

Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal Terhadap Keputusan Memilih Universitas Swasta di Kota Palembang

Juairiah¹, Genot Agung Busono²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang

E-mail : Juairiah0717@gmail.com¹, genot2011@yahoo.co.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh internal siswa (pengalaman belajar, sikap, motivasi, dan persepsi) dan pengaruh eksternal yang meliputi budaya, kelompok referensi dan keluarga pada sikap dalam pengambilan keputusan siswa memilih Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang, Sumatera Selatan. Penelitian ini dilakukan di Universitas Swasta Regional Palembang, Sumatera Selatan. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode Purposive area adalah bahwa tempat penelitian ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan tertentu. Siswa yang akan menjadi responden penelitian ini didasarkan pada metode random sampling dari 347 siswa. Metode pengumpulan data melalui metode kuesioner, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor internal (X_1) dan eksternal (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih Universitas Swasta Regional. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji F, dimana $F_{count} \geq F_{table}$ yaitu $317.255 > 3.022$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel faktor internal dan faktor eksternal secara parsial mempengaruhi variabel keputusan keputusan. Hasil untuk variabel faktor internal (X_1) pada keputusan untuk memilih (Y) adalah 13,563, ini berarti bahwa $t_{hitung} (13,563) > t_{tabel} (1,649)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh antara Internal Factor (X_1) terhadap keputusan memilih (Y). Kemudian untuk variabel Faktor Eksternal (X_2) pada Keputusan Memilih (Y) adalah 11,539 ini berarti bahwa $t_{hitung} (11,539) > t_{tabel} (1,649)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh antara Faktor Eksternal (X_2) pada Keputusan Memilih (Y). Koefisien determinasi (*Rsquare*) adalah 0,648 yang berarti bahwa besarnya varian faktor internal dan faktor eksternal adalah 64,8%, sisanya 35,20% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : faktor internal, eksternal dan sikap keputusan siswa memilih universitas swasta di kota Palembang

Abstrack

The impact of these changes is very pronounced for the existence of private universities (private universities), namely the increasingly declining interest of prospective students to register with private universities. This is due to the increasing number of prospective student seats provided by State Universities. The addition of these seats, under the pretext of regular, non-regular classes, extensions and so on is very much needed to extract funds from the provision of education for State Universities which must operate autonomously. So that it can be ascertained that State Universities are competing to increase the number of students. This study aims to determine the internal influence of students (learning experiences, attitudes, motivations, and perceptions) and external influences which include culture, reference groups and families on attitudes in student decision making choosing Private Universities in the city of Palembang, South Sumatra.

This research was conducted at the Regional Private University of Palembang, South Sumatra. The method of determining the location of the study using the Purposive area method is that the research place is determined intentionally with certain considerations. Students who will become respondents of this study are based on a random sampling method of 347 students. Data collection methods through questionnaire methods, and interviews. Data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, F test and t test. The results of the study prove that internal (X_1) and external (X_2) factors together have a significant influence on the decision to choose Regional Private University. This is evidenced by the results of the F test calculation, where $F_{count} \geq F_{table}$ which is $317.255 > 3.022$ with significance level of 0.000. While the t test aims to determine whether the internal factor variables and external factors partially affect the decision variable. The result for the internal factor variable (X_1) on the decision to choose (Y) is 13,563, this means that $t_{count} (13,563) > t_{table} (1,649)$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Means that there is an influence between the Internal Factors (X_1) on the decision to choose (Y). Then for the External Factor variable (X_2) on the Decision of Choosing (Y) is 11.539 this means that $t_{count} (11.539) > t_{table} (1.649)$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Means that there is an influence between the External Factors (X_2) on the Choosing Decision (Y_1). The determination coefficient (Rsquare) is 0.648 which means that the magnitude of the internal factor variants and external factors is 64.8%, the remaining 35.20% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : *internal factors, external and attitude of students' decision to choose private universities in Palembang city*

PENDAHULUAN

Semakin banyaknya Perguruan Tinggi di Palembang, mengakibatkan persaingan dalam dunia pendidikan tinggi semakin ketat. Kondisi ini menuntut setiap perguruan tinggi untuk selalu memperhatikan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen eksternalnya yaitu mahasiswa dan atau orang tuanya secara lebih memuaskan dibanding perguruan tinggi lain (para pesaing). Salah satunya adalah untuk tetap memperhatikan kualitas pendidikan yang ditawarkan, misalnya sudah terakreditasi institusi dan peringkat akreditasi program studi di masing-masing fakultasnya dan alumni yang terserap di dunia kerja, hal ini dimungkinkan karena hanya perguruan tinggi yang benar-benar berkualitas saja yang dapat bersaing dalam pasar perguruan tinggi global (Tjiptono, 1998; Kertajaya, 2003).

Rekrutmen mahasiswa baru umumnya dilakukan mulai dari bulan Maret sampai dengan Agustus dalam setiap tahunnya, dimungkinkan untuk PTS

memberikan informasi yang luas tentang keunggulan yang ada di PTS masing-masing dan menjadi harapan masyarakat ketika putra-putrinya akan melanjutkan studi. Kondisi ini terjadi kuliah di PTS karena telah mencoba untuk kuliah di PTN biaya bisa terjangkau, dan alumninya banyak terserap kerja. Oleh karena itu setiap perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi swasta harus melakukan strategi khusus yang berbeda dengan PTS lain. Kemampuan mendapatkan mahasiswa tergantung pada penyampaian informasi tentang PTS yang bersangkutan, yang bisa dilihat dari calon mahasiswa terhadap keputusan mahasiswa untuk memilih PTS sebagai tempat untuk melanjutkan studinya.

