

**LAPORAN PENELITIAN MADYA
BIDANG KEILMUAN**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN
KEPUTUSAN KULIAH DI UNIVERSITAS TERBUKA
(STUDI KASUS MAHASISWA NON PENDAS UPBJJ MEDAN)**

Oleh :

- **Adrianto, SE, MM** (Ketua)
(adrianto@ut.ac.id)
- **Drs. Khairat** (Anggota)

**MANAJEMEN / FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TERBUKA
2011**

Lembar Pengesahan

USULAN PENELITIAN MADYA BIDANG KEILMUAN UNIVERSITAS TERBUKA

1. a. Judul Penelitian : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Kuliah di Universitas Terbuka (Studi Kasus Mahasiswa Non Pendas UPBJJ Medan)
- b. Bidang Penelitian : Penelitian Keilmuan
- c. Klasifikasi Penelitian : Penelitian Madya

2. Ketua Peneliti
 - a. Nama Lengkap & Gelar : Adrianto,SE,MM
 - b. NIP : 19750117 200604 1 001
 - c. Golongan Kepangkatan : III-b
 - d. Jabatan Akademik Fakultas Dan Unit Kerja : Asisten Ahli / Fekon dpk UPBJJ Medan
 - e. Program Studi : Manajemen

3. Anggota Peneliti
 - a. Jumlah : 1 (satu) orang
 - b. Nama Anggota dan Unit Kerja : Drs. Khairat dan FKIP dpk UPBJJ Medan
 - c. Program Studi : Pendidikan Dasar

4. a. Periode Penelitian :
b. Lama Penelitian : 6 Bulan

5. Biaya Penelitian : Rp.20.000.000

6. Sumber Biaya : UT Pusat (Dana Penelitian Madya)



Agus Joko Purwanto
NIP. 19660508 199203 1 003

Ketua Peneliti
Adrianto, SE,MM
NIP. 19750117 200604 1 001
Menyetujui
Kepala Pusat Keilmuan

Endang Nugraheni
NIP. 19570422 198503 2 001

DAFTAR ISI

Bab I	: Pendahuluan.....	1
	1.1. Latar Belakang Masalah	1
	1.2. Rumusan Masalah	4
	1.3. Tujuan Penelitian.....	4
	1.4. Manfaat Penelitian.....	5
Bab II	: Kajian Pustaka.....	6
	2.1. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Konsumen	6
	2.2. Model Perilaku Pembelian Konsumen	7
	2.3. Tahap – Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	9
	2.4. Manajemen Pemasaran Jasa	12
	2.5. Karakteristik Dan Klasifikasi Jasa.....	14
	2.6. Kerangka Konseptual	15
	2.7. Hipotesis	16
Bab III	: Metode Penelitian.....	18
	3.1. Rancangan Penelitian	18
	3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
	3.3. Populasi dan Sampel.....	18
	3.4. Pengembangan Instrumen.....	19
	3.5. Prosedur Pengumpulan Data	22
	3.6. Rencana Analisis Data.....	23

BAB IV : Analisis Hasil Penelitian.....	27
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
4.2. Data Penelitian.....	34
4.3. Analisis Dan Pembahasan	37
4.4. Pengujian Hipotesis Parsial	38
4.5. Pengujian Secara Simultan	40
4.6. Koefisien Determinasi	41
BAB V : Kesimpulan Dan Saran	42
A. Kesimpulan	42
B. Saran	43

Daftar Pustaka

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Jumlah Mahasiswa Aktif di UPBJJ UT Medan Program Non Pendas Per Prodi Masa 2010.2 – 2011.2.....	30
Tabel 4.2.	Jumlah Mahasiswa Yang Registrasi Ulang di UPBJJ UT Medan Program Non Pendas Per Prodi Masa 2010.2 – 2011.2.....	31
Tabel 4.3.	Jumlah Calon Mahasiswa Yang Registrasi Pertama di UPBJJ UT Medan Program Non Pendas Per Prodi Masa 2010.2 – 2011.2	32
Tabel 4.4.	Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Tempat Ujian Program Non Pendas Masa 2010.2 – 2011.2.....	33
Tabel 4.5.	Jumlah Sampel Berdasarkan Tempat Ujian Program Non Pendas Masa 2011.2.....	34
Tabel 4.6.	Distribusi Umum Responden UPBJJ UT Medan	35
Tabel 4.7.	Distribusi Tingkat Pendidikan Responden UPBJJ UT Medan	35
Tabel. 4.8.	Distribusi Pekerjaan Responden UPBJJ UT Medan.....	36
Tabel 4.9.	Uji Validasi.....	37
Tabel. 4.10.	Uji Reabilitas	38
Tabel 4.11.	Uji Hipotesis Parsial	39
Tabel. 4.12	Uji Hipotesis Secara Simultan.....	40
Tabel. 4.13.	Uji Determinasi.....	41

Bab I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Universitas Terbuka (UT) merupakan salah satu universitas negeri yang ada di Indonesia dan tersebar di seluruh provinsi yang ada di wilayah Indonesia. UT yang berada di salah satu provinsi merupakan kantor operasional yang dikenal dengan Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) diprovinsi tersebut. Salah satunya adalah UPBJJ UT Medan, jumlah mahasiswa UPBJJ UT Medan per masa registrasi 2010,2 secara total tercatat 12.234 mahasiswa (Data SRS UPBJJ Medan). Dari jumlah tersebut 11.190 orang merupakan mahasiswa pendidikan dasar (pendas) dan 1.044 merupakan mahasiswa non pendidikan dasar (non pendas) dan jumlah ini akan terus ditingkatkankan hingga mencapai jumlah di atas 7000 mahasiswa. Hal ini perlu karena pada tahun 2021 target jumlah mahasiswa non pendas di UT harus mencapai 250.000 orang. Berdasarkan perhitungan tersebut maka UPBJJ Medan harus dapat merekrut sekitar 600 mahasiswa baru per tahun.

