

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SISWA SEKOLAH LANJUTAN ATAS KABUPATEN CIANJUR UNTUK TERTARIK BERKULIAH DI UNIVERSITAS SURYAKANCANA

*Ir. Endah Lisarini, SE., MM**

RINGKASAN

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi siswa-siswa Sekolah Lanjutan Atas (SMU dan SMK) sebagai salah satu stakeholder tertarik dan berminat berkuliah di Universitas Suryakencana (UNSUR), penulis mengkaji faktor-faktor eksternal, faktor individual yang mempengaruhi ketertarikan siswa-siswa SLTA tersebut. Diharapkan dari penelitian ini akan didapatkan: 1). Faktor-faktor yang berpengaruh (eksternal dan individual) bagi siswa-siswa kelas tiga Sekolah Lanjutan Atas (SMU dan SMK) di Kabupaten Cianjur dalam proses ketertarikan untuk berkuliah atau tidak di Universitas Suryakencana; 2). Hubungan antara faktor-faktor yang berpengaruh (eksternal dan individual) dengan proses ketertarikan untuk berkuliah. Dengan menggunakan Model Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dari Hawkins et al (2007) dibangun suatu model penelitian. Responden yang dijadikan sampel penelitian adalah siswa-siswa kelas tiga Sekolah Lanjutan Atas (SMU dan SMK) di wilayah Kabupaten Cianjur. Pada penelitian ini jumlah variabel manifest sebanyak 42, maka besarnya sampel yang dapat digunakan datanya (Usable sample) sebanyak 5 kali 42 (Solimun, 2002) sehingga total sampel yang dapat dipakai adalah 220. Data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 250 dari sepuluh sekolah yang tersebar di kota dan wilayah Kabupaten Cianjur. Dari 250 data, yang terpakai (layak diolah) sebanyak 242 (Usable sample). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diajukan kepada para responden yang terdiri dari 42 pertanyaan dan diukur dengan lima poin skala Likert. Dilakukan satu kali pre-test untuk validitas instrumen (Lisarini, 2009) dan umpan balik. Data diolah dengan metode Structural Equation Model / SEM (Wijanto, 2008).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UNSUR sebagai salah satu perguruan tinggi di Cianjur yang berdiri sejak tahun 2000, baru dikenal rata-rata 2 – 6 tahun oleh para siswa SLTA di Cianjur kota maupun kabupaten. Faktor-faktor Eksternal yang merupakan atribut-atribut UNSUR, yang terdiri dari Umur, Fakultas dan Sarana-prasarana merupakan faktor yang mempengaruhi para siswa SLTA calon mahasiswa dalam proses ketertarikan untuk berkuliah di UNSUR. Sementara Faktor Individual yang berpengaruh dalam proses tersebut adalah persepsi mengenai UNSUR dan pengetahuan atau pengalaman berkuliah yang mereka dapat. Tahap-tahap yang dilalui dalam proses pengambilan ketertarikan untuk berkuliah di UNSUR adalah pencarian informasi (informasi mengenai UNSUR yang dilakukan melalui brosur, papan iklan dan promosi langsung ke sekolah-sekolah mempengaruhi minat berkuliah di UNSUR) dan evaluasi akan informasi yang mereka dapat (informasi atau promosi mengenai UNSUR akan meyakinkan para siswa untuk berkuliah di UNSUR).

Status UNSUR (sebagai perguruan tinggi swasta, terakreditasi dan bukan merupakan BHPT), Kurikulum (waktu tempuh kuliah, jumlah sks, jadwal perkuliahan),

Lokasi (mudah dicari, dilalui angkutan umum), Kompetensi Dosen (sesuai dengan bidang keilmuan, lebih dari 50% S2, rata-rata berusia 35 – 45 tahun), dan Biaya Kuliah (biaya kuliah, sistem pembayaran, beasiswa) tidak mempengaruhi mereka dalam proses pengambilan keputusan berkuliah. Para siswa tidak termotivasi (berkuliah memenuhi kebutuhan, menjamin kehidupan di masa datang, menjadi sarjana dapat dimajukan) dan tidak mempunyai kesadaran akan kebutuhan kuliah dalam proses pengambilan keputusan.