Fenomena yang ada adalah beberapa perguruan tinggi swasta di kota Palembang sangat sulit memperoleh mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa antar Universitas terjadi persaingan yang semakin ketat dalam merekrut calon mahasiswa. Ditambah lagi dengan adanya perubahan bentuk beberapa perguruan tinggi negeri (PTN) dari institut menjadi

universitas atau perubahan status hukum beberapa PTN menjadi atau persiapan menjadi Badan Hukum Milik Negara (BHMN). Dampak dari perubahan tersebut sangat terasa bagi eksistensi universitas Swasta (PTS) yaitu semakin merosotnya minat calon mahasiswa untuk mendaftarkan ke PTS. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya kursi calon mahasiswa yang disediakan oleh PTN. Penambahan kursi tersebut, dengan dalih kelas reguler, non-reguler, ekstensi

dan seterusnya sangat diperlukan untuk penggalan sumber dana penyelenggaraan pendidikan bagi PTN yang harus beroperasi secara otonom. Sehingga bisa dipastikan PTN berlomba-lomba memperbanyak jumlah mahasiswa. Data jumlah mahasiswa aktif diforlap dikti tahun 2017 diberbagai Universitas di kota Palembang menunjukkan jumlah yang bervariasi sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa dari Universitas di Kota Palembang

No.	Nama Perguruan Tinggi	Status	Jumlah Mahasiswa
1.	Universitas Muhammadiyah Palembang	Aktif	6.687
2.	Universitas Palembang	Aktif	1.264
3.	Universitas IBA	Aktif	811
4.	Universitas Tridinanti	Aktif	4.819
5.	Universitas Tamansiswa	Aktif	2.048
6.	Universitas Sjakhyakirti	Aktif	2.816
7.	Universitas PGRI Palembang	Aktif	7.309
8.	Universitas Kader Bangsa	Aktif	1.900
9.	Universitas Bina Darma	Aktif	7.098
10.	Universitas Indo Global Mandiri	Aktif	1.695
11.	Universitas Katolik Musi Charitas	Aktif	2.300

Sumber: <http://forlap.dikti.go.id/perguruan tinggi/search>

Data di atas merupakan jumlah mahasiswa aktif secara keseluruhan yang kuliah di masing-masing Universitas. Jika dari jumlah tersebut, dipilah berdasarkan angkatan maka jumlahnya akan sangat nyata dan belum memenuhi harapan masing-masing Universitas. Ada Universitas yang jumlah mahasiswanya di fakultas tertentu cukup banyak dan ada yang sedikit. Pada akhirnya hal ini akan terkait dengan kebijakan pemerintah melalui edaran Menteri Riset Teknologi Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2016 tentang perubahan atas peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi nomor 26 tahun 2015 tentang registrasi pendidik pada perguruan tinggi, bahwa dalam melakukan penerimaan mahasiswa wajib mematuhi aturan, yaitu dengan memperhatikan rasio antara dosen dan mahasiswa, dimana untuk IPA adalah 1 :

30 dan untuk IPS 1 : 45. Ada pembatasan jumlah mahasiswa yang diterima tersebut, maka untuk Fakultas-fakultas tertentu yang tidak favorit akan mengalami kesulitan, artinya penyebaran jumlah mahasiswa di Universitas menjadi bermasalah, bahkan bagi program studi yang tidak favorit terancam tidak bisa memenuhi persyaratan akreditasi. Pada akhirnya Universitas tersebut harus berjuang untuk menyelamatkan program studi tertentu dalam mendapatkan mahasiswa. Hal ini menjadi menarik untuk diketahui, terutama mengenai faktor-faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat memilih Perguruan Tinggi.

Kotler (2000) menyatakan bahwa sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek sangat ditentukan oleh citra obyek tersebut. Menjaga citra adalah penting, karena dapat menumbuhkan

keyakinan, ide dan mempengaruhi seseorang dalam memilih. Walaupun disadari bahwa tidak mudah membangun citra, dibutuhkan waktu yang lama dan strategi yang tepat, namun tetap harus diupayakan oleh suatu Universitas bila ingin menang dalam persaingan.

Menentukan strategi yang tepat dalam membangun citra sebuah Perguruan Tinggi perlu melakukan riset, misalnya tentang tanggapan konsumen potensialnya, yaitu para calon mahasiswa dan masyarakat luas, hal ini penting untuk mengetahui posisi Perguruan Tinggi tersebut dibanding pesaingnya.

KAJIAN TEORITIS

Faktor Internal

1. Pengalaman Belajar

Menurut Mangkunegara (2005:45) teori tentang belajar meliputi:

- a. Teori Stimulus-Respons, teori ini menjelaskan bahwa belajar merupakan respons atau reaksi terhadap beberapa stimulus. Konsumen akan merasa puas jika mendapatkan respons yang menyenangkan, dan sebaliknya jika tidak menyenangkan akan menjadi hukuman. Respons yang sama jika diulang-ulang akan membentuk kebiasaan, begitu pula dengan stimulus diulang-ulang akan menjadi respons yang kuat.
- b. Teori Kognitif, teori ini menjelaskan bahwa, perilaku kebiasaan merupakan akibat dari proses berpikir dan orientasi dalam mencapai suatu tujuan. Berdasarkan teori ini dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh memorinya terhadap situasi yang terjadi pada masa lampau, masa sekarang dan masa yang akan datang.
- c. Teori Gestalt dan Lapangan, teori menjelaskan bahwa, faktor

lingkungan merupakan kekuatan yang sangat berpengaruh pada lingkungan konsumen. Penggunaan objek secara keseluruhan akan lebih baik daripada hanya bagian-bagian.

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan pembeli.

a. Sikap

Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik maupun kurang baik secara konsekuen (Handoko, 2000:94). Sikap berperan sangat penting dalam pengambilan keputusan. Ini menunjukkan bahwa perilaku seseorang didahului oleh pembentukan sikap kemudian baru memilih yang sesuai dengan keinginannya.