Dalam upaya mencapai tujuan peningkatan jumlah mahasiswa non pendas, UPBJJ UT Medan menghadapi beberapa tantangan, salah satunya adalah banyaknya universitas swasta yang juga membuka program pembelajaran jarak jauh atau membuka program di kabupaten atau kota tertentu. Sampai dengan tahun 2010 berdasarkan data Kopertis Wilayah I NAD dan Sumut tercatat 6 universitas swasta yang berdiri di luar kota Medan dan di Medan sendiri tercatat 26 universitas swasta dan 3 universitas negeri

yang menawarkan berbagai program studi dengan biaya yang relatif terjangkau dan dapat dicicil dalam jangka waktu tertentu dan waktu belajar yang fleksibel disertai proses belajar mengajar di dalam kelas untuk semua mata kuliah. Hal ini dilakukan guna menjaring para calon mahasiswa di universitas tersebut. Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi UT untuk meningkatkan jumlah mahasiswa non pendas menghadapi tahun 2021.

Penelitian yang dilakukan oleh Haryanto, et. al. (1999:372) dengan mengambil sampel pada mahasiswa program studi D-III Fakultas Ekonomi UNS Solo mencoba menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih perguruan tinggi. Dalam penelitian itu juga dijelaskan faktor-faktor yang dijabarkan terdiri dari layanan terhadap mahasiswa, promosi, sumber daya manusia, situasi, referensi, prasarana dan alumni, harga, citra, kegiatan ekstra kurikuler, dan letak atau lokasi. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa faktor layanan mampu mempengaruhi minat calon mahasiswa. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa guna menarik calon mahasiswa diperlukan strategi marketing yang bukan strategi menjual jasa pendidikan menurut apa adanya, melainkan bagaimana mendekati layanan sesuai dengan keinginan mahasiswa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Atmaja (2009:72) yang menyimpulkan sebaliknya bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh pada pemilihan suatu perguruan tinggi. Penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa citra dari suatu perguruan tinggi yang berpengaruh positif terhadap pemilihan suatu perguruan tinggi.

Menurut Kotler (2000:223) proses keputusan pembeli berhubungan dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi keputusan perilaku

sesudah pembelian yang tidak terlepas dari karakter pembeli yang terdiri dari faktor budaya, sosial, perorangan dan kejiwaan. Berdasarkan pendapat diatas proses pengambilan maka keputusan untuk belajar di universitas tertentu merupakan faktor penentu dalam pemutusan untuk mengikuti proses belajar mengajar disuatu universitas. Dalam penlitian Atmaja juga dijelaskan bahwa pemilihan untuk belajar di suatu universitas tidak hanya didasarkan biaya kuliah yang terjangkau tetapi memiliki karakter tersendiri dibanding dengan universitas-univeritas lainnya. Faktor yang mempengaruhi keputusan memilih universitas antara lain fasilitas, dan lokasi. Selain itu faktor psikologis, sosial dan budaya turut mempengaruhi seseorang untuk memilih produk tertentu. Untuk Pendidikan Tinggi Jarak Jauh (PTJJ) menurut Fishbein dan Azjen (1975) pada penelitian Maria, et.al adalah : sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*), norma subjektif (*subjective norm*), Kendali perilaku penerimaan (*perceived behavioural control*), intensitas pembelian (*buying intention*) dan perilaku pembelian (*buying behaviour*)

Penelitian Maria et.al (2011; 153-166) pada *Turkish Online of Distance Education Journal* keyakinan, motivasi serta rekomendasi pribadi dari kelompok referensi (teman, saudara, orang tua) merupakan faktor yang kuat dalam mempengaruhi keputusan kuliah di PTJJ. Penelitian yang dilakukan Riana et.al (2006; 20-33) mengenai proses pembuatan keputusan mahasiswa UT menyimpulkan bahwa karakteristik pada PTJJ seperti kemudahan mengikuti perkuliahan merupakan kriteria alternatif yang paling penting dan merupakan jenis informasi yang paling dicari oleh calon mahasiswa

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

- a. Adakah pengaruh signifikan secara bersama-sama antara sikap terhadap perilaku, norma subjektif, Kendali perilaku penerimaan, dan perilaku pembelian terhadap keputusan kuliah di Universitas Terbuka".
- b. Bagaimanakah pengaruh faktor sikap terhadap perilaku, norma subjektif, Kendali perilaku penerimaan, dan perilaku pembelian terhadap pengambilan keputusan kuliah di Universitas Terbuka".

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh signifikan secara bersama-sama faktor sikap terhadap perilaku, norma subjektif, Kendali perilaku penerimaan, dan perilaku pembelian terhadap keputusan kuliah di Universitas Terbuka".
- b. Untuk menjelaskan faktor sikap terhadap perilaku, norma subjektif, Kendali perilaku penerimaan, dan perilaku pembelian terhadap keputusan kuliah di Universitas Terbuka".