Terdapat keterkaitan yang erat antara faktor-faktor eksternal (atribut UNSUR) dengan faktor individual siswa, dimana keterkaitan kedua faktor tersebut bersama-sama secara simultan merupakan faktor yang berpengaruh langsung bagi para siswa SLTA dalam proses ketertarikan untuk berkuliah di UNSUR.

Kata kunci : Faktor Eksternal, Faktor Individual, Proses Pengambilan Keputusan

ABSTRACT

The research was done to indentify external and internal (individual) factors influenced high school student who interested to learn at Suryakancana University Cianjur. The research model was buid based on Decision Making Process Model by Hawkins et al (2007). The sample of this research were high school students at thirth class. Manifest variables were 42, then the amount of usable sample must 220 at least (Solimun, 2002), at this research were 242 samples / respondent. Data collected by questioner consist of 42 questions and measured by Likert scale with 5 poin. Pre-test for validity of instrument and feedback of the answers was done one time and the data was processed by Structural Equation Model /SEM (Wijanto, 2008).

The result indicated that UNSUR was buid at 2000, known by high school student at Cianjur (urban and suburban) is about 2 – 6 years now. Significantly, ExTernal Factors as UNSUR atributs consist of : Age of UNSUR, Faculty and Facilities were influenced to learning decision making process in UNSUR for high school student. Meannwhile, the Individual / Internal Factors were Perception and Learning / Experience. The stages of attracted process involved information searching and evaluation about UNSUR. The students not motivated and there was not learning concious to get lecture at UNSUR.

*Dosen Fakultas Pertanian UNSUR

PENDAHULUAN

Dalam upaya meningkatkan kuantitas dan kualitas, UNSUR terus berbenah diri. Tidak cukup menyandang status terakreditasi BAN – PT saja, UNSUR berupaya menempatkan dirinya sebagai universitas tujuan kuliah dan favorit di kalangan perguruan tinggi di Cianjur. Jika dianggap sebagai suatu agen penghasil produk, maka UNSUR merupakan suatu institusi penyedia

produk jasa dengan segala atribut yang melekat padanya. Sementara Octavian (2005) mengemukakan bahwa atribut-atribut lembaga sekolah merupakan hal penting yang perlu dipertimbangkan dalam pemasaran sekolah. Untuk keperluan tersebut, penulis merasa perlu mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi siswa-siswa Sekolah Lanjutan Atas yang terdiri dari siswa-siswa SMU (Sekolah Menengah Umum) dan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) sebagai salah satu *stakeholder* tertarik

dan berminat berkuliah di UNSUR. Dalam hal ini, penulis akan mengkaji faktor-faktor eksternal, faktor internal yang berpengaruh dalam proses ketertarikan untuk berkuliah atau tidak di UNSUR.

Diharapkan dari penelitian ini akan didapatkan:

- 1) Faktor-faktor yang berpengaruh (eksternal dan individual) bagi siswa-siswa kelas tiga Sekolah Lanjutan Atas (SMU dan SMK) di Kabupaten Cianjur dalam proses ketertarikan untuk berkuliah atau tidak di Universitas Suryakencana.
- 2) Hubungan antara faktor-faktor yang berpengaruh (eksternal dan individual) dengan proses ketertarikan untuk berkuliah.