Mangkunegara (2005:47) menyatakan bahwa sikap sebagai penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya cenderung kearah berbagai obyek dan ide. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya, keyakinan menentukan sikap.

b. Motivasi

Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu. Sikap dan nilai tersebut merupakan suatu yang invisible yang memberikan kekuatan untuk mendorong individu bertingkah laku dalam mencapai tujuan (Vietzal Rivai, 2011:837). Hal ini sejalan dengan pendapat Wibowo (2013:323), bahwa motivasi

merupakan dorongan terhadap serangkaian proses perilaku manusia pada pencapaian tujuan. Edy Sutrisno (2015:146), memberikan pengertian bahwa motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi seringkali diartikan sebagai faktor pendorong perilaku seseorang.

Proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan, maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan berubah menjadi hasrat yang mendorong individu melakukan suatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan, dan hasratnya tersebut (Jeffrey, et al, 1996). Menurut Swastha dan Handoko (2000:77) motivasi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai sesuatu tujuan.

Motivasi membentuk sikap mahasiswa dalam memilih, sehingga merupakan salah satu variabel penting yang mendorong mahasiswa dalam bersikap. Faktor-faktor pendorong motivasi perlu diketahui lebih jauh. Lebih lanjut Swastha dan Handoko (2000:77) menyatakan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok :

1. Motivasi Fisiologis yaitu merupakan motif alamiah (biologis).
2. Motivasi Psikologi ; yang dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu:
 - a) Motivasi kasih sayang (*affektional motive*), motivasi untuk menciptakan dan memelihara kehangatan, keharmonisan dan kepuasan batiniah.

- b) Motivasi mempertahankan diri (*ego-defensive motive*), motivasi untuk melindungi kepribadian, menghindari luka fisik atau psikologis.
- c) Motivasi memperkuat diri (*ego-bulstaring motive*) motivasi untuk mengembangkan kepribadian, berprestasi, menaikkan prestise dan pengakuan orang-orang lain.

Faktor Eksternal

Lingkungan eksternal adalah suatu pengaruh lingkungan yang berasal dari luar individu baik yang sangat dekat maupun agak jauh, dan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kegiatan individu secara keseluruhan. Lingkungan eksternal yang harus diperhatikan adalah keluarga, pendapatan keluarga, kemauan sendiri dan kelompok referensi.

Menurut Swastha dan Handoko (2000:58), faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu :

a. Kebudayaan

1. Budaya (*culture*) adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya.
2. Sub kebudayaan adalah (*subculture*) yang lebih kecil, atau kelompok orang-orang yang mempunyai sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang sama. Sub kebudayaan meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis.
3. Kelas sosial (*social culture*), adalah bagian-bagian masyarakat yang relatif permanen dan tersusun rapi yang anggota-anggotanya

mempunyai nilai-nilai, kepentingan, dan perilaku yang sama.

Kebudayaan merupakan simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengantar tingkah laku manusia dalam masyarakat (Swasrha dan Handoko (2000:59). Ditambahkan oleh Mangkunegara (2005:39), budaya merupakan hasil kreativitas manusia dari generasi ke generasi yang sangat menentukan dalam membentuk perilaku dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat.

b. Kelompok Referensi

Kelompok referensi (*reference group*), adalah orang-orang yang telah sukses dan teman berpengaruh positif terhadap motivasi, sikap, dalam pengambilan keputusan. Kelompok ini bertindak sebagai pembanding (*or reference*) terhadap individu dalam setiap bentuk nilai, sikap atau penuntun kearah perilaku. Konsep dasarnya adalah memberikan manfaat terhadap pemahaman mengenai pengaruh orang terhadap sikap, perilaku dan kepercayaan konsumsi individu (Amirullah, 2002:50).

Kelompok referensi mempunyai pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang, dimana orang tersebut berada atau berinteraksi.

c. Keluarga

Anggota di dalam keluarga merupakan kelompok yang berpengaruh dalam perilaku pembelian konsumen. Masing-masing individu akan mempunyai hubungan dengan keluarganya, baik itu keluarga yang terbentuk karena ikatan perkawinan, hubungan darah maupun adopsi. Oleh karena itu keputusan membeli seorang individu seringkali dipengaruhi oleh individu lainnya dalam keluarganya. Menurut Mangkunegara (2002:44) keluarga merupakan suatu unit

masyarakat yang terkecil yang yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.

Lebih lanjut Swastha dan Handoko (2002:70) menyatakan bahwa keluarga meliputi:

1. Keluarga inti (*nuclear family*), menunjukkan lingkup keluarga yang meliputi ayah, ibu dan anak yang hidup secara bersama.
2. Keluarga besar (*extended family*), yaitu keluarga inti yang ditambah dengan orang-orang yang mempunyai ikatan saudara dengan keluarga tersebut seperti kakek, nenek, paman dan menantu.

Proses Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan tidak selalu dilandasi dengan motivasi dan sikap, akan tetapi situasi dan kondisi tertentu juga dapat mengharuskan seseorang untuk mengambil keputusan untuk memilih. Ada beberapa tahapan dalam proses keputusan pembelian. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:235-243), keputusan untuk memilih meliputi: Pengenalan Masalah; Pencarian Informasi, Evaluasi alternatif, Kepuasan Pembelian dan Perilaku pasca pembelian.

a. Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali masalah atau kebutuhan, yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal misalnya dorongan memenuhi rasa lapar, haus dan seks yang mencapai ambang batas tertentu. Sedangkan rangsangan eksternal misalnya seseorang melewati toko kue dan melihat roti yang segar dan hangat sehingga terangsang rasa laparnya.

b. Pencarian informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi konsumen yaitu:

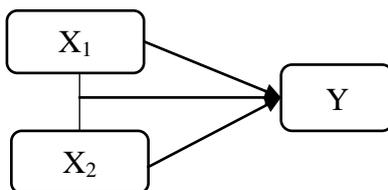
1. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga dan kenalan.
2. Sumber komersial: iklan, wiraniaga, agen, kemasan dan penjualan.
3. Sumber publik: media massa dan organisasi penilai konsumen.
4. Sumber pengalaman penanganan, pemeriksaan dan menggunakan produk.

c. Evaluasi alternatif

Konsumen memiliki sikap beragam dalam memandang atribut yang relevan dan penting menurut manfaat yang mereka cari. Kumpulan keyakinan atas merek tertentu membentuk citra merek, yang disaring melalui dampak persepsi selektif, distorsi selektif dan ingatan selektif.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikirannya dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Pengaruh Faktor Intern dan Ekstern Terhadap Keputusan Memilih PTS

H₁ : X₁ berpengaruh terhadap Y

H₂ : X₂ berpengaruh terhadap Y

H₃ : X₁ dan X₂ secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengamati kondisi PTS dalam memenuhi target daya tampung program studinya yang dihubungkan dengan peminatan calon mahasiswa baru terhadap program studi yang dipilih. Populasi adalah mahasiswa yang terdaftar di PTS di kota Palembang, dimana diambil dari situs resmi Dikti di laman <http://forlap.dikti.go.id/perguruantinggi/search> pada tahun 2016. Dari jumlah populasi

d. Keputusan pembelian.

Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Faktor sikap orang lain dan situasi yang tidak dapat diantisipasi yang dapat mengubah niat pembelian termasuk faktor-faktor penghambat pembelian. Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen dapat membuat lima sub-keputusan pembelian, yaitu: keputusan merek, keputusan pemasok, keputusan kuantitas, keputusan waktu dan keputusan metode pembayaran.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Merupakan tahapan dimana para konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pilihan yang diambil.

tersebut diambil sejumlah sampel saja. Dalam menentukan pilihannya, calon mahasiswa sangat dipengaruhi faktor intern dan faktor ekstern. Adapun cakupan sasaran penelitian difokuskan kepada ketiga unsur tersebut.

Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer adalah merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, berasal dari jawaban responden yang terpilih melalui

sampel. Juga data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain), seperti buku direktori perguruan tinggi Kopertis Wilayah II, buku-buku literatur sebagai sumber referensi dan dokumen-dokumen lain yang menunjang, seperti Dalam penelitian ini menggunakan sumber data data primer adalah merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data tersebut adalah jawaban responden yang terpilih sebagai sampel. Kemudian data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Umumnya berupa bukti dan catatan, buku-buku literatur sebagai sumber referensi dan dokumen-dokumen lain yang menunjang, data berupa

gambaran PTS Universitas di kota Palembang. Juga yang dipublikasikan oleh situs resmi Kopertis Wilayah II Palembang, situs website PTS-PTS kota Palembang dan brosur atau leflet serta spanduk penerimaan mahasiswa baru.

Penentuan jumlah sampel sebuah populasi mengacu kepada tabel sampel secara proporsional (Sugiyono, 2007: 81). Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode proporsional cluster random sampling. Dengan cara ini, populasi dibagi terlebih dahulu menjadi kelompok-kelompok (Istijanto, 2005: 119). Jumlah sampel dari populasi mengambil taraf kesalahan 5 %. Maka berdasarkan jumlah populasi, diperoleh jumlah sampel sebanyak 347 mahasiswa. Jumlah populasi dan sampel disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Jumlah Populasi dan Sampel Mahasiswa dari Universitas di Kota Palembang

No.	Nama Perguruan Tinggi	Jumlah Populasi	Jml Sampel
1.	Universitas Muhammadiyah Palembang	6.687	60
2.	Universitas Palembang	1.264	11
3.	Universitas IBA	811	7
4.	Universitas Tridianti	4.819	43
5.	Universitas Tamansiswa	2.048	18
6.	Universitas Sjakhyakirti	2.816	25
7.	Universitas PGRI Palembang	7.309	66
8.	Universitas Kader Bangsa	1.900	17
9.	Universitas Bina Darma	7.098	64
10.	Universitas Indo Global Mandiri	1.695	15
11.	Universitas Katolik Musi Charitas	2.300	21
Total		38.747	347

Sumber: <http://forlap.dikti.go.id/perguruantinggi/search>

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah menentukan sebuah *construct* sehingga dapat diukur, dengan berbagai macam nilai untuk memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai fenomena-fenomena (Indriantoro, 2002:690). Adapun variabel yang akan dianalisa dalam penelitian adalah variabel bebas (*independent*) yaitu variabel intern (X_1), variabel ekstern (X_2) dan variabel terikat (*dependent*) adalah keputusan memilih (Y). Penjelasan mengenai definisi indikator dari ketiga

variabel tersebut disajikan pada tabel berikut. Faktor Internal (X_1) adalah merupakan Faktor-faktor yang ada didalam diri individu (mahasiswa) terhadap keputusan memilih Universitas (PTS) di kota Palembang, Indikatornya adalah Pengalaman belajar, Sikap, Motivasi dan Persepsi. Kemudian Faktor Eksternal (X_2) adalah faktor dari luar yang mempengaruhi mahasiswa terhadap keputusan memilih Universitas/PTS di kota Palembang. Indikatornya adalah Kebudayaan, Kelompok referensi dan Keluarga.

Sedangkan Keputusan memilih PTS/Universitas (Y).