1.4. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian adalah:

1. Secara teoritis hasil penelitian ini akan bermanfaat dalam pengembangan teori, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk memutuskan mengikuti program pendidikan di perguruan tinggi.
2. Memberikan gambaran nyata mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk mengikuti program pendidikan di UT dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi UT Pusat dalam upayanya meningkatkan jumlah mahasiswa non pendas.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Jenis-jenis Perilaku Keputusan Konsumen

Ada beberapa jenis perilaku keputusan konsumen menurut Kotler (2000: 247 - 249) adalah (1) perilaku pembelian kompleks, (2) perilaku pembelian yang mengurangi ketidaksesuaian, (3) perilaku pembelian menurut kebiasaan (4) perilaku pembelian yang mencari variasi dengan penjelasan sebagai berikut:

1. **Perilaku konsumen dalam pembelian tergolong kompleks.** Ketika mereka sangat terlibat dalam suatu pembelian dan menyadari adanya perbedaan nyata antara berbagai merek. Para konsumen sangat terlibat bila suatu produk mahal, jarang dibeli, beresiko dan mempunyai ekspresi pribadi yang tinggi. Jenis perilaku pembelian kelompok ini akan melalui suatu proses belajar, yang pertama ditandai dengan mengembangkan kepercayaan mengenai produk tersebut, kemudian membuat perilaku pembelian dengan kebijaksanaan.
2. **Perilaku konsumen yang mengurangi ketidaksesuaian.** Kadang-kadang terlibat dalam suatu pembelian tetapi tidak melihat banyak perbedaan dalam merek. Keterlibatan yang tinggi ini sekali lagi berdasarkan kenyataan bahwa pembelian tersebut bersifat mahal, jarang dan beresiko. Dalam kasus ini pembeli akan berkeliling untuk mempelajari apa yang tersedia akan membeli dengan cukup cepat karena perbedaan merek tidak nyata. Pembeli menanggapi hanya menurut harga yang baik atau menurut kemudahan dalam membeli. Sebagai contoh pembelian mobil adalah keputusan mempunyai keterlibatan

tinggi karena harganya yang, mana dan merupakan suatu barang yang memberikan ekspresi diri. Setelah pembelian tersebut, konsumen itu mungkin mengalami ketidaksesuaian yang disebabkan oleh adanya hal tertentu yang mengganggu dari mobil tersebut, sehingga konsumen tersebut akan luas pada terhadap informasi yang dapat membenarkan keputusan tersebut.

- 3. Perilaku pembelian menurut kebiasaan.** Banyak produk yang dibeli dengan keterlibatan konsumen yang rendah dan tidak ada perbedaan merek yang signifikan. Terdapat kebiasaan bahwa para konsumen mempunyai keterlibatan yang rendah dengan kebanyakan barang yang murah dan sering dibeli. Perilaku konsumen dalam kasus di atas tidak melalui urutan kepercayaan/pendirian perilaku yang normal. Para konsumen tidak secara ekstensif mencari informasi mengenai merek, mengevaluasi "karakteristiknya dan membuat keputusan penuh pertimbangan mengenai merek apa yang dibeli.
- 4. Perilaku pembelian yang mencari variasi.** Beberapa situasi pembelian ditandai dengan keterlibatan konsumen yang rendah tetapi perbedaan merek bersifat nyata. Konsumen memiliki sedikit kepercayaan, memilih sebuah merek tanpa terlalu banyak mengevaluasi dan mengevaluasinya selama mengkonsumsi atau mempergunakannya.

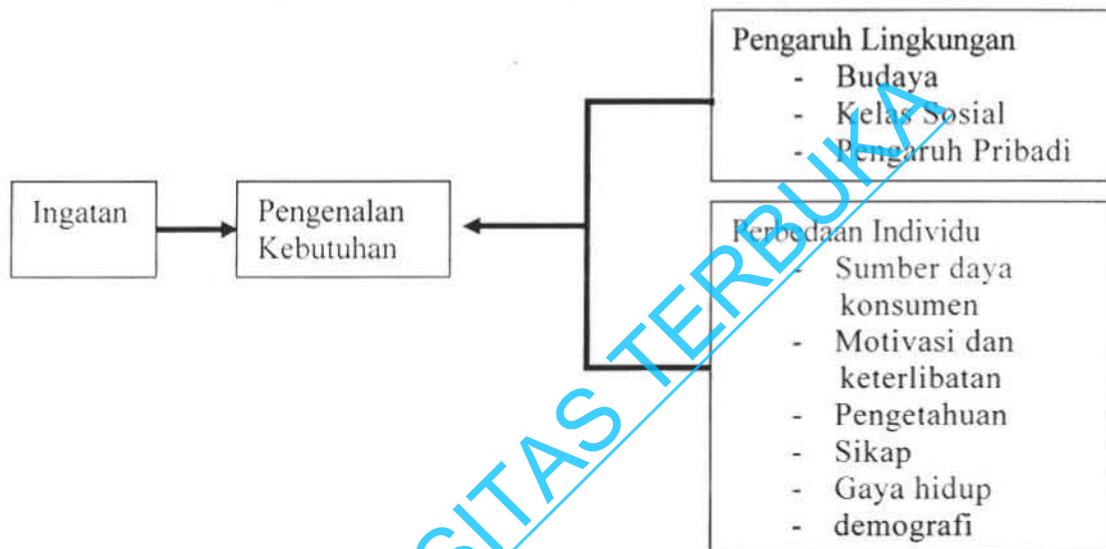
2.2. Model Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu proses dinamis yang berlangsung secara terus menerus. Perilaku konsumen akan mempengaruhi proses keputusan yang diambil oleh konsumen dalam pembelian sebuah produk. Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh pengenalan kebutuhan.