Schiffman dan Kanuk (1997 : hal 664 – 666) menjabarkan suatu model proses ketertarikan hingga pengambilan keputusan untuk membeli. Dalam modelnya tergambar bahwa proses tersebut dipengaruhi oleh input berupa faktor eksternal yang terdiri dari : usaha-usaha pemasaran (bauran pemasaran). Sementara model proses ketertarikan untuk melakukan pembelian dari Hawkins, et al (2007), faktor psikologi merupakan faktor internal yang bersama-sama dengan faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian. Faktor internal lainnya adalah persepsi, motivasi dan pengalaman atau pembelajaran. Melalui persepsi, individu menyadari dan dapat mengerti tentang keadaan lingkungan yang ada di sekitarnya maupun tentang hal-hal yang ada dalam diri individu yang

bersangkutan. Pada akhirnya hal tersebut akan menentukan hasil persepsi yang terdiri dari perilaku tanggapan dan bentuk sikap konsumen. Persepsi yang berpengaruh dalam keputusan pembelian juga telah diteliti oleh Rozi (2007). Sementara itu menurut Rusdiansyah (2009), motivasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian / berbelanja. Dalam Teori Pembelajaran Perilaku (Solomon, 2009 : hal 117), disebutkan bahwa pembelajaran sebagai hasil respon terhadap kejadian-kejadian eksternal. Konsumen akan memberikan respon terhadap stimuli pemasaran akibat dari koneksi-koneksi yang dibentuk atas stimuli pemasaran tersebut dan dipelajari.

Proses ketertarikan untuk melakukan pembelian merupakan rangkaian tahap-tahap yang dilalui konsumen hingga konsumen tersebut mengambil keputusan. Tahap-tahap tersebut dalam Hawkins et al (2007) meliputi : 1) kesadaran akan permasalahan pemenuhan kebutuhan; 2) pencarian informasi; 3) evaluasi terhadap informasi yang cenderung dipilihnya. Pada akhirnya konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli atau tidak setelah produk yang dimaksud memenuhi atau tidak pada kriteria yang ditetapkannya. Dikemukakan pula oleh Rejeki (2004) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran khususnya promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di lingkungan Universitas Suryakencana Cianjur dan Sekolah-sekolah Lanjutan Tingkat Atas di kabupaten Cianjur. Responden yang dijadikan sampel penelitian adalah siswa-siswa kelas tiga Sekolah Lanjutan Atas (SMU dan SMK). Pada penelitian ini, jumlah variabel manifest sebanyak 42, maka besarnya sampel yang dapat digunakan datanya (*Usable sample*) sebanyak 5 kali 42 (Solimun, 2002 : hal 83 – 84) sehingga total sampel yang dapat dipakai adalah 220. Data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 250 dari sepuluh sekolah yang tersebar di kota dan wilayah Kabupaten Cianjur. Dari 250 data, yang terpakai (layak diolah) sebanyak 242 (*Usable sample*).

Variabel bebas (variabel eksogenus) adalah Faktor Eksternal

dan Faktor Individual yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Faktor-faktor eksternal meliputi atribut-atribut Universitas Suryakencana, yaitu : umur, status, macam fakultas, kurikulum, lokasi, fasilitas gedung / sarana pembelajaran dan laboratorium, kompetensi dosen, biaya pendidikan. Faktor-faktor Individual yang dikaji adalah : persepsi siswa SLTA mengenai UNSUR, motivasi berkuliah, dan pengalaman / pengetahuan mengenai UNSUR.

Variabel tergantung (Variabel endogenus) adalah Proses Ketertarikan untuk Berkuliah. Proses ketertarikan untuk berkuliah sebagai laten variabel akan diukur melalui variabel indikator : kesadaran akan permasalahan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif.