Sedangkan Keputusan dalam memilih Universitas/PTS di kota Palembang berdasarkan faktor-faktor yang secara umum mempengaruhinya. Indikatornya adalah Pengenalan kebutuhan, Pencarian informasi, Evaluasi Alternatif, Memutuskan menempuh pendidikan dan Perilaku setelah menempuh pendidikan

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan desain asosiatif dengan tujuan mengetahui keterkaitan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2007:81). Variabel yang dimaksud adalah faktor intern, faktor ekstern dan keputusan memilih PTS. Untuk itu dibuktikan dengan melakukan uji statistik, sehingga spesifikasi model dapat dijelaskan melalui variabel-variabel dan indikator yang menyertainya.

a. Uji Asumsi Klasik

Model regresi merupakan model yang umum dalam meminimalkan penyimpangan hasil perhitungan dari kondisi aktual (nyata). Untuk mendapatkan hasil perhitungan regresi yang valid, terlebih dahulu akan dilakukan dengan uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas dan heterokedastisitas.

b. Kriteria Statistik

Menurut Sugiyono (2004:84), analisis data terdiri dari Analisis kualitatif, bersifat monografis atau berwujud kasus-kasus sehingga tidak dapat disusun ke dalam suatu struktur klasifikatoris, analisis kuantitatif, maka untuk menganalisa data kualitatif tersebut perlu dikuantitatifkan atau diangkakan, karena sangat berhubungan dengan perhitungan untuk menjawab masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan. Secara kualitatif digunakan skala Likert dengan pilihan jawaban responden sebagai berikut Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N),

Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Kemudian dikuantitatifkan sebagai berikut SS (5), S (4), N (3), TS (2), STS (1).

Untuk mendapatkan model yang baik, perlu dilakukan uji berdasarkan kriteria statistik yang meliputi:

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Adalah menunjukkan besarnya pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R). Sebagai contoh, jika nilai R adalah sebesar 0,80 maka koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar $0,80 \times 0,80 = 0,64$. Berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya adalah sebesar 64,0%. Berarti terdapat 36% ($100\% - 64\%$) varians variabel terikat yang dijelaskan oleh faktor lain. Berdasarkan interpretasi tersebut, maka tampak bahwa nilai R^2 adalah antara 0 sampai dengan 1.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua variabel atau lebih independent, (Santosa dan Ashari, 2005:144). Bentuk umum persamaan regresi linier berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel *independent*, yaitu keputusan konsumen

b = Konstanta perubahan variabel X dan Y

a = Koefisien konstanta

$X_{1,2}$ = Variabel bebas,

e = Error

Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2004:18) untuk menguji signifikansi pengaruh yang dikemukakan berlaku semua populasi maka perlu diuji signifikannya sebagai berikut, menentukan H_0 dan H_a :

H₀ = tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan memilih Universitas Muhammadiyah Palembang.

H_a = ada pengaruh yang signifikan antara faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan memilih Universitas Muhammadiyah Palembang.

Uji Simultan/uji F (F-test)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

$$F = \frac{R^2 / K}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Dimana:

- F = pendekatan distribusi probabilitas fischer
- R = koefisien korelasi berganda
- K = jumlah variabel bebas
- n = banyaknya sampel

Jika tingkat signifikansi F lebih besar dari 5% maka secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dan sebaliknya jika F lebih kecil dari 5% maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Menarik kesimpulan:

- Ho ditolak dan Ha diterima apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$
- Ho diterima dan Ha ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

Uji Parsial / Uji t (t-test)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat, untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat signifikan 5%. (Sugiyono, 1989:147).

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

- t = uji hipotesis
- r = korelasi *produc moment*
- n = jumlah responden

Uji ini berfungsi untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini dilakukan dengan cara lihat signifikansi t. jika signifikansi t < 0,05 (5%), maka secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu sebaliknya. Menarik Kesimpulan

- Ho ditolak dan Ha diterima apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$
- Ho diterima dan Ha ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jumlah kuesioner yang dapat dianalisis diperoleh responden berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 210 orang (60,5%) dan wanita 137 orang mahasiswa (39,5%). Jumlah perbandingan responden pria dan wanita tersebut

digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan persepsinya terhadap faktor intern dan ekstern dalam menentukan pilihan perguruan tinggi swasta di kota Palembang. Data responden berdasarkan gender (jenis kelamin) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Profil responden berdasarkan Jenis Kelamin

jenkel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki	210	60,5	60,5	60,5
	Wanita	137	39,5	39,5	100,0
	Total	347	100,0	100,0	

Dari kolom valid percent dapat dilihat bahwa semua data yang dimasukkan adalah valid dengan total cumulative percent adalah 100.

Uji Reliabilitas dan Validitas Data

1. Uji Reliabilitas dan Validitas Data Variabel Internal (X₁)

Sebelum dilakukan analisis statistik, butir-butir pertanyaan mutlak perlu diuji reliabilitas dan validitasnya. Menurut Sufren, Natanael (2013:53) bahwa dengan SPSS, validitas dan reliabilitas dapat dilakukan dengan sekaligus dengan satu kali cara, dan menunjukkan nilai reliabilitas dilihat dari koefisien Cronbach’s Alpha, nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,794, artinya bahwa 16 butir pertanyaan tersebut secara keseluruhan adalah baik. Sedangkan pada tabel Item-total statistic pada kolom corrected item total corelation menunjukkan nilainya lebih dari 0,2, maka validitas butir pertanyaan dari faktor intern adalah valid.

2. Uji Reliabilitas dan validitas terhadap Faktor Ekstern (7 butir pertanyaan)

Pada uji ini menunjukkan nilai reliabilitas dilihat dari koefisien Cronbach’s Alpha, nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,604, artinya bahwa 7 butir pertanyaan tersebut secara keseluruhan adalah baik. Sedangkan pada tabel Item-total statistic pada kolom corrected item total corelation menunjukkan nilainya lebih dari 0,2, maka validitas butir pertanyaan dari faktor ekstern adalah valid.