Pengenalan kebutuhan biasanya kompleks. Sebagai dasar untuk memahami perilaku pembelian, maka pengenalan kebutuhan yang dikemukakan Engel et. al. (1995: 136) akan membantu memberikan pemahaman . Dalam model pengenalan kebutuhan tersebut, secara umum ada 3(tiga) hal, yaitu: informasi yang disimpan di dalam ingatan, perbedaan individu dan pengaruh lingkungan.

Gambar 2.1

Tiga Determinan Pengenalan Kebutuhan



1. Informasi yang disimpan di dalam ingatan

Informasi yang tersimpan di dalam ingatan konsumen tentang berbagai produk dan jasa, apakah melalui proses pencarian informasi, maupun efek man akan memberikan dampak yang mempengaruhi seseorang dalam pengenalan sebuah kebutuhan.

2. Perbedaan Individu

Perbedaan individu seseorang akan mempengaruhi tingkat kebutuhan, ekspresi, cara pandang dan bersosialisasi dengan lingkungannya. Sikap individu memiliki konsep diri dan pendirian Kesemuanya ini

akan mempengaruhi seorang individu dalam pengenalan terhadap kebutuhannya.

3. Pengaruh lingkungan

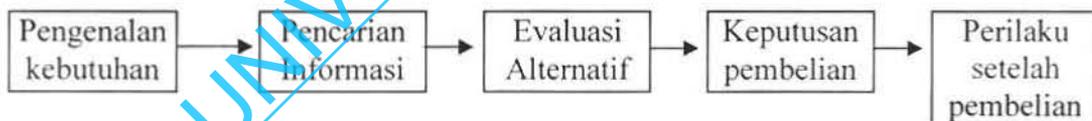
Lingkungan seseorang mempunyai andil dalam membentuk pola pengambilan keputusan seorang individu terhadap perilaku keputusan pembelian lingkungan sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi.

2.3. Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian

Kotler (2000: 251) mengemukakan bahwa ada lima tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian yaitu : Pengenalan kebutuhan, Pencarian informasi, evaluasi alternatif, Keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Dapat digambarkan dengan model pada halaman berikut :

Gambar 2.3

Model Proses Pembelian Lima Tahap



Sumber : Kotler (2000: 251)

2.3.1. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh stimulus intern atau ekstern. Rangsangan dari dalam muncul karena seseorang merasakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhinya.

Penganalisaan keinginan dan kebutuhan ini ditujukan terutama untuk mengetahui adanya keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan segera memahami adanya kebutuhan yang belum perlu segera dipenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan-kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi.

2.3.2. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang tergerak oleh stimulus akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi. Kita dapat membedakan dua tingkatan. Beberapa pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen tergantung pada kekuatan dorongannya, jumlah informasi yang telah dipunyai, kemudahan dalam memperoleh informasi tambahan, nilai yang dia berikan pada informasi tambahan dan kepuasan yang dia peroleh dari pencarian informasi.

2.3.3. Evaluasi Alternatif

Tidak ada evaluasi tunggal yang sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau bahkan oleh seorang konsumen dalam semua situasi pembelian. Konsumen biasanya mengidentifikasi alternatif pembeliannya. Pengidentifikasi alternatif pembelian tersebut tidak dapat terpisah dari pengaruh sumber-sumber yang dimiliki seperti : waktu, uang dan informasi. Konsep dalam memahami proses evaluasi konsumen adalah bahwa konsumen berusaha memuaskan satu kebutuhan, konsumen tersebut mencari manfaat tertentu dari solusi produk.

2.3.4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk suatu

maksud pembelian untuk membeli merek yang paling disukai. Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu :

1. Sikap atau pendirian orang lain. Sampai di mana pendirian orang lain dapat mengurangi alternatif, yang disukai seseorang tergantung pada intensitas dari pendirian negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen.
2. Situasi yang tidak dapat diantisipasi. Maksud pembelian juga dipengaruhi oleh faktor kedua yaitu situasi yang tidak diantisipasi. Konsumen membentuk suatu maksud pembelian atas dasar faktor-faktor seperti pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan.

2.3.5. Perilaku Setelah Pembelian

Setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu, konsumen juga akan melakukan tindakan setelah pembelian dan menggunakan produk tersebut yang mendapat perhatian dari masyarakat, setelah membeli suatu produk atau jasa seorang konsumen mungkin menemukan suatu kekurangan atau cacat. Pembeli tidak akan mau produk yang cacat, sementara yang lain mungkin indifferen terhadap kekurangan tersebut dan sebagian lagi bahkan mungkin melihat kekurangan tersebut menambah nilai produknya.