Tabel 1. Operasional variabel dan skala pengukurannya

1. Faktor Eksternal (KSi_j)

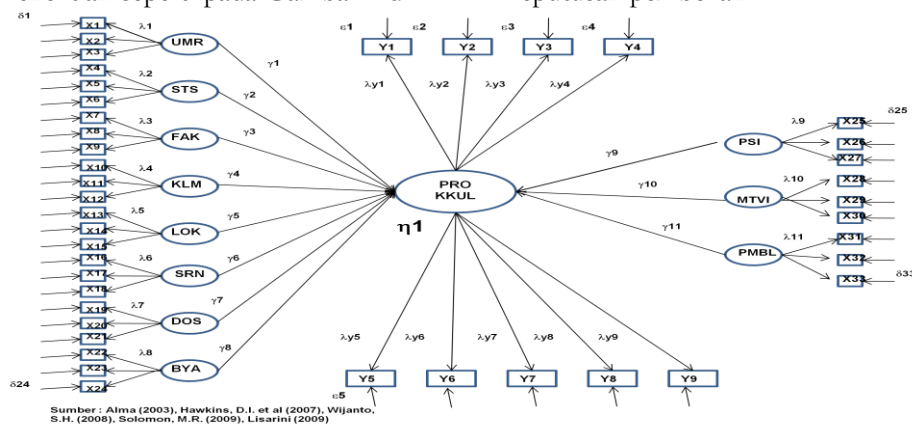
Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Umur UNSUR (Ksi 1)	Usia UNSUR di Cianjur	- Usia universitas (X1) - tingkat perkembangan (X2) - ketenaran (X3)	Interval
Status (Ksi 2)	Sebagai PTS atau PIN, Terakreditasi / belum, BHP (badan usaha) atau bukan	- seberapa berartinya status swasta (X4) - seberapa berartinya status akreditasi (X5) - seberapa berartinya status bukan badan hukum (badan usaha) PT (X6)	Interval
Macam fakultas (Ksi 3)	Bidang minat yang diselenggarakan	- fakultas yang diminati (X7) - fakultas yang dibutuhkan (X8) - fakultas favorit (X9)	Interval
Kurikulum (Ksi 4)	Daftar mata ajaran di setiap bidang minat beserta bobot satuan kredit semester (sks)nya	- waktu tempuh kuliah rata-rata 7 – 8 semester (X10) - jumlah sks (satuan kredit semester) yang ditempuh di UNSUR untuk jenjang strata 1 - (S1) adalah minimal 144 sks (X11) - Jadwal perkuliahan di UNSUR	Interval

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
		adalah Senin - Sabtu, waktunya variatif disesuaikan dengan kebiasaan sebagian besar mahasiswanya (X12)	
Lokasi (Ksi 5)	Tempat perkuliahan diselenggarakan	<ul style="list-style-type: none"> - mudah dicari (X13) - mudah dituju dengan angkutan umum (X14) - mempengaruhi keputusan dalam memilih UNSUR sebagai tempat kuliah (X15) 	Interval
Sarana pembelajaran & lab (Ksi 6)	Sarana prasarana pendukung kegiatan belajar mengajar (KBM)	<ul style="list-style-type: none"> - Sarana prasarana termasuk lengkap (X16) - mendukung / tidaknya pada kelancaran proses belajar mengajar (X17) - merupakan daya tarik UNSUR (X18) 	Interval
Dosen (Ksi 7)	Tenaga kependidikan atau dosen	<ul style="list-style-type: none"> - kesesuaian dengan persyaratan keilmuan (X19) - mencukupi persyaratan kompetensi dosen (X20) - menyenangkan bagi para mahasiswanya (X21) 	Interval
Biaya pendidikan (Ksi 8)	Sejumlah uang yang dibayarkan mahasiswa untuk kegiatan perkuliahan, praktikum	<ul style="list-style-type: none"> - biaya kuliah terjangkau (X22) - Sistem pembayaran biaya kuliah merupakan kemudahan (X23) - beasiswa merupakan daya tarik UNSUR (X24) 	Interval
2. Faktor Individual (Ksij)			
Persepsi (Ksi9)	Interpretasi terhadap UNSUR setelah atribut-atribut UNSUR diseleksi dan diorganisir dalam pikiran	<ul style="list-style-type: none"> - UNSUR perguruan tinggi terfavorit di Cianjur (X25) - UNSUR perguruan tinggi yang layak dijadikan tempat kuliah (X26) - UNSUR perguruan tinggi terbesar di Cianjur (X27) 	Interval
Motivasi (Ksi10)	Sesuatu yang menggerakkan seseorang untuk berperilaku	<ul style="list-style-type: none"> - tidak perlu mengeluarkan biaya hidup (X28) - Keinginan menekuni bidang tertentu sudah dapat dipenuhi dengan berkuliah di UNSUR (X29) - Keinginan menjadi sarjana dapat diwujudkan di UNSUR (X30) 	Interval
Pengetahuan / pengalaman tentang UNSUR (Ksi)	Hal yang telah diketahui / dialami berkaitan dengan UNSUR	<ul style="list-style-type: none"> - mengetahui banyak alumni UNSUR berkarya di Cianjur dan sukses (X31) - mengetahui banyak kakak kelas yang berkuliah di Cianjur (X32) - mengetahui pengalaman berkuliah di UNSUR yang menyenangkan dari orang lain (X33) 	Interval
3. Proses Ketertarikan Untuk Berkuliah (Eta1)			
Kesadaran akan	Perlunya memenuhi	- berkuliah merupakan kebutuhan	Interval

