

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Universitas Muria Kudus adalah salah satu Universitas Swasta mempunyai alamat di Jln Kampus UMK Gondangmanis, Bae, PO BOX 53 Kudus dan berdiri pada tahun 1980 dengan tujuan untuk memberi kesempatan kepada siswa siswi lulusan sekolah menengah negeri / swasta untuk dapat melanjutkan studinya. Saat ini Universitas Muria Kudus memiliki dosen pengampu profesional di bidangnya, dan beberapa di antaranya adalah Dosen berstatus PNS. Universitas Muria Kudus mempunyai 6 (enam) fakultas sebagai berikut :

1. Fakultas Ekonomi
2. Fakultas Hukum
3. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
4. Fakultas Pertanian
5. Fakultas Teknik
6. Fakultas Psikologi

Prestasi akademik maupun prestasi non akademik yang dihasilkan mahasiswa mahasiswi Universitas Muria Kudus juga terbilang cukup baik, baik di kancah nasional maupun regional. Lulusan Universitas Muria Kudus juga banyak terserap di beberapa pekerjaan, seperti pada Pemda, Bank, Wirausaha, dll.

4.2 Karakteristik Responden

Berdasar dari hasil penelitian dari 344 responden, dapat diketahui bahwa mayoritas responden didominasi oleh siswa berjenis kelamin perempuan sebesar 225 responden atau 65,4 persen. Sisanya terdiri dari 119 responden berjenis kelamin laki-laki atau sebesar 34,6 persen dapat dilihat pada tabel 10.

jenis_kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	119	34.6	34.6	34.6
	P	225	65.4	65.4	100.0
	Total	344	100.0	100.0	

Tabel 10
Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun rentang usia responden berkisar antara 17 tahun sampai dengan 20 tahun dengan distribusi frekuensi sebagaimana terlihat pada tabel 11.

usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	3	.9	.9	.9
	18	105	30.5	30.5	31.4
	19	183	53.2	53.2	84.6
	20	53	15.4	15.4	100.0
	Total	344	100.0	100.0	

Tabel 11
Distribusi Responden berdasarkan Rentang Usia

4.3 Uji Ketepatan Model

a. Uji T

Sebagaimana yang telah ditampilkan pada tabel 12, diketahui bahwa variabel karakteristik universitas (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 1,715 lebih besar dari t tabel sebesar 1,967 dengan nilai signifikansi sebesar 0,087. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel karakteristik universitas memiliki pengaruh terhadap keputusan pemilihan universitas tetapi tidak signifikan.

Pada faktor kualitas dan fasilitas kampus memiliki nilai t hitung sebesar 4,126 lebih besar dari t tabel sebesar 1,967 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kualitas dan fasilitas kampus memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas.

Pada faktor eksternal didapatkan nilai t hitung sebesar 1,516 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,967 dan nilai signifikansi sebesar 1,130. Kondisi ini mencerminkan bahwa faktor eksternal memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas.

Selanjutnya pada faktor pemasaran / komunikasi, didapatkan nilai t hitung sebesar 5,588 lebih besar dari t tabel sebesar 1,65 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian faktor pemasaran / komunikasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan Universitas.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.748	1.882		3.586	.000
X1	.124	.072	.091	1.715	.087
X2	.299	.072	.225	4.126	.000
X3	.099	.065	.076	1.516	.130
X4	.366	.065	.290	5.588	.000

a. Dependent Variable: Y

Tabel 12
Uji Hipotesis t

Berdasarkan tabel 12 didapatkan hasil regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,091X_1 + 0,225X_2 + 0,076X_3 + 0,290X_4$$

Hal ini berarti bahwa:

- 1) Karakteristik universitas berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas berpengaruh sebesar 0,091.
- 2) Variabel kualitas dan fasilitas kampus berpengaruh terhadap keputusan pemilihan Universitas sebesar 0,225. Angka ini berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas dan fasilitas kampus akan menyebabkan kenaikan keputusan pemilihan universitas sebesar 0,225 satuan.
- 3) Variabel faktor eksternal berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas sebesar 0,076.
- 4) Variabel faktor pemasaran / komunikasi akan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan Universitas sebesar 0,290 satuan. Angka ini berarti setiap kenaikan 1 satuan

variabel pemasaran / komunikasi akan menyebabkan kenaikan keputusan pemilihan Universitas sebesar 0,290 satuan. Variabel faktor pemasaran / komunikasi merupakan variabel yang paling dominan diantara variabel yang lain, yaitu sebesar 0,290 satuan.

b. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dari output pada tabel 13, diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 24,663 lebih besar dari F tabel sebesar 2,40 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menginterpretasikan bahwa seluruh variabel, yaitu variabel karakteristik universitas, kualitas dan fasilitas kampus, faktor eksternal, dan faktor pemasaran / komunikasi secara bersama – sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan Universitas (Studi Kasus pada Universitas Muria Kudus).

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1090.974	4	272.744	24.663	.000 ^b
	Residual	3748.979	339	11.059		
	Total	4839.953	343			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Tabel 13
Uji F

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Pada penelitian ini, dilihat dari tabel 14 diperoleh nilai R² sebesar 0,225 atau 22,5 %. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel independen di dalam model penelitian ini hanya dapat menjelaskan sebesar 22,5 % dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan Universitas (Studi Kasus di Universitas Muria Kudus). Sedangkan sisanya sebesar 77,5 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.475 ^a	.225	.216	3.325	.225	24.663	4	339	.000

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Tabel 14
Koefisien Determinasi

4.4 Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Untuk menguji hipotesis H_1 , H_2 , H_3 , dan H_4 , dilakukan melalui uji t yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 12. Sedangkan H_5 diuji menggunakan uji F yang hasilnya dapat dilihat dalam tabel 13. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Adapun variabel independen dalam penelitian ini meliputi variabel karakteristik universitas (X_1), kualitas dan fasilitas kampus (X_2), faktor eksternal (X_3), dan faktor pemasaran / komunikasi (X_4) terhadap keputusan pemilihan universitas sebagai variabel dependen (Y).

Hipotesis	Hasil
H_1 : Faktor karakteristik universitas (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas (Y).	Ditolak
H_2 : Faktor kualitas dan fasilitas kampus (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas (Y).	Diterima
H_3 : Faktor eksternal (X_3) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas (Y).	Ditolak
H_4 : Faktor pemasaran/komunikasi (X_4) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas (Y).	Diterima
H_5 : Faktor karakteristik universitas, faktor kualitas dan fasilitas kampus, faktor eksternal, serta faktor pemasaran/komunikasi, memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan universitas.	Diterima

Tabel 15

Ringkasan Hasil Hipotesis

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4 diketahui bahwa variabel kualitas dan fasilitas kampus (X_2) dan faktor pemasaran/komunikasi (X_4), memiliki koefisien positif dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 dan t hitung > t tabel 1,967. Sedangkan variabel

karakteristik universitas (X_1) dan faktor eksternal (X_2), memiliki koefisien bernilai positif dengan tingkat signifikansi di atas 0,05 dan t hitung $>$ t tabel 1,967. Berdasarkan uji F ditemukan bahwa nilai F hitung $>$ tabel (2,4) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini terdapat tiga hipotesis yang diterima (H_2 , H_4 dan H_5) dan dua hipotesis yang ditolak (H_1 dan H_3). Hal ini diringkas dalam tabel 15.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_1 dalam penelitian ini ditolak. Hal ini berarti bahwa faktor karakteristik universitas memiliki hubungan yang positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Indikator karakteristik universitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah jarak dan juga biaya. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak mempertimbangkan faktor jarak dan biaya dalam membuat keputusan pemilihan universitas. Hasil penelitian ini mendukung sebagian hasil penelitian yang dilakukan oleh Fahriansyah dan Zubir (2015). Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa lokasi berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih UT-UPBJJ Pontianak. Akan tetapi, biaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih UT-UPBJJ Pontianak.

Selama ini, banyak mahasiswa Universitas Muria Kudus berasal dari daerah Kudus dan kota-kota sekitarnya. Namun, melihat hasil penelitian ini maka kedepannya Universitas Muria Kudus dapat memperluas promosi ke daerah lain yang lebih jauh. Hal ini dikarenakan jarak antara rumah dan universitas bukan merupakan faktor yang secara signifikan dipertimbangkan ketika membuat keputusan pemilihan universitas. Selain itu, faktor biaya kuliah juga bukan merupakan faktor yang signifikan dalam pembuatan keputusan pemilihan universitas. Oleh karena itu, daripada berfokus pada menyediakan biaya kuliah yang murah, universitas dapat berfokus pada hal lain misalnya saja perbaikan fasilitas dan kualitas kampus. Hasil selanjutnya ditemukan bahwa H_2 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas dan fasilitas kampus memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Dengan demikian, maka indikator kualitas dan fasilitas kampus yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam hal yang dapat membuat seseorang memutuskan untuk berkuliah di Universitas Muria Kudus. Adapun indikator-indikator tersebut adalah ketersediaan program studi, fasilitas kampus, dan prospek pekerjaan.

Berdasarkan hasil tersebut, universitas diharapkan untuk dapat meningkatkan kualitas dari program studi yang telah tersedia serta menyediakan pula program studi baru yang sedang diminati oleh calon mahasiswa. Selain itu, kualitas gedung perpustakaan dan jumlah buku – buku yang digunakan sebagai bahan referensi juga perlu ditingkatkan baik dari segi mutu

maupun jumlahnya. Disamping itu, universitas dapat melakukan MOU program magang dengan beberapa instansi perkantoran untuk meningkatkan prospek pekerjaan dari para mahasiswa. Program magang diharapkan dapat membekali mahasiswa dengan pengetahuan dunia kerja sebelum mereka lulus. Dengan demikian diharapkan mereka akan lebih siap dalam menghadapi persaingan pasar tenaga kerja ketika lulus.

Penelitian ini juga menemukan bahwa H_3 ditolak. Hal ini berarti faktor eksternal berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pemilihan universitas. Indikator faktor eksternal yang digunakan adalah orang tua dan teman. Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa orang tua dan teman tidak sepenuhnya menjadi penentu mahasiswa dalam memutuskan memilih universitas. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui figur penting yang mempengaruhi mahasiswa dalam pemilihan universitas. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Ruslan et al. (2014) dan Zain et al. (2013) menyatakan bahwa orang tua dan teman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pemilihan universitas. Hasil lain dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa selain faktor kualitas dan fasilitas kampus, faktor pemasaran/komunikasi juga berpengaruh terhadap keputusan pemilihan universitas. Hal ini ditunjukkan dengan diterimanya H_4 . Hasil penelitian ini mendukung penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh Ming (2010) dan Aydin (2015). Faktor pemasaran/komunikasi memiliki peranan yang lebih kuat dibandingkan dengan faktor kualitas dan fasilitas kampus. Oleh karena itu, universitas harus menambah alokasi sumber daya yang digunakan untuk melakukan promosi terhadap para calon mahasiswa. Selain itu, universitas juga dapat lebih sering melakukan komunikasi secara langsung kepada masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengikuti pameran perguruan tinggi, mengirim dosen untuk memberikan seminar-seminar di SMA, dan mengirim admisi perwakilan kampus ke SMA untuk memperkenalkan universitas.