Untuk mencapai keharmonisan dan meminimumkan ketidaksesuaian, pembeli harus mengurangi keinginan-keinginan lain sesudah pembelian, selain itu pembeli juga harus mengeluarkan waktu lebih banyak lagi untuk membuat

evaluasi sebelum membeli. (Tjiptono, 2002: 122). Dari kutipan di atas jelas bahwa : Konsumen membentuk harapan mereka atas dasar pesan-pesan yang diterima dari penjual, teman dan sumber informasi lain. Jika penjual membesarkan manfaat produk, konsumen akan mengalami harapan yang tidak tercapai (*disconinmed expectation*), yang menyebabkan ketidakpuasan. Semakin besar jarak antara harapan dan hasil yang dirasakan, semakin besar ketidakpuasan konsumen.

2.4. Manajemen Pemasaran Jasa

Menurut Kotler (2000:270) pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka perlukan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan saling bertukar produk dan layanan yang bernilai secara bebas dengan pihak lain. Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika dalam Kotler (2000:15), pemasaran adalah proses untuk merencanakan dan melaksanakan perancangan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari ide barang dan layanan untuk menimbulkan pertukaran yang bisa memenuhi tujuan individu dan organisasi .

Pemasaran dan jasa mempunyai hubungan yang sangat erat seperti terhadap barang. Dalam hal ini ada satu hal yang tidak dapat dipungkiri bahwa semakin banyak perkembangan yang terjadi dalam pemasaran jasa. Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa mempunyai banyak arti mulai dari layanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. nyai hubungan yang sangat erat seperti terhadap

barang. Dalam hal ini ada satu hal yang tidak dapat dipungkiri bahwa semakin banyak perkembangan yang terjadi dalam pemasaran jasa. Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa mempunyai banyak arti mulai dari layanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa.

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh setiap pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran jasa adalah proses untuk merencanakan dan melaksanakan perancangan, penetapan harga, promosi, dan distribusi dari setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh setiap pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Berdasarkan dari definisi-definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen pemasaran jasa adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya untuk merencanakan dan melaksanakan perancangan, penetapan harga promosi dan distribusi dari setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh setiap pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan.

Pada dasarnya jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dengan

memberikan nilai tambah (seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

2.5. Karakteristik dan Klasifikasi Jasa

Menurut Kotler (2000: 273) ada empat karakteristik yang dimiliki oleh suatu jasa, yaitu :

1. Tidak berwujud .Jasa mempunyai sifat tidak berwujud. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak bisa dilihat, dirasa, diraba atau dicium sebelum jasa tersebut dibeli. Misalnya seseorang yang meminta operasi plastik pada hidungnya tidak bisa melihat hasilnya sebelum operasional dilakukan, dan pasien yang menghadap klinik psikiater tidak dapat mengetahui wujud barang sebelumnya.
2. Tidak dapat dipisahkan Jasa pada umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang sama, tidak dapat dibagi. Jasa pendidikan langsung dirasakan oleh mahasiswa pada saat itu juga, oleh dosen tertentu pula.
3. Berubah-ubah. Bidang jasa sesungguhnya sangat mudah berubah-ubah karena jasa ini sangat tergantung pada siapa yang menyajikan, kapan dan dimana disajikan.
4. Daya tahan Jasa jelas tidak dapat disimpan. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan mantap karena menghasilkan jasa dimuka adalah mudah. Bila permintaan berubah naik maka masalah yang sulit akan segera muncul.

Menurut Stanton (2008: 286) sifat khas jasa bersumber dari beberapa ciri yang membedakannya dari produk. Ciri tersebut juga memberikan tantangan-tantangan dan kesempatan khusus dalam permasalahan. Ciri-ciri tersebut adalah :

1. Tak berbentuk (*intangible*) Jasa tidak dapat diraba, pelanggan tidak dapat mengambil contohnya (mencicipi, merasakan, melihat, mendengar atau mencium) sebelum pelanggan membelinya.
2. Tak terpisahkan (*inseparability*) Jasa kerap kali tak terpisahkan dari pribadi penjual. Jasa tertentu harus diciptakan dan digunakan habis pada saat yang bersamaan.
3. Heterogenitas Industri jasa, bahkan penjual individual jasa tidak mungkin mengadakan standarisasi dari output. Setiap unit jasa agak berbeda dengan unit-unit yang lain dari jasa yang sama.

Dari dua pendapat diatas maka Universitas Terbuka dapat dikategorikan sebagai organisasi jasa, khususnya bidang pendidikan.

2.6. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian di atas, berikut ini akan dikemukakan suatu kerangka konseptual penelitian yang berdasarkan teori-teori dari perilaku pembelian konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam pengambilan keputusan kuliah di UT adalah (1) Sikap terhadap perilaku, (2) norma subjektif, (3) kendali perilaku penerimaan, dan (4) perilaku pembelian.

Hal ini dapat dilihat pada kerangka konsep penelitian dalam bentuk gambar maka terlihat berikut ini.

Gambar : 2.6



2.7. Hipotesis

Dari pokok permasalahan, dan kajian teori dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

1. Ada pengaruh signifikan secara bersama-sama faktor sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kendali perilaku penerimaan, dan perilaku pembelian terhadap pengambilan keputusan mengikuti program non pendas di UT.
2. Ada pengaruh positif dan sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kendali perilaku penerimaan, dan perilaku pembelian secara parsial terhadap pengambilan keputusan mengikuti program non pendas di UT.