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
permasalahan	kebutuhan akan kuliah	<ul style="list-style-type: none"> yang harus dipenuhi (Y1) - berkuliah menjamin kehidupan di masa datang (Y2) - berpendidikan tinggi akan lebih mudah mendapatkan pekerjaan kelak (Y3) 	
Mencari Informasi	Mencari sumber-sumber yang dapat memberikan info / keterangan	<ul style="list-style-type: none"> - membantu dalam mendapatkan informasi bagi saya (Y4) - mempengaruhi minat pada UNSUR (Y5) - frekuensinya kurang (Y6) 	Interval
Mengevaluasi alternatif	Membandingkan untung rugi dari obyek yang potensial dipilih	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi atau promosi mengenai UNSUR meyakinkan ketertarikan saya pada UNSUR (Y7) - Jika UNSUR dijadikan sebagai tujuan kuliah, maka UNSUR dapat dikatakan sebagai universitas yang layak (Y8) - Jika UNSUR dijadikan sebagai tujuan kuliah, maka UNSUR dapat dikatakan sebagai universitas yang prospektif (Y9) 	Interval

Selanjutnya dari variabel-variabel tersebut di atas, dibangunlah suatu Model Struktural Penelitian seperti pada Gambar 1 di

bawah. yang menyatakan bahwa bauran pemasaran khususnya promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.



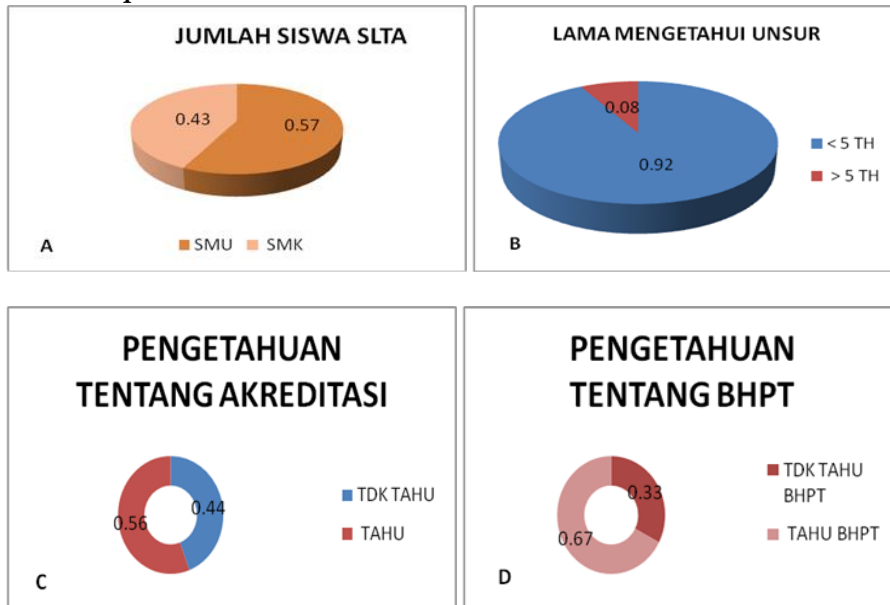
Gb 1. Model Struktural Penelitian

Pengolahan data dilakukan dengan metode SEM / Analisis Jalur. SEM / Analisis

Jalur dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut (Solimun, 2002; Wijanto, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden



Gambar 2. (A) Prosentase jumlah siswa SMU dan SMK responden, (B) Prosentase jumlah responden yang mengetahui UNSUR kurang dan lebih dari lima tahun, (C) Prosentase responden yang tahu dan tidak tahu mengenai akreditasi, (D) Prosentase responden yang tahu dan tidak tahu mengenai badan hukum perguruan tinggi.

Hasil uji kecocokan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas

konstruk model penelitian adalah sebagai berikut (Tabel 1).

Tabel 1. Hasil Pengujian Indikator (Model Pengukuran)

Latent variabel	Observed variable	Faktor Loading	t-values	Construct Reliability	Variance Extracted
Umur UNSUR	x2	0.53	6.88	0.69	0.54
	x3	0.76	8.61		
Fakultas	x4	0.63	9.02	0.78	0.54
	x5	0.68	10.88		
	x6	0.62	9.59		
Sarana-prasarana	x16	0.66	10.47	0.76	0.52
	x17	0.80	12.57		
	x18	0.69	9.05		
Persepsi	x25	0.73	12.55	0.84	0.63
	x26	0.84	15.03		
	x27	0.81	14.36		
Pengetahuan	x31	0.99	21.72	0.89	0.89

Latent variabel	Observed variable	Faktor Loading	t-values	Construct Reliability	Variance Extracted
	x32	0.81	13.26		
	x33	0.84	13.7		
Proses Keputusan	y5	0.79	8.38	0.75	0.60
	y7	0.76	8.43		

Hasil pengujian kecocokan keseluruhan model dikatakan baik

menurut Wijanto (2008) jika memenuhi kriteria sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Pengujian Keseluruhan Model

Indikator	Nilai	Syarat	Keterangan
Chi-Square	117.80 (P=0.026), df= 90	Nilai Chi-Square semakin kecil semakin baik	P = 0.026 < 0.05 <i>Marginal fit</i>
RMSEA	0.039 (Conf. Interval 90%), P value = 0.87	0.05 ≤ RMSEA ≤ 0.08: <i>good fit</i> ≤ 0.05: <i>close fit</i>	<i>Close fit</i>
ECVI (<i>Model</i>) ECVI (<i>Saturated</i>) ECVI (<i>Independence</i>)	0.89 1.13 6.05	ECVI (<i>Model</i>) < ECVI (<i>Saturated Model</i>) = <i>good fit</i>	0.89 < 1.13 = <i>good fit</i> , ECVI Model lebih dekat ke ECVI Saturated dibandingkan ke ECVI Independence = <i>good fit.</i>
AIC (<i>Model</i>) AIC (<i>Saturated</i>) AIC (<i>Independence</i>)	214.16 272 1530.54	AIC (<i>Model</i>) < AIC (<i>Saturated</i>) = <i>good fit</i>	214.16 < 272 = good fit, AIC (<i>Model</i>) lebih dekat ke AIC (<i>Saturated</i>) dibandingkan ke AIC (<i>Independence</i>) : <i>good fit</i>
NNFI	0.97	≥ 0.90: <i>good fit</i> 0.80 ≤ NNFI ≤ 0.90: <i>marginal fit</i>	<i>Good fit</i>
NFI	0.92	≥ 0.90: <i>good fit</i> 0.80 ≤ NFI ≤ 0.90: <i>marginal fit</i>	<i>Good fit</i>
IFI	0.98	≥ 0.90: <i>good fit</i> 0.80 ≤ IFI ≤ 0.90: <i>marginal fit</i>	<i>Good fit</i>
RFI	0.89	≥ 0.90: <i>good fit</i> 0.80 ≤ RFI ≤ 0.90: <i>marginal fit</i>	<i>Marginal fit</i>
RMR	0.047	≤ 0.05: <i>good fit</i>	<i>Good fit</i>
GFI	0.94	≥ 0.90: <i>good fit</i> 0.80 ≤ GFI ≤ 0.90: <i>marginal fit</i>	<i>Good fit</i>

