

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep – Konsep Dasar

2.1.1 Keputusan Pemilihan Universitas

Keputusan Pemilihan Universitas dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk dari perilaku konsumen (Chen & Zimitat, 2006). Mahasiswa dapat dikatakan sebagai konsumen dari sebuah Universitas yang memiliki kebutuhan untuk mendapatkan ilmu dan juga gelar dari sebuah jurusan yang diambilnya. Seorang konsumen membutuhkan berbagai macam informasi sehingga didapatkan alternatif terbaik untuk memenuhi kebutuhannya (Fakhri, Gilang, & Ratnayu, 2017). Oleh karena itu, dibutuhkan informasi tentang perguruan tinggi terkait sebelum calon mahasiswa memutuskan tempat untuk berkuliah.

Proses pengambilan keputusan pemilihan universitas akan melalui tiga tahapan utama (Sidin, Hussin, & Soon, 2003). Pertama, seorang calon mahasiswa menyadari bahwa memiliki minat untuk melanjutkan menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi. Kedua, calon mahasiswa mencari informasi penting mengenai perguruan tinggi yang ingin mereka tuju. Ketiga, seorang calon mahasiswa memutuskan untuk mendaftar di perguruan tinggi tertentu. Dalam proses pengambilan keputusan tersebut, akan dipengaruhi oleh banyak faktor. Ambarwati, Sunarti, & Mawardi (2015) menyatakan terdapat stimuli eksternal berupa rangsangan pemasaran dan lingkungan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan.

2.1.2 Faktor Pemilihan Program Studi

Beberapa penelitian terdahulu telah berusaha untuk menemukan faktor – faktor yang digunakan dalam pemilihan program studi. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah :

Karakteristik Universitas

Faktor ini memberikan gambaran umum mengenai kondisi umum yang melekat pada kampus (Fakhri, Gilang, & Ratnayu, 2017). Penelitian Ruslan, Arifin, Islam, & Zaidi (2014) berusaha untuk mengetahui determinan pilihan siswa di Malaysia untuk menempuh pendidikan yang lebih tinggi. Dalam penelitian tersebut yang termasuk dalam karakteristik lingkungan adalah lokasi dan reputasi institusi sebagai indikator dalam karakteristik Universitas. Sedangkan Ming (2010) memasukkan lokasi, program

akademik, reputasi kampus, fasilitas pendidikan, biaya, ketersediaan bantuan keuangan, peluang kerja dalam hal faktor karakteristik Universitas.

Kualitas & Fasilitas Kampus

Dalam menentukan pilihan universitas mahasiswa juga memperhatikan faktor kualitas dan fasilitas kampus. Yang termasuk dalam faktor tersebut adalah program akademik dan kesempatan untuk bekerja (Ruslan, Arifin, Islam, & Zaidi, 2014). Selain itu kualitas mengajar, koleksi perpustakaan, reputasi universitas, dan struktur program juga masuk dalam faktor kualitas dan fasilitas kampus (Ming, 2010).

Faktor Eksternal

Orang – orang di sekitar mahasiswa juga memiliki pengaruh ketika mahasiswa membuat keputusan pilihan Universitas. Orang-orang tersebut biasa disebut kelompok referensi termasuk di dalamnya adalah orang tua dan teman (Aydin, 2015; Ruslan, Arifin, Islam, & Zaidi, 2014). Dalam studinya di Thailand Pimpa & Suwannapirom (2008) juga menambahkan guru sekolah menengah atas sebagai seseorang yang dapat memberi pertimbangan pada mahasiswa dalam penentuan Universitas.

Faktor Pemasaran / Komunikasi

Agar lebih dikenal oleh masyarakat universitas biasanya melakukan berbagai macam usaha pemasaran dan komunikasi. Aydin (2015) mengemukakan bahwa internet dan website, publikasi, dan media (TV, koran, dan majalah) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap proses pemilihan universitas. Sedangkan Ming (2010) membagi usaha komunikasi terhadap mahasiswa kedalam tiga hal yaitu iklan, admisi perwakilan kampus, dan kunjungan ke kampus.

2.2 Penelitian Relevan

Dalam penelitian yang berjudul “Analisis faktor yang menentukan mahasiswa dalam memilih Universitas (Studi Kasus pada Universitas Muria Kudus)”, peneliti mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian dari Fahriansyah (2013) yang berjudul “Analisis Pengaruh Biaya dan Lokasi terhadap Keputusan Mahasiswa memilih Universitas Terbuka (Studi pada Mahasiswa UPBJJ – UT Pontianak)”, menyimpulkan bahwa dapat disimpulkan bahwa variabel biaya berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih UT-UPBJJ Pontianak secara signifikan.

Variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih UT-UPBJJ Pontianak secara tidak signifikan. Dan variabel biaya dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih UT-UPBJJ Pontianak secara signifikan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mulyatini, Suharyati, dan Handayani (2012), dengan judul “Faktor – Faktor yang berpengaruh terhadap Keputusan memilih Program Studi”, menunjukkan bahwa dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor – faktor yang berpengaruh terhadap keputusan memilih program studi terdiri dari 18 variabel yang terbentuk menjadi 5 faktor yang berbeda. Kelima faktor tersebut adalah : Faktor kesatu terdiri dari variabel fasilitas program studi, lingkungan program studi, gedung dan perpustakaan. Kemudian faktor satu ini dinamakan faktor fisik. Faktor kedua terdiri dari variabel ketersediaan bea siswa, dosen , teman, keberhasilan alumni, memperoleh pekerjaan dan issue positif. Kemudian faktor dua ini diberi nama faktor jaminan kerja. Faktor ketiga terdiri dari variabel biaya pendidikan, persyaratan pembayaran, keluarga dan penghasilan orang tua. Kemudian faktor tiga ini dinamakan faktor biaya kuliah. Faktor keempat terdiri dari variabel kurikulum dan silabus, serta citra. Kemudian faktor empat ini dinamakan faktor persepsi. Faktor kelima terdiri dari variabel status akreditasi dan potongan biaya pendidikan. Faktor kelima ini dinamakan faktor promosi.

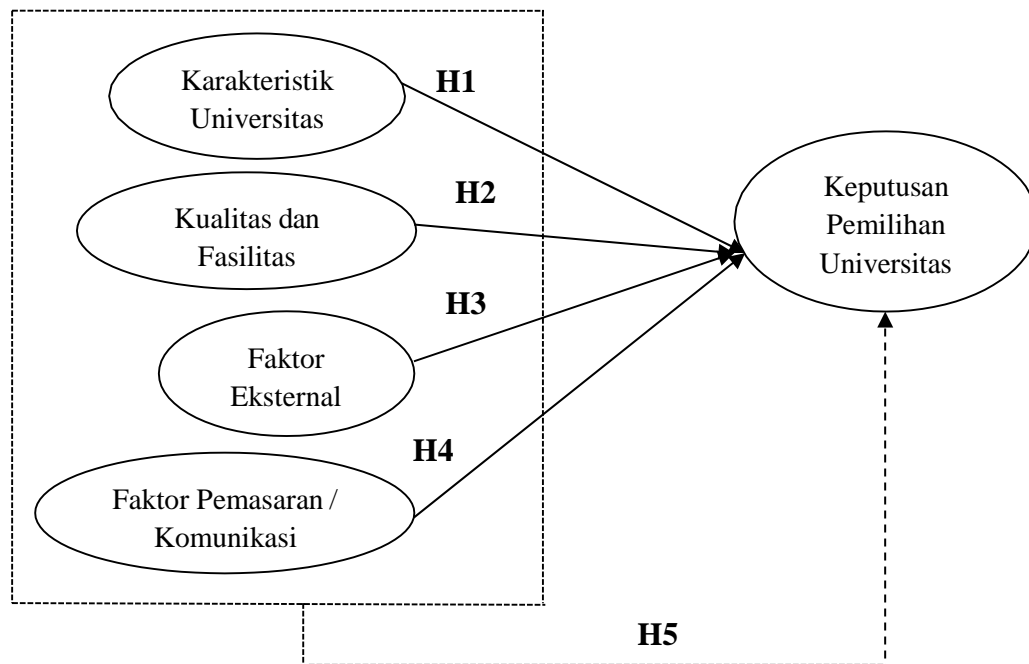
Langgeng Murdopo (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Preferensi Siswa dalam memilih Madrasah Aliyah di Pulang Pisau” menunjukkan bahwa dari hasil analisis statistik *chi-square* dan analisis tabulasi silang terdapat hubungan positif antara *preferensi* siswa dalam menentukan pilihan sekolah di MAN Pulang Pisau berturut-turut mulai dari faktor lokasi, pendapat orangtua, biaya sekolah, serta fasilitas yang ada dan sesuai keperluan. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh hubungan yang positif antara *preferensi* siswa dalam memilih sekolah dengan jurusan yang berkualitas, pelayanan, reputasi sekolah, dan pengaruh orang lain.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan telaah pustaka di atas, maka dapat dibuat sebuah model penelitian empirik yang menjelaskan tentang faktor – faktor yang menentukan calon mahasiswa dalam menempuh pendidikan tinggi (Studi Kasus pada Universitas Muria Kudus). Model tersebut dapat disajikan dalam gambar dibawah ini :

Gambar 1

Analisis Faktor yang menentukan Mahasiswa dalam Memilih Universitas (Studi Kasus pada Universitas Muria Kudus)



Sumber : Hasil review yang dikembangkan untuk Penelitian

2.4 Hipotesis

Menurut Arikunto (2006 : 71), hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Dalam penelitian ini diperoleh hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Semakin tinggi pengaruh faktor karakteristik Universitas (X₁) maka semakin tinggi keputusan pemilihan Universitas (Y).