Untuk menguji keberartian koefisien secara simultan (keseluruhan) dengan formulasi operasional hipotesis sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ (faktor sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kendali perilaku penerimaan, dan perilaku pembelian tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kuliah di Universitas Terbuka)
2. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$ (faktor sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kendali perilaku penerimaan, dan perilaku pembelian berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan kuliah di Universitas Terbuka)

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini bersifat penelitian penjelasan (*explanatory research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menjelaskan pengaruh antar variabel atau hubungan kausal antara variable yang diteliti dan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mengikuti program studi di UT serta mengetahui faktor yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk mengikuti program di Universitas Terbuka.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Terbuka (UT) Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Medan Jl Peratun No 1A Medan Estate. Pemilihan lokasi ini karena UPBJJ Medan mempunyai 6 lokasi (Medan, Pematang Siantar, Sibolga, Sidikalang, Nias, dan Nias Selatan) ujian program studi non pendas yang tersebar di seluruh Sumatera Utara. Waktu Penelitian dilakukan Selama 6 Bulan.

3.3. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang teregistrasi mengikuti program non pendas masa 2011.1 di seluruh wilayah Sumatera Utara. Sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan jumlah populasi di daerah yang mengadakan ujian non pendas. Penarikan sampel menggunakan cara kluster (*cluster sampling*). Populasi yang dianggap heterogen terlebih dahulu dikelompokkan dalam beberapa sub populasi, sehingga tiap subpopulasi memiliki anggota yang relatif homogen.

Untuk menentukan jumlah sampel maka digunakan rumus Slovin (dalam Umar 2009:78)

$$\text{Rumus } n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel (5%)

Setelah populasi dibagi berdasarkan wilayah maka selanjutnya ditentukan ukuran jumlah sampel dari sub populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel pada sub pupulasi berdasarkan *sample fraction*.

$$\text{Rumus } f_i = \frac{N_i}{N}$$

Dimana : f_i = jumlah sampel

N_i = Jumlah sub pupulasi

N = Jumlah populasi

Sumber : Umar (2009:89)

3.4. Pengembangan Instrumen

Instrumen dalam penelitian dikembangkan melalui kuesioner, pedoman wawancara dan studi pustaka. Pengembangan intrumen dalam penelitian ini berdasarkan variabel - variabel yang dibentuk melalui indikator-indikator yang diamati.

Pengamatan ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket yang bertujuan untuk mengetahui faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan kuliah di UT. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) diukur dengan menggunakan pertanyaan spesifik berkenaan dengan perilaku tingkat kepercayaan dan evaluasi dalam pemilihan belajar di PTJJ.
2. Norma subjektif (*subjective norm*) diukur dengan menggunakan pertanyaan spesifik berkenaan dengan kepercayaan normatif dan motivasi dari rekomendasi personal atau kelompok untuk memilih PTJJ.
3. Kendali perilaku penerimaan (*Perceived behavioural control*) diukur dengan menggunakan pertanyaan yang spesifik berkenaan dengan kekuatan keyakinan dan kendali kekuatan keyakinan dalam pemilihan PTJJ. Indikator dalam kendali perilaku penerimaan adalah:
4. Perilaku Pembelian (*Buying behaviour*) merupakan tindakan spesifik dalam memutuskan kuliah di PTJJ. Indikator dalam perilaku pembelian adalah sebagai berikut:

Beberapa variabel akan diukur dengan empat hingga lima indikator dan masing-masing indikator berupa pertanyaan yang akan mengukur pengaruh suatu faktor dalam pengambilan keputusan kuliah di UT. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif dan diberi skor sebagai berikut:

1. Sangat setuju/sangat sering/baik sekali/sangat positif diberi skor 5.
2. Setuju/sering/positif/baik/ diberi skor 4.
3. Ragu-ragu/netral/kadang-kadang/cukup baik diberikan skor 3.
4. Tidak setuju/tidak pernah/negatif/ kurang baik diberi skor 2.

5. Sangat tidak setuju/sangat tidak pernah/sangat negatif sangat tidak baik diberi skor 1.

Selanjutnya variabel yang ada akan dijabarkan dalam beberapa pertanyaan di mana masing-masing pertanyaan mempunyai skor jawaban mulai 0-5.

Indikator-indikator tersebut, antara lain :

1. Keputusan Kuliah di UT (Y) Variabel keputusan pemilihan perguruan tinggi dapat diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut (Haryanto, et. al., 1999):
 - a. Pemilihan tempat kuliah karena perguruan tinggi terkenal.
 - b. Rekomendasi untuk kuliah perguruan tinggi tertentu kepada orang lain.
 - c. Minat kuliah relatif tinggi.
 - d. Keinginan kuliah karena merupakan perguruan tinggi yang berkualitas baik.
 - e. Keinginan kuliah karena keinginan memperoleh karir yang baik.
2. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) indikator dalam sikap terhadap perilaku ini sebagai berikut:
 - a. Sikap terhadap biaya di PTJJ
 - b. Sikap terhadap pelayanan akademik di PTJJ
 - c. Kepercayaan dalam kualitas pendidikan PTJJ
 - d. Kepercayaan pada ketersediaan pelayanan pendukung pembelajaran melalui proses pembelajaran
 - e. Kepercayaan dalam melanjutkan kuliah tanpa terganggu aktifitas lainnya
3. Norma subjektif (*subjective norm*) indikator dalam norma subjektif sebagai berikut:
 - a. Motivasi pada diri sendiri
 - b. Saran dari anggota keluarga (orang tua, kakak, adik pasangan, dan lainnya)
 - c. Saran dari teman dekat (rekan kerja, teman dan lainnya)
 - d. Saran dari para tetangga