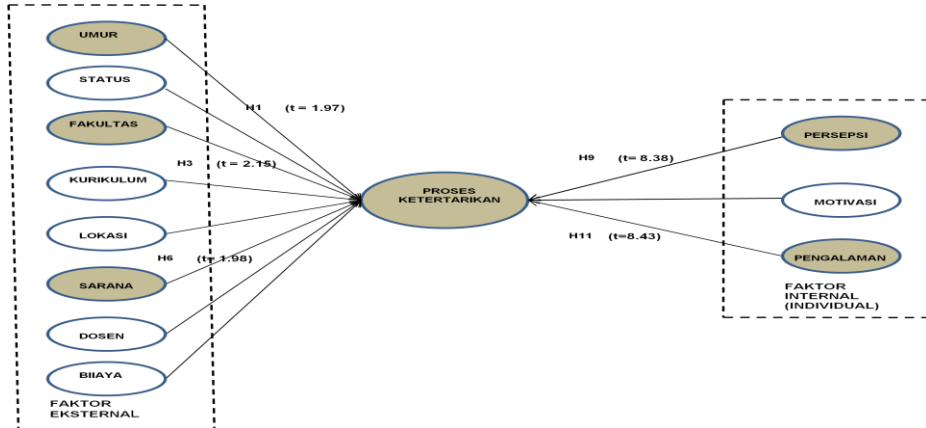
Dari 10 kriteria model struktural yang mengindikasikan model termasuk baik, 7 kriteria

sudah terpenuhi dari model hasil respesifikasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa model

struktural hasil penelitian adalah baik (*good fit*).

Hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya dapat

digambarkan seperti pada Gambar 2 berikut :



Gb 3. Hasil Penelitian

Dari model pada Gambar 3 dapat dijelaskan bahwa para siswa SLTA baik SMU maupun SMK dalam proses ketertarikan untuk berkuliah atau tidak di UNSUR, dipengaruhi secara langsung oleh Faktor Eksternal yang meliputi Umur UNSUR (UMR), Fakultas (FAK), Sarana-prasarana (SRN).

Proses ketertarikan untuk berkuliah juga dipengaruhi secara langsung oleh Faktor Individual yaitu Persepsi para siswa SLTA mengenai UNSUR (PSI) dan Pengetahuan / pengalaman para siswa SLTA bagaimana berkuliah di UNSUR dari orang-orang yang sudah berkuliah di UNSUR (PMB).

Tahap-tahap yang dilalui oleh para siswa SLTA khususnya dalam proses ketertarikan untuk berkuliah atau tidak di UNSUR adalah Pencarian informasi dan Evaluasi terhadap informasi yang mereka dapat.

KESIMPULAN

UNSUR sebagai salah satu perguruan tinggi di Cianjur yang berdiri sejak tahun 2000, baru dikenal rata-rata 2 – 6 tahun oleh para siswa SLTA di Cianjur kota maupun kabupaten. Faktor-faktor Eksternal yang merupakan atribut-atribut UNSUR, yang terdiri dari Umur, Fakultas dan Sarana-prasarana merupakan faktor yang mempengaruhi para siswa SLTA calon mahasiswa dalam proses ketertarikan untuk berkuliah di UNSUR. Sementara Faktor Individual yang berpengaruh dalam proses tersebut adalah persepsi mengenai UNSUR dan pengetahuan atau pengalaman berkuliah yang mereka dapat. Tahap-tahap yang

dilalui dalam proses pengambilan keputusan adalah pencarian informasi (informasi mengenai UNSUR yang dilakukan melalui brosur, papan iklan dan promosi langsung ke sekolah-sekolah mempengaruhi minat berkuliah di UNSUR) dan evaluasi akan informasi yang mereka dapat (informasi atau promosi mengenai UNSUR akan meyakinkan para siswa untuk berkuliah di UNSUR).