3. Hasil Uji Reliabilitas dan validitas terhadap Faktor Keputusan Memilih (20 butir pertanyaan).

Hasil uji dengan SPSS menunjukkan nilai reliabilitas dilihat dari koefisien Cronbach’s Alpha, nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,807, artinya bahwa 20 butir

pertanyaan tersebut secara keseluruhan adalah baik. Sedangkan pada tabel Item-total statistic pada kolom corrected item total corelation menunjukkan nilainya lebih dari 0,2, maka validitas butir pertanyaan dari faktor keputusan memilih adalah valid.

Uji Normalitas Data

Pada tahapan ini, sebelum pengujian hipotesis sebaiknya dilakukan uji normalitas atau uji asumsi. Hal ini untuk menentukan apakah datanya normal atau tidak, sehingga dapat dilanjutkan uji statistik parametrik berikutnya. Dari hasil uji normalitas, jika ditemukan sejumlah sampel yang ekstrim atau angkanya jauh diatas rata-rata yang lain perlu dikeluarkan, karena menjadikan data tidak normal. Hal ini diduga jumlah responden yang menjawab sangat kecil sehingga tidak bernilai. Hasil uji normalitas data yang dilakukan dengan One-Sample-Kolmogorav Smirnov Test, outputnya adalah sebagai berikut. Dari hasil Uji Normalitas data variabel penelitian (X₁, X₂) terhadap Y. Menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sign. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 (X₁-Y= 0,825 > 0,05), (X₂-Y = 0,112 > 0,05) dan X₁,X₂-Y = 0,807 > 0,05). Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka variabel yang diuji berdistribusi normal. Selain itu Output SPSS juga menampilkan bentuk kurve normal dan sebaran titik yang cenderung mengelompok, dimana sebagian besar bar atau batang berada di bawah kurve.

Uji Determinasi (R)

Tabel 4. Uji Determinasi variabel penelitian (X₁, X₂) terhadap Y

Model Summary (b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,826(a)	,682	,680	4,70286

a Predictors: (Constant), X_2, X_1

b Dependent Variable: Y

Nilai R square (R²) menunjukkan besarnya sumbangan atau kontribusi dari kedua variabel (Internal dan Eksternal) terhadap variabel dependen (Keputusan Memilih (Y)), yaitu sebesar 68,1%, sisanya sebesar 31,8 % (100% - 63,2%) dipengaruhi oleh variabel lain.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel faktor internal atau faktor eksternal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan memilih).

Tabel 5. Uji parsial (uji t) variabel penelitian (X₁, X₂) terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,181	2,182		4,667	,000		
	X_1	,583	,042	,504	13,844	,000	,709	1,410
	X_2	1,035	,086	,436	11,967	,000	,709	1,410

a. Dependent Variable: Y

- a. Pengaruh Faktor Internal (X₁) terhadap Keputusan Memilih (Y)
Berdasarkan tabel Coefficients di atas, nilai t_{hitung} untuk variabel faktor internal (X₁) terhadap keputusan memilih (Y) adalah sebesar 13,844, berarti t_{hitung} (13,844) > t_{tabel} (1,649), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Berarti ada pengaruh antara Faktor Internal (X₁) terhadap Keputusan memilih (Y).
- b. Pengaruh Faktor Eksternal (X₂) terhadap Keputusan Memilih (Y)
Berdasarkan tabel Coefficients di atas, nilai t_{hitung} variabel Faktor Eksternal (X₂) adalah sebesar 11,967 hal ini berarti t_{hitung} (11,967) > t_{tabel} (1,649), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Berarti ada pengaruh antara Faktor Eksternal (X₂) terhadap Keputusan Memilih (Y). Dengan demikian secara parsial hipotesis terbukti. Dari tabel diatas diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel yaitu nilai konstanta (*constant*) sebesar 10,181 koefisien regresi variabel Faktor Internal (X₁) sebesar 0.583, Faktor Eksternal (X₂) sebesar 1.035. Dari koefisien-koefisien tersebut dapat dibentuk suatu persamaan regresi yaitu sebagai berikut.

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

$$Y = 10.181 + 0.583X_1 + 1,035X_2$$

Nilai t_{tabel} = $\frac{\alpha}{2} (n - 2)$

$$= \frac{0,1}{2} \cdot 347 : (347 - 2)$$

$$= 0,05 \text{ df} : 345$$

$$= 1,649$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, nilai koefisien regresi untuk variabel faktor internal (X_1) dan faktor eksternal (X_2) mempunyai nilai positif, berarti apabila terjadi peningkatan pada faktor internal atau faktor eksternal maka akan meningkat satu satuan dari keputusan memilih. Begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan pada faktor internal atau faktor eksternal maka akan mengakibatkan penurunan pula pada keputusan memilih.

2. Uji Secara Simultan (uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel internal dan variabel eksternal (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Memilih. Adapun out put SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16013,360	2	8006,680	362,017	,000 ^a
	Residual	7475,510	338	22,117		
	Total	23488,870	340			

a. Predictors: (Constant), X_2, X_1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel Anova tersebut di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} untuk variabel internal (X_1) dan Faktor Eksternal (X_2) terhadap Keputusan Memilih (Y) adalah sebesar 362,017. Sedangkan F_{tabel} dengan taraf nyata (α) = 5% . dengan jumlah sampel 347 adalah 3.022 (dilihat pada F_{tabel}). Pada penelitian ini F_{hitung} (362,017) > F_{tabel} (3,022), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. berarti ada pengaruh signifikan dari Faktor Internal (X_1) dan Faktor Eksternal (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Memilih (Y). Dengan demikian kedua variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi keputusan memilih.

Menurut Kotler (2002:182) menyatakan dalam memahami perilaku konsumen bukan merupakan hal yang sederhana. Konsumen mungkin tidak memahami motivasi mereka yang lebih dalam. Bagaimanapun juga, pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi dan perilaku beli konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan

keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa ekonomis dapat dipengaruhi lingkungan. Perilaku konsumen ditentukan oleh kebudayaan, yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa dipasar dimana perusahaan dituntut untuk dapat memenuhinya. Rangsangan lainnya terdiri dari kekuatan-kekuatan dan kejadian-kejadian penting dalam lingkungan pembeli, lingkungan ekonomi, teknologi, politik dan budaya.

Selanjutnya Kotler dan Keller (2007:214) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Titik awal untuk memahami perilaku konsumen adalah model rangsangan-tanggapan. Pemasar bertugas untuk memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen antara datangnya rangsangan luar dan keputusan pembelian akhir. Empat proses psikologis pentingnya motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori secara

fundamental turut mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap berbagai rangsangan pemasaran.

Perkembangan perguruan tinggi swasta yang cukup pesat ini diharapkan bisa memberi kontribusi maksimal dalam pembangunan dalam berbagai sektor tidak hanya di Sumatera Selatan, selain itu diharapkan pula ke depan PTS yang tersebar mampu berkiprah dan menunjukkan kualitasnya di level nasional. Jumlah perguruan tinggi yang banyak ini bila dilihat dari perspektif perguruan tinggi akan mengakibatkan terjadinya persaingan yang ketat dalam menggaet calon mahasiswa. Berbagai potensi dan keunggulan yang dimiliki perguruan tinggi hendaknya dikerahkan semaksimal mungkin dan menjadi nilai jual yang positif, namun sebaliknya perguruan tinggi yang tidak mampu dan tidak memiliki daya saing akan merasakan dampak dari persaingan ini berupa kurangnya jumlah mahasiswa. Di sisi lain pertumbuhan perguruan tinggi ini membuat para calon mahasiswa memiliki banyak alternatif dalam memilih sebuah perguruan tinggi. Dari data yang ada menunjukkan jumlah calon mahasiswa dari tahun ke tahun yang mendaftar ke Perguruan Tinggi Swasta sebarannya menjadi sangat timpang antara satu perguruan tinggi swasta tertentu dengan perguruan tinggi swasta lainnya walaupun dengan karakteristik Perguruan Tinggi Swasta yang relatif sama misalnya program studi yang dikelola, sarana dan prasarana yang dimiliki antara lain gedung perkuliahan yang permanen, laboratorium, serta biaya pendidikan dan lain sebagainya. Ada perguruan tinggi swasta tertentu yang sangat diminati, dilain pihak ada pula yang kurang diminati. Dari data yang ada menunjukkan bahwa dalam kurun waktu selama lima tahun (2010-2015) Universitas PGRI Palembang dan Universitas Muhammadiyah Palembang adalah dua universitas swasta yang paling banyak diminati calon mahasiswa sementara

Universitas Palembang, Universitas Syakyakirti, Universitas Tridinanti relatif belum banyak diminati. Sedangkan perguruan tinggi yang mengelola program ICT seperti Universitas Bina Darma menjadi perguruan tinggi favorit. Bila dilihat dari sisi indikator kualitas seleksi dimana semakin tinggi proporsi tingkat keketatan menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas seleksi, yang bermakna semakin tingginya tingkat persaingan untuk bisa diterima di perguruan tinggi tersebut, misalnya untuk tingkat fakultas di Universitas Muhammadiyah Palembang, khususnya Fakultas Kedokteran sistem seleksinya lebih ketat dibanding dengan Fakultas lainnya. Mengantisipasi fakta-fakta tersebut maka proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta tertentu sangat penting untuk diketahui oleh para pengelola perguruan tinggi swasta melalui kajian perilaku konsumen. Schiffman dan Kanuk (2007) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan sebagai proses penting dipengaruhi oleh lingkungan eksternal yang terdiri dari bauran pemasaran (produk, promosi, harga, distribusi) dan lingkungan sosial budaya (keluarga, sumber informasi, sumber non komersial, kelas sosial, budaya dan sub budaya). Kemudian lingkungan internal (faktor psikologis) yang terdiri dari motivasi, kepribadian, pembelajaran, persepsi, dan sikap. Demikian pula yang dikemukakan oleh James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, (1992) yang menyatakan bahwa keputusan konsumen dalam memilih sebuah produk/jasa dipengaruhi oleh tiga hal yakni 1) Pengaruh lingkungan/eksternal yang terdiri dari faktor budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi; 2) Pengaruh Perbedaan Individu/Internal yang terdiri dari Sumber daya konsumen (waktu, uang, perhatian), motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi 3) Pengaruh Psikologis yang terdiri dari pengolahan,

informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan tersebut diatas dimana terjadi disparitas yang cukup signifikan antara satu Perguruan Tinggi Swasta dengan Perguruan Tinggi Swasta yang lainnya, dan kurangnya peminat terhadap perguruan tinggi swasta tertentu menjadi sangat menarik untuk menjadi bahan kajian penelitian untuk mengetahui hal-hal yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta tertentu.