4. Kendali perilaku penerimaan (*Perceived beharvioural control*) indikator dalam kendali perilaku penerimaan adalah:
 - a. Informasi yang lengkap mengenai pemilihan PTJJ
 - b. Kemampuan untuk belajar mandiri
 - c. Ketersediaan fasilitas dan infrastruktur pada PTJJ
 - d. Kemampuan untuk mengatur waktu untuk belajar mandiri
 - e. Pendukung dalam kesiapan dan keuangan
5. Perilaku Pembelian (*Buying behaviour*) indikator dalam perilaku pembelian adalah sebagai berikut:
 - a. Keputusan dalam pemilihan PTJJ
 - b. Melakukan registrasi awal
 - c. Memenuhi persyaratan menjadi mahasiswa PTJJ
 - d. Melakukan regsitrasi ulang pada semester berikutnya hingga lulus.

Kuantifikasi faktor-faktor kualitatif dari penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala likert. "Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial" (Sugiyono, 2002: 86). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Setiap indikator pada variabel X dan variabel Y akan diuraikan, kepada lima item pernyataan di mana setiap item pernyataan memiliki skor nilai jawaban 1 sampai 5. Kemudian untuk mencari nilai total dilakukan dengan cara menghitung rata-rata dari skor indikator untuk masing-masing variabel yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

3.5. Prosedur Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data yang dikumpulkan diklasifikasikan pada data yang dibutuhkan dan cara pengumpulan datanya.

3.5.1. Data yang dibutuhkan

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data primer adalah data yang bersumber langsung dari objek penelitian baik itu data observasi, dan data hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuesioner.
- b. Data sekunder adalah data yang berasal dari beberapa instansi yang berkedudukan sebagai penyebar informasi

3.5.2. Cara pengumpulan data responden

1. Kuesioner : kegiatan untuk mengetahui pernyataan-pernyataan responden terhadap variabel penilaian keputusan mengikuti kuliah di UT sebagai indikator untuk menguji hipotesanya. Kuesioner akan disebar pada 6 lokasi ujian yakni : Medan, Sibolga, Dairi, Nias, Nias Selatan, dan Pematang Siantar.
2. Wawancara : kegiatan tanya jawab yang dilakukan kepada mahasiswa UPBJJ UT Medan yang dilaksanakan dengan sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian.

3.6. Rencana Analisis Data

Pengolahan data hasil dari jawaban kuesioner diolah dengan menggunakan bantuan alat komputer SPSS. Hasil jawaban kuesioner pada setiap indikator yang menguji pengaruh antar variabel atau faktor, akan dijumlahkan dan dibagi sesuai banyaknya indikator antara 1 hingga 5 untuk mengetahui rata-rata dari jumlah

jawaban per-responden. Hal ini diasumsikan bahwa antara satu indikator dengan indikator lain dalam satu variabel tidak memiliki hubungan antara satu dengan lainnya dan berdiri sendiri (independen), namun nilai bobot antar indikator di dalamnya memiliki nilai yang sama.

Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, maka kuisioner yang dijadikan sebagai instrumen pengumpulan data harus diuji terlebih dahulu tentang validitas dan realibilitasnya. Menurut Sugiyono (2002: 109), "instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan instrumen yang realibel berarti bila digunakan untuk mengukur berkali-kali akan menghasilkan data yang sama (konsisten)".

Langkah-langkah yang ditempuh untuk menguji validitas data menurut Umar (2009: 93) dapat diringkas sebagai berikut :

1. Mendefenisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur. Konsep yang akan diukur hendaknya dijabarkan terlebih dahulu sehingga operasionalnya dapat dilakukan.
2. Melakukan uji coba pengukuran pada sejumlah responden. Responden diminta menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Jumlah responden untuk uji coba disarankan minimal 30 orang, agar distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.

3.6.1. Teknik Analisis Data

Berdasarkan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiono, 2002: 135). Jawaban setiap item instrumen yang

menggunakan Skala Likert dengan rentangan skor nilai satu yang menunjukkan sangat tidak memuaskan atau sangat tidak setuju sampai dengan nilai 1 yang menunjukkan tanggapan responden sangat memuaskan atau sangat setuju.

Untuk menganalisis pengaruh (1) Sikap terhadap perilaku, (2) norma subjektif, (3) kendali perilaku penerimaan, dan (4) perilaku pembelian terhadap keputusan mengikuti program pendidikan di UT digunakan Model regresi linier berganda (Gujarati, 1999):

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + E$$

Keterangan :

Y = Keputusan Kuliah di UT

X₁ = Sikap terhadap perilaku

X₂ = Norma subjektif

X₃ = Kendali perilaku penerimaan

X₄ = Perilaku Pembelian

E = Variabel residual

b₀ = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = koefisien tiap-tiap variabel

3.6.2. Uji Statistik

- Uji F (F-test)

Untuk mengetahui makna nilai F-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$). Apabila sig. F ≤ 0.05 atau apabila F hitung $>$ F tabel, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

Pengujian uji F adalah dengan membandingkan F hitung dengan F table pada $\alpha = 0,05$. Kesimpulan diperoleh melalui hasil perhitungan dibawah ini:

1. F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kendali perilaku penerimaan dan perilaku pembelian mempengaruhi secara simultan variabel pengambilan keputusan kuliah di Universitas Terbuka.
2. F hitung \leq F table, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen (variabel sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kendali perilaku penerimaan dan perilaku pembelian) berpengaruh tidak signifikan secara simultan terhadap pengambilan keputusan kuliah di Universitas Terbuka.