Terdapat keterkaitan yang erat antara faktor-faktor eksternal (atribut UNSUR) dengan faktor individual siswa, dimana keterkaitan kedua faktor tersebut bersama-sama secara simultan merupakan faktor yang mempengaruhi para siswa SLTA dalam proses ketertarikan untuk berkuliah di UNSUR.

Status UNSUR (sebagai perguruan tinggi swasta, terakreditasi dan bukan merupakan BHPT), Kurikulum (waktu tempuh kuliah, jumlah sks, jadwal perkuliahan), Lokasi (mudah dicari, dilalui angkutan umum), Kompetensi Dosen (sesuai dengan bidang keilmuan, lebih dari 50% S2, rata-rata berusia 35 – 45 tahun), dan Biaya Kuliah (biaya kuliah, sistem pembayaran, beasiswa) tidak mempengaruhi mereka dalam proses ketertarikan untuk berkuliah. Para siswa tidak termotivasi (berkuliah memenuhi kebutuhan, menjamin kehidupan di masa datang, menjadi sarjana dapat diwujudkan) dan tidak mempunyai kesadaran akan kebutuhan kuliah dalam proses pengambilan keputusan. Tahap-tahap yang dilalui dalam proses ketertarikan untuk berkuliah adalah pencarian informasi (informasi mengenai UNSUR yang dilakukan melalui brosur, papan iklan dan promosi langsung ke sekolah-sekolah

mempengaruhi minat berkuliah di UNSUR) dan evaluasi akan informasi yang mereka dapat (informasi atau promosi mengenai UNSUR akan meyakinkan para siswa untuk berkuliah di UNSUR).

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2003). Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan. Alfabeta. Bandung.
- Hawkins, D.I, Mothersbaugh, D.L. & Best, R.J. (2007). Consumer Behavior. (Building Marketing Strategy). McGraw-Hill. tenth edition. p : 281.
- Hendarman. (2007). Akreditasi dan Status Perguruan Tinggi. BAN-PT. Jakarta.
- Kotler, P. (2000). Marketing Management. Prentice Hall International. Inc. New Jersey.
- Kotler, P. (2003). Principles of Marketing. Prentice Hall International. Inc. New Jersey.
- Kountur, R. (2007). Metode Penelitian. Edisi Revisi PPM Manajemen. Jakarta.
- Lisarini, E. (2009). Pengujian Instrumen Penelitian. (tidak dipublikasikan). Cianjur.
- Octavian, H.S. (2005). Manajemen Pemasaran Sekolah sebagai Salah Satu Kunci Keberhasilan Persaingan Sekolah. *Jurnal Pendidikan Penabur*. Bogor.
- Rejeki, S. (2004). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Medan. Tesis. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Rozi, N. F. (2007). Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus pada Yayasan Pondok Modern Al-Rifai'e Gondanglegi Malang). *Jurnal Skripsi, Jurusan Manajemen Konsentrasi Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*.
- Rusdiansyah, F. (2009). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berbelanja. (*Suatu Studi Kasus Pada Hypermart Solo Grand Mall*). *Jurnal Skripsi FE Universitas Muhammadiyah. Solo*.
- Schiffman, L.G., & L.L. Kanuk. (2002). *Consumer Behavior*. 7th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman, L.G., & L.L. Kanuk. (2007). *Consumer Behavior*. USA, New Jersey: Prentice Hall.
- Solimun. (2002). Multivariate Analysis. Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos. Unibraw. Malang
- Solomon, M.R. (2009). *Consumer Behavior. Buying, Having and Being*. 8th edition. Pearson Education International. U.K.
- Wijanto, S.H. (2008). *Structural Equation Modeling. Lisrel 8.8. Konsep dan Tutorial, Graha Ilmu*. Jakarta