Di era tsunami informasi ini, mahasiswa dan kalangan akademisi yang diyakini sebagai motor perubahan bangsa harus memiliki critical thinking dalam mengkonsumsi informasi. Sekali waktu Perguruan Tinggi Swasta juga perlu mengadakan Expo yang sangat bermanfaat untuk membuka wawasan masyarakat terutama generasi muda lulusan Sekolah Menengah Umum sederajat untuk mengenal lebih jauh dalam memilih Perguruan Tinggi Swasta yang terdaftar, diakui kemenristekdikti-RI, dimana calon mahasiswa bisa bertanya seputar keunggulan dan apa saja manfaat yang bisa didapat jika memilih Perguruan Tinggi Swasta favorit mereka (Slamet, 2018). Disamping itu juga dapat menampilkan karya-karya terbaik mahasiswa, wadah untuk mengembangkan minat, bakat dan keahlian mahasiswa, baik yang ada ditingkat program studi, jurusan maupun Universitas. Dengan daya tarik tersebut, pihak PTS dapat lebih awal merekrut mahasiswa baru dengan cara menyodorkan formulir untuk calon mahasiswa mendaftarkan diri dengan mengisi formulir. Suasana dan admosfir akademik yang nyaman dengan fasilitas yang menunjang, dan dosen semuanya lulusan magister dan doktor juga sisi lain yang wajib dipasarkan. Dengan demikian calon mahasiswa dalam mencari kebenaran informasi menjadi dorongan tersendiri. Upaya lainnya adalah dengan melibatkan mereka yang memiliki prestasi akademik,

diundang pada kegiatan open house. Dengan melakukan cara-cara kecil dan sederhana inilah kadangkala lebih mudah menjalankan strategi mendapatkan calon mahasiswa baru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor Internal dan faktor eksternal terhadap keputusan memilih perguruan tinggi swasta di kota Palembang. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor Internal (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih PTS di kota Palembang (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $>$ t tabel ($13,844 > 1,649$) dan nilai signifikansi $<$ taraf signifikansi (α) 0,05 ($0,000 < 0,05$).
2. Faktor Eksternal (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih PTS di kota Palembang (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung $>$ t tabel ($11,967 > 1,649$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi (α) 0,05 ($0,000 < 0,05$).
3. Faktor internal dan eksternal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih PTS di kota Palembang (Y). Hal ini dapat dilihat nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($362,017 > 3,022$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi (α) 0,05 ($0,000 < 0,05$).
4. Berdasarkan uji t (parsial) nampak bahwa faktor Internal berpengaruh lebih besar dalam memutuskan pilihannya dibanding faktor eksternal ketika calon mahasiswa memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Palembang.

Saran

Saran dari peneliti adalah sebagai berikut.

1. Untuk menaikkan citra Perguruan Tinggi Swasta, hendaknya harus benar-benar mengkaji dan mengevaluasi ulang peringkat akreditasi, baik di tingkat program studi maupun institusi. Oleh karena itu kesiapan institusi secara fisik, misalnya gedung dan fasilitas lainnya, juga kesiapan sumber daya manusianya (kualifikasi dosen) harus benar-benar menjadi komitmen bersama. Upaya untuk menjadikan Prodi terakreditasi A, dilakukan dengan peningkatan kualitas tenaga pengajar, sarana dan prasarana akademik dan kurikulum pendidikan perlu mendapat dukungan bersama dan komitmen dari yayasan agar kemajuan program studi bisa berhasil baik.
2. Setiap program studi di Perguruan Tinggi Swasta sebaiknya memiliki sistem penjaminan mutu internal sehingga dapat mempertahankan mutu pendidikannya. Dalam melaksanakan sistem penjaminan mutu internal, perlu adanya standar yang ditetapkan oleh pihak yang lebih berwenang. Sehingga ketika ada penjaminan mutu eksternal dari Badan Akreditasi Nasional program studi sudah lebih siap.
3. Perlunya Prodi membuat rencana strategis yang jelas untuk Pengembangan dosen
4. Perlu sinergisitas antara program studi dengan yayasan dalam penerimaan mahasiswa sehingga tidak hanya berdasarkan kuantitas saja, namun juga memperhatikan nisbah/rasio dosen.
5. Sekali waktu Perguruan Tinggi Swasta juga perlu mengadakan Expo yang sangat bermanfaat untuk membuka wawasan masyarakat terutama generasi muda lulusan Sekolah Menengah Umum sederajat untuk mengenal lebih jauh memilih Perguruan Tinggi Swasta yang terdaftar di Kementerian Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, calon mahasiswa bisa bertanya seputar keunggulan dan apa saja manfaat yang bisa didapat jika

memilih Perguruan Tinggi Swasta favorit mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi. 2005. *Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Di Kota Kendari (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo. Fakultas Ekonomi Sulawesi Tenggara Dan STIE Dharma Barata).*
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen.* Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen.* Edisi Pertama, Cet. Ke-3, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Erna Walianti. 2011. *Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Palembang.* Tesis pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran.* Jakarta. Gramedia
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi dan Manajemen.* Edisi Pertama, Cet. Ke-2, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Jamaluddin Sawaji, Djabir Hamzah, Dan Idrus Taba 2009. tentang Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Sulawesi Selatan.
- Jefferey, Angel, James F. Roger D. Blackwell. Paul W. Miniard, 1996. *Perilaku Konsumen.* Edisi Ke-6, Jilid 1, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.

- Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Kopertis Wilayah II Palembang 2016. Direktori Kopertis Wilayah II (Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu dan Kepulauan Bangka Belitung.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, Penerbit PT. Rifika Aditama, Bandung.
- _____. 2005. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, Penerbit PT. Rifika Aditama, Bandung.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, Penerbit PT. Rifika Aditama, Bandung.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:235-243). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-11, Jilid-1, Penerbit PT.INDEKS Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Rivai, Vitzal. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan dari Teori ke Praktek*. Penerbit: Raja Grafindo Perjada. Jakarta.
- Sufren, Natael, Jonathan, 2013. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Penerbit PT.Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung : CV Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, Kertajaya, 2003. *Strategi Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ujang Muhyidin 2011. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Barat Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Wibowo 2014. *Manajemen Kinerja*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=386959&val=8521&title=PENGARUH%20BAURAN%20PEMASARAN%20JASA%20PENDIDIKAN%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20MAHASISWA%20MEMILIH%20PERGURUAN%20TINGGI%20SWASTA%20DI%20JAWA%20BARAT>