- Uji t (t-test)

Untuk mengetahui signifikan tidaknya variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan kuliah di Universitas Terbuka secara parsial (individu) digunakan uji t (t-test) . Untuk mengetahui makna nilai t-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi (sig.t) dengan tingkat signifikansi ($\alpha= 5 \%$). Apabila sig. T ≤ 0.05 atau apabila t hitung $>$ F tabel, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel *independent* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Universitas Terbuka adalah Perguruan Tinggi Negeri (PTN) ke-45 di Indonesia yang menerapkan sistem belajar terbuka dan jarak jauh. Sistem belajar ini terbukti efektif untuk meningkatkan daya jangkauan dan pemerataan kesempatan pendidikan tinggi yang berkualitas bagi semua warga negara Indonesia, termasuk mereka yang tinggal di daerah-daerah terpencil, baik di seluruh nusantara maupun di berbagai belahan dunia. Sejak diresmikan pada tahun 1984, UT mendapatkan mandat dari pemerintah untuk memberikan kesempatan yang sangat luas kepada semua warga negara Indonesia, baik yang baru lulus SLTA maupun yang sudah bekerja untuk mengikuti pendidikan tinggi tanpa memandang latar belakang sosial, ekonomi, umur, dan tempat tinggal mereka. Sistem pembelajaran UT memungkinkan belajar yang fleksibel kepada mereka yang tidak memperoleh kesempatan mengikuti sistem pendidikan tinggi tatap muka.

Dengan jumlah mahasiswa aktif lebih dari 460.000, UT tergolong dalam "The Top Ten Mega University of the World" dan salah satu anggota sekaligus pendiri "The Global Mega-University Network (GMUNET)". GMUNET didirikan pada tahun 2003 merupakan jaringan universitas terbuka seluruh dunia dengan jumlah mahasiswa yang terdaftar lebih dari 100.000 orang. UT telah mendapatkan akreditasi, baik akreditasi nasional maupun internasional. Secara internasional, UT telah memperoleh Akreditasi Internasional dan Sertifikasi Kualitas dari *The International Council for Open*

and Distance Education (ICDE) Standard Agency (ISA), dan UT telah mendapatkan ISO dan SGS 9001:2000 dalam berbagai bidang dari Badan Sertifikasi SAI Global dan SGS. Di samping itu, sebagian besar program studi di UT telah mendapatkan akreditasi dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

UT memiliki empat fakultas dan satu Program Pascasarjana yang menawarkan lebih dari 30 program studi meliputi Program Magister (S2), Program Sarjana (S1), Program Diploma (D1, D2, D3, dan D4), dan Program Sertifikat. Empat fakultas tersebut adalah:

1. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
2. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Fakultas Ekonomi
4. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka (UPBJJ-UT) Medan, beralamat di Jl Peratun No 1A Medan Estate. Telepon: (061)6626080; faks: (061) 6620219; e-mail: ut-medan@upbjj.ut.ac.id. Status UPBJJ-UT Medan adalah sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) dalam sistem jaringan internal UT—Perguruan Tinggi Negeri ke-45. UPBJJ Medan pertama didirikan dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0443/P/1986 di Jl.Merbau No. 38 A tahun 1984 bertempat di Kampus IKIP dengan nama USB atau Unit Sumber Belajar yang berperan sebagai pelaksana akademik di daerah.

UPBJJ-UT Medan sekarang ini memiliki 33 wilayah kerja, terdiri dari 25 kabupaten Serta 8 kota. Selain itu UPBJJ-UT Medan menjalin kemitraan

kerja dengan Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Utara dan Dinas Pendidikan Kabko di seluruh wilayah UPBJJ-UT Medan, dalam rangka program peningkatan kualifikasi dan kompetensi para guru. Dalam perjalanannya UPBJJ Medan telah berhasil meraih *International Certificate of Organisation (ISO)* versi 9000-1 pada tahun 2008. Selain itu juga UPBJJ-UT telah mendapat kepercayaan untuk meningkatkan kualitas SDM dari TNI, BRI, BNI, PT Garuda Indonesia, PT Merpati Nusantara, Departemen Pertanian. Dalam bidang pengembangan akademik, UPBJJ-UT Medan telah memiliki berbagai pedoman sesuai dengan pedoman UT pusat. Pedoman-pedoman tersebut meliputi sistem registrasi, tutorial, Ujian, Penilaian Ujian kebijakan akademik lainnya yang sangat jelas dan relevan.

Untuk program non pendas UPBJJ UT Medan menawarkan lebih dari 30 program studi seperti UPBJJ-UPBJJ lain diseluruh Indonesia. Jumlah mahasiswa non pendas yang terbesar berada di Kabupaten Nias kemudian kota Medan dan berikutