarkan dari hasil yang didapat tersebut maka H2 ditolak. Hasil temuan ini tidak mendukung hipotesis penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa persepsi kualitas pengajaran mempengaruhi niat calon mahasiswa untuk memilih perkuliahan (lihat Shah dan Nair, 2010; Zain et al. 2013). Hasil ini diduga persepsi kualitas pengajaran tidak dapat secara langsung mempengaruhi niat calon mahasiswa untuk memilih kuliah di Politeknik. Perilaku pemilihan perguruan tinggi merupakan perilaku yang memerlukan keterlibatan tinggi sehingga persepsi kualitas pengajaran akan menjadi bahan pertimbangan yang akan membentuk sikap untuk memunculkan niat kuliah di Politeknik. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hubungan antara persepsi kualitas pengajaran dan niat melanjutkan kuliah cenderung mengarah pada fenomena tidak ada hubungan.

Selanjutnya, temuan ini dapat digunakan sebagai acuan dalam merancang strategi pemasaran, Politeknik menggunakan variabel kualitas pengajaran dalam mempromosikan perkuliahannya untuk dikaji ulang karena tidak terdapat kecocokan antara kualitas pengajaran dan niat untuk melanjutkan kuliah di perguruan tinggi tersebut.

c. Hubungan antara persepsi citra perguruan tinggi dan sikap

Hipotesis kelima yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara citra perguruan tinggi dan sikap. Nilai koefisien regresi sebesar 0,307 yang menunjukkan adanya pengaruh persepsi citra perguruan tinggi terhadap sikap secara positif. Nilai C.R persepsi citra perguruan tinggi terhadap sikap sebesar $3,286 > 1,96$ dengan nilai p-value pada tingkat signifikan $0,001 < 0,05$ menunjukkan nilai hubungan antar variabel tersebut signifikan. Memperhatikan nilai regresi, nilai C.R dan nilai p-value maka hasil uji menunjukkan bahwa citra perguruan tinggi berpengaruh secara positif dan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap sikap. Berdasarkan dari hasil yang didapat tersebut maka H5 diterima. Hasil temuan ini mendukung hipotesis penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa semakin semakin tinggi persepsi citra merek, semakin tinggi pula sikap (lihat Setiawan dan Haryanto, 2014). Hal ini diduga terjadi karena sosialisasi yang dilakukan Politeknik dapat membentuk sikap positif dari calon mahasiswa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hubungan antara persepsi citra perguruan tinggi dan sikap terhadap Politeknik cenderung mengarah pada fenomena hubungan positif dan konsisten, meskipun diuji dalam konteks yang berbeda. Selanjutnya, temuan ini dapat digunakan sebagai acuan dalam merancang strategi pemasaran, terutama dengan hal pemasaran jasa pendidikan tinggi. Strategi yang dimaksud adalah dengan meningkatkan ketrampilan pemasar dalam menciptakan, menjaga, melindungi dan menaikkan citra merek. Perusahaan harus mengaudit kekuatan dan kelemahan merek secara berkala. Merek mungkin harus direposisi jika ada perubahan preferensi pelanggan atau adanya pesaing baru, hal ini bertujuan untuk membangun dan mengelola merek dengan efektif.

d. Hubungan antara persepsi citra perguruan tinggi dan niat

Hipotesis keenam yang menyatakan bahwa terdapat hubungan citra perguruan tinggi dan niat. Nilai koefisien regresi sebesar 0,047 menunjukkan adanya pengaruh variabel persepsi citra perguruan tinggi terhadap niat secara positif. Nilai C.R citra perguruan tinggi terhadap sikap sebesar $0,457 < 1,96$ dengan nilai p-value pada $0,112 > 0,05$ menunjukkan nilai hubungan antar variabel tersebut tidak signifikan. Memperhatikan nilai regresi, nilai C.R dan nilai p-value maka hasil uji menunjukkan bahwa citra perguruan tinggi berpengaruh secara positif

dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap niat. Berdasarkan dari hasil yang didapat tersebut maka H6 ditolak. Hasil temuan ini mendukung hipotesis penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa persepsi citra perguruan tinggi mempengaruhi secara positif niat memilih perguruan tinggi (lihat Cubillo et al., 2006). Hasil ini diduga persepsi citra perguruan tinggi tidak dapat secara langsung mempengaruhi niat calon mahasiswa untuk memilih kuliah di Politeknik. Perilaku pemilihan perguruan tinggi merupakan perilaku yang memerlukan keterlibatan tinggi sehingga persepsi citra perguruan tinggi akan menjadi bahan pertimbangan yang akan membentuk sikap untuk memunculkan niat kuliah di Politeknik. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hubungan antara persepsi citra perguruan tinggi dan niat beli cenderung mengarah pada fenomena tidak ada hubungan. Selanjutnya, temuan ini dapat digunakan sebagai acuan dalam merancang strategi pemasaran, terutama dengan hal pemasaran perguruan tinggi. Strategi yang dimaksud adalah tidak mempertimbangkan variabel citra perguruan tinggi untuk membangkitkan niat calon mahasiswa untuk memilih kuliah di Politeknik. Niat kuliah calon mahasiswa secara langsung tidak akan dipengaruhi oleh variabel persepsi citra perguruan tinggi.

e. Hubungan antara sikap terhadap niat kuliah

Hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara sikap dan niat. Nilai koefisien regresi sebesar 0,531 menunjukkan adanya pengaruh variabel sikap terhadap niat secara positif. Nilai C.R sikap terhadap niat sebesar 3,744 > 1,96 dengan nilai p-value pada *** (<0,05) menunjukkan nilai hubungan antar variabel tersebut signifikan. Memperhatikan nilai regresi, nilai C.R dan nilai p-value maka hasil uji menunjukkan bahwa sikap berpengaruh secara positif dan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap niat. Berdasarkan dari hasil yang didapat tersebut maka H7 diterima.

Hasil temuan ini mendukung hipotesis penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa sikap mempengaruhi secara positif terhadap niat beli (lihat Setiawan dan Haryanto, 2014; Haryanto *et al.*, 2019). Hal ini diduga terjadi karena Calon mahasiswa semakin menyukai Politeknik, maka semakin kuat niat konsumen untuk memilih kuliah di perguruan tinggi tersebut. Dengan demikian meskipun diuji dalam konteks yang berbeda, hubungan antara sikap dan niat beli

cenderung mengarah pada fenomena hubungan positif dan konsisten. Temuan ini dapat digunakan sebagai pedoman dalam menyusun strategi pemasaran, yaitu mengemas berbagai aspek sosialisasi perguruan tinggi dengan tujuan yang lebih jelas dan informasi yang lengkap sehingga akan mempengaruhi sikap konsumen untuk membangkitkan niat memilih kuliah di Politeknik.

f. Analisis Sikap sebagai Variabel Mediasi diantara variabel independen dan Niat Beli

Pengujian pengaruh tidak langsung atau *indirect effect* bertujuan untuk mendeteksi kedudukan variabel mediasi dalam suatu model. Analisa ini menunjukkan hubungan antara persepsi kualitas pengajaran, persepsi citra perguruan tinggi dan variabel niat untuk kuliah baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tabel 6
Pengaruh langsung, tidak langsung dan total

Keterangan	Variabel				
	Variabel	CP	KP	Sikap	Niat Kuliah
Total Effect	Sikap	.307	.222	.000	.000
	Niat	.210	.129	.531	.000
Direct Effects	Sikap	.307	.222	.000	.000
	Niat	.047	.011	.531	.000
Indirect Effects	Sikap	.000	.000	.000	.000
	Niat	.163	.118	.000	.000

Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel persepsi pengajaran, dan persepsi citra perguruan tinggi memiliki pengaruh langsung pada sikap dan niat. Masing-masing variabel mempengaruhi sikap dengan nilai sebagai berikut variabel persepsi pengajaran (0,222), dan persepsi citra perguruan (0,307). Masing-masing variabel juga mempengaruhi niat secara langsung dengan nilai persepsi pengajaran (0,011), persepsi harga pendidikan (0,192) dan persepsi citra perguruan (0,047). Pada pengaruh tidak langsung semua variabel independen hanya memiliki pengaruh langsung pada niat, sedangkan pada sikap tidak mempunyai pengaruh. Masing-masing variabel mempengaruhi sikap secara tidak langsung dengan nilai sebagai berikut variabel persepsi pengajaran (0,000), dan persepsi citra perguruan (0,000). Masing-masing variabel juga mempengaruhi niat secara tidak langsung dengan nilai persepsi pengajaran (0,118) dan persepsi citra perguruan (0,163). Dari kedua penjelasan tersebut dapat diungkapkan jika

variabel persepsi kualitas pengajaran dan variabel persepsi citra perguruan tinggi terhadap niat mempunyai nilai pengaruh secara tidak langsung lebih besar daripada pengaruh secara langsung. Hasil uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap sikap, tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat, dan variabel sikap mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat. Hal ini menunjukkan bahwa sikap memediasi hubungan antara variabel persepsi kualitas pengajaran, dan persepsi citra perguruan tinggi terhadap niat untuk kuliah di Politeknik. Mediasi yang dilakukan oleh variabel sikap merupakan mediasi penuh (*Fully Mediated*).

KESIMPULAN

Persepsi kualitas pengajaran, persepsi harga pendidikan, dan persepsi citra perguruan tinggi adalah variabel-variabel yang ditemukan berpengaruh secara signifikan dan positif pada sikap. Selanjutnya beberapa variabel yang ditemukan tidak signifikan pengaruhnya adalah persepsi kualitas pengajaran, dan persepsi citra perguruan tinggi. Sikap ditemukan secara signifikan dan positif pengaruhnya pada niat memilih kuliah di Politeknik. Selain itu juga dapat dijelaskan disini bahwa sikap berperan sebagai variabel pemediasi antara kualitas pengajaran, citra dan niat untuk kuliah. Dapat disimpulkan disini, oleh karena proses pemilihan perguruan tinggi harus melalui pembentukan sikap terlebih dahulu, maka model perilaku keputusan pemilihan perguruan tinggi yang dikonsepsikan termasuk dalam proses keterlibatan yang tinggi. Secara teoretis, temuan studi ini mendukung teori sebelumnya bahwa kualitas pengajaran, dan citra perguruan tinggi menjadi faktor yang penting dalam membentuk niat pembelian dengan sikap sebagai mediator. Temuan lain dari studi ini tidak mendukung teori sebelumnya karena kualitas pengajaran, dan citra perguruan tinggi tidak menjadi faktor yang secara langsung membentuk niat pembelian. Model yang dikembangkan ternyata dapat mengakomodasi temuan hubungan antar variabel ini. Model penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan generalisasi konsep yang dipelajari terkait dengan variabel yang berpengaruh pada niat konsumen dan hubungan kausalitas yang terbentuk. Bagi studi lanjutan dimungkinkan untuk melakukan penelitian untuk obyek dan setting yang

berbeda. Penelitian lanjutan dapat melakukan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain sehingga dapat memberikan wawasan baru dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.

Secara praktis, temuan dalam studi ini dapat dijadikan acuan bagi pemasar untuk menyusun strategi dalam rangka meningkatkan rekrutmen calon mahasiswa diantaranya sebagai berikut: Perguruan tinggi harus selalu meningkatkan kualitas kegiatan belajar mengajar (KBM) sehingga akan dapat meningkatkan kualitas hasil lulusannya. Perguruan tinggi juga harus dapat meningkatkan popularitasnya melalui prestasi yang didapatkan dari berbagai kegiatan pendidikan, pelatihan, dan berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan. Strategi Pemasaran yang dirancang dan dikembangkan harus mampu membangun sikap dari calon mahasiswa. Penelitian ini memiliki objek pengamatan yang berfokus pada Politeknik dan wilayah kabupaten Klaten, sehingga berdampak pada keterbatasan untuk menggeneralisasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York Free Press.

Craven dan Piercy (1998), *Strategics Marketing 9th Ed*, McGraw-Hill

Cubilo, Sanchez, dan Cervinho (2006), *International students' decision-making process, Emerald Insight, International Journal of Educational Management*, Vol. 20 Iss 2 pp. 101 – 115

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.I, and Black, W.C, (1998), *Multivariate Data Analysis, Englewood Cliffs, NJ; Prentice-Hall*.

Haryanto, Budhi (2009), Efikasi Diri, Kualitas Pengajaran, Sikap Positif, dan Kinerja Akademis Mahasiswa, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Jilid 16, Nomor 3, Oktober 2009, hlm. 152-161.

Haryanto, Budhi (2015), *The Role of Enviromental Knowlegde in Moderating The Consumer Behavioral Processes Toward The Green Product (Survey on The Green Porduct Mind in Indonesia)*, Lambert Academic Publishing, 2015.

Haryanto, B., Febrianto, A., & Cahyono, E. (2019). *Lifestyle and Consumer Preferences in Choosing Local or Foreign Brands: A Study of Consumer*

Behavior in Surakarta-Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 21, No 1, pp 75-89.

Joseph, M. dan Joseph, B. (2000), *Indonesian students' perceptions of choice criteria in the selection of a tertiary institution: strategic implications*”, *Emerald Insight, International Journal of Educational Management*, Vol. 14 Iss 1 pp. 40 - 44.

Kara, dan DeShields (2004), *Business Student Satisfaction, Intentions and Retention in Higher Education: An Empirical Investigation*, MEQ, Vol 3

Mazzarol dan Soutar (2002), *Pull and Push Factors Influencing International Student Destination Choice*, *Emerald Insight, International Journal of Educational Management*, Vol. 16 Iss 2 pp. 82 - 90.

Misran, et. al (2012), *Influencing Factors for Matriculation Students in Selecting University and Program of Study*, *3 Procedia - Social and Behavioral Sciences* Vol 60, pp 567 – 574

Purwadinata (1967), *Psiologi Pendidikan dengan Pendidikan Baru*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

Setiawan dan Haryanto (2014) *The Antecedent Variables of Attitude in Forming Intention to Switching Smartphone (The Survey Study : Samsung Brand in Surakarta)*, *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 3, No. 6 , pp 126-135.

Shah dan Nair (2010) *Enrolling in Higher Education: The Perceptions of Stakeholders*, *Journal of Institutional Research* Vol 1, pp 9–15.

Shiffman, Leon G and Kanuk, Leslie, Laser, (2007), *Consumer Behaviour*, *Prentice Hall International Inc*.

Sidin, hussin dan Soon (2003) *An Exploratory Study of Factors Influencing the College Choice Decision of Undergraduate Students in Malaysia*, *Asia Pacific Management Review* Vol 8, pp 259-280

Xia, L., Monroe, K. B., & Cox, J. L. (2004). *The Price Is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness Perceptions*. *Journal of Marketing*, 68 (October):1-15.

Zain, et. al (2013), *Factors Influencing Students Decisions in Choosing Private Institutions of Higher Education In Malaysia: A Structural Equation Modelling Approach*, *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 18, pp 75–90.

Zeithamal, Valarie (1988) *Consumer perception of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*, *Journal of Marketing*, Vol 52, pp 02 - 22.