H₂ : Semakin tinggi pengaruh faktor kualitas & fasilitas kampus (X₂) maka semakin tinggi keputusan pemilihan Universitas (Y).

H₃ : Semakin tinggi pengaruh faktor eksternal (X₃) maka semakin tinggi keputusan pemilihan Universitas (Y).

H₄ : Semakin tinggi pengaruh faktor pemasaran / komunikasi (X₄) maka semakin tinggi keputusan pemilihan Universitas (Y).

H₅ : Semakin tinggi pengaruh faktor karakteristik Universitas, faktor kualitas & fasilitas kampus, faktor eksternal, serta faktor pemasaran / komunikasi, maka semakin tinggi keputusan pemilihan Universitas.

2.5 Dimensionalisasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel Karakteristik Universitas, Kualitas dan Fasilitas Kampus, Faktor Eksternal, Faktor Pemasaran / Komunikasi, dan Variabel Keputusan Pemilihan Universitas. Adapun dimensionalisasi variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Karakteristik Universitas (X₁)	Lokasi	Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi (2014)
	Biaya	
Kualitas & Fasilitas Kampus (X₂)	Program Studi	Ming (2010)
	Fasilitas	
	Prospek pekerjaan	
Faktor Eksternal (X₃)	Orang Tua	Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi, (2014)
	Teman	
Faktor Pemasaran / Komunikasi (X₄)	Iklan	Ming (2010)
	Admisi perwakilan kampus	
Keputusan Pemilihan Universitas (Y)	Mencari informasi	Schiffman & Kanuk (2000) dalam Hermawan (2017)
	Mempertimbangkan merek	
	Tertarik mencoba	
	Ingin mengetahui produk	
	Ingin memiliki produk	

2.5.1 Variabel Karakteristik Universitas (X₁)

Lokasi dan biaya sebagai digunakan dalam dimensionalisasi variabel karakteristik universitas. Lokasi berhubungan dengan seberapa jauh letak perguruan tinggi dari rumah mahasiswa. Sedangkan yang dimaksud biaya adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk menempuh pendidikan tinggi, termasuk di dalamnya adalah biaya akomodasi dan transportasi (Aydin, 2015).

2.5.2 Variabel Kualitas & Fasilitas Kampus (X₂)

Ketersediaan program studi, fasilitas, dan prospek pekerjaan menjadi dimensionalisasi dari faktor kualitas dan fasilitas kampus. Berbeda dengan pendidikan menengah dan atas, pendidikan tinggi memberikan kebebasan seseorang untuk memilih jurusan sesuai keinginannya. Oleh karena itu ketersediaan program studi yang sesuai dengan minat dan ketertarikan seseorang dipandang

sangat penting (Ming, 2010). Dari segi fasilitas yang dianggap penting oleh mahasiswa misalnya saja perpustakaan, gedung, dan ruang kelas (Ming, 2010). Sedangkan dalam hal prospek pekerjaan, mahasiswa memandang hal tersebut sebagai hal yang penting dalam pemilihan universitas karena mereka mengharapkan untuk segera mendapatkan pekerjaan setelah lulus (Aydin, 2015).

2.5.3 Variabel Faktor Eksternal (X₃)

Orang tua dan teman menjadi salah satu sumber referensi utama bagi seseorang untuk menentukan universitas. Saran dari orang tua memiliki pengaruh yang lebih besar bagi penentuan universitas mahasiswa-mahasiswa Asia (Zain, Jan, dan Ibrahim, 2013). Selain itu, seseorang akan lebih tertarik untuk mendaftar suatu perguruan tinggi apabila dia memiliki teman di tempat tersebut (Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi, 2014).

2.5.4 Variabel Faktor Pemasaran / Komunikasi (X₄)

Dalam faktor pemasaran dan komunikasi iklan dan admisi perwakilan kampus menjadi hal yang penting. Penelitian oleh Sidin, Hussin, & Soon, (2003) menemukan bahwa dibandingkan dengan pameran pendidikan, brosur universitas, dan majalah, iklan di koran memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap keputusan pemilihan universitas. Selain itu kunjungan perwakilan kampus ke sekolah menengah juga dapat dijadikan sarana oleh perguruan tinggi untuk melakukan komunikasi langsung terhadap para calon mahasiswa baru.

2.5.5 Variabel Keputusan Pemilihan Universitas (Y)

Variabel keputusan pemilihan universitas digambarkan dalam bentuk minat beli. Schiffman dan Kanuk (2001) dalam Hermawan (2017) terdapat lima indikator yang dapat digunakan dalam minat beli yaitu : (1) mencari informasi produk; (2) mempertimbangkan produk; (3) tertarik mencoba; (4) mempertimbangkan pembelian; dan (5) ingin memiliki produk.

2.6 Hubungan antar Variabel

2.6.1 Hubungan Variabel Karakteristik Universitas terhadap Keputusan Pemilihan Universitas

Karakteristik Universitas dalam hal lokasi memiliki hubungan yang cukup kuat dalam keputusan pemilihan Universitas. Lokasi yang semakin dekat akan berdampak positif terhadap keputusan pemilihan Universitas (Ming, 2010). Apabila Perguruan Tinggi terletak di lokasi yang tidak jauh dari keluarga, maka mahasiswa memiliki kemungkinan untuk tinggal dengan keluarga. Faktor lokasi akan lebih menjadi perhatian bagi mahasiswa dari kalangan keluarga berpenghasilan rendah (Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi, 2014).

Pertimbangan dari sisi biaya menjadi isu yang semakin penting dalam pemilihan Universitas (Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi, 2014). Berdasarkan *review* yang dilakukan oleh Ming (2010) ditemukan bahwa biaya kuliah memiliki hubungan yang negatif terhadap keputusan memilih Universitas. Sedangkan bantuan biaya kuliah memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan memilih Universitas.

2.6.2 Hubungan Variabel Kualitas dan Fasilitas Kampus terhadap Keputusan Pemilihan Universitas

Berdasarkan *review* yang dilakukan oleh Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi (2014) ditemukan bahwa ketersediaan program studi selalu menjadi salah satu hal yang menjadi pertimbangan utama dalam proses pemilihan Universitas. Apabila sebuah Universitas menyediakan program sesuai yang menjadi minat calon mahasiswa baru, maka Universitas tersebut akan mendapat pertimbangan yang lebih. Dengan demikian, ketersediaan Program Studi memiliki hubungan positif terhadap pemilihan Universitas.

Fasilitas dan prospek pekerjaan juga memiliki hubungan positif dengan keputusan pemilihan Universitas. Penelitian (Khairani & Razak, 2013) menemukan bahwa fasilitas menjadi hal yang dipertimbangkan nomor dua setelah lingkungan Perguruan Tinggi. *Review* dari Ming (2010) menemukan bahwa fasilitas (kelas, laboratorium, perpustakaan) yang baik akan membuat sebuah Universitas semakin diminati. Seseorang akan lebih tertarik untuk berkuliah di Perguruan Tinggi dimana mereka akan menerima memungkinkan untuk mendapatkan manfaat ekonomi yang besar setelah lulus (Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi, 2014).

2.6.3 Hubungan Variabel Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pemilihan Universitas

Beberapa studi menunjukkan bahwa orang tua dan teman memiliki pengaruh yang positif dalam menentukan keputusan pemilihan Universitas (Sidin, Hussin, & Soon, 2003). Seorang anak akan lebih mungkin untuk melanjutkan ke perguruan tinggi apabila orangtuanya sering mendiskusikan masalah Pendidikan. Selain itu, teman merupakan salah satu rujukan pertama bagi para siswa dalam proses pencarian dan memilih perguruan tinggi (Ruslan, Ariffin, Islam, & Zaidi, 2014). Apabila terdapat review yang positif dan teman yang menempuh pendidikan di tempat tersebut, calon mahasiswa baru akan lebih mempertimbangkan Universitas untuk dimasuki.

2.6.4 Hubungan Variabel Faktor Pemasaran/Komunikasi terhadap Keputusan Pemilihan Universitas

Berdasarkan *review* yang dilakukan oleh Ming (2010) iklan dan perwakilan admisi kampus memiliki hubungan positif terhadap keputusan pemilihan Universitas. Melalui iklan (Aydin, 2015) dan perwakilan admisi kampus, calon mahasiswa baru dapat mengenal lebih universitas. Apabila didapatkan informasi tersebut sesuai dengan yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa, diharapkan akan muncul ketertarikan untuk memilih Universitas tersebut sebagai tempat untuk menempuh pendidikan tinggi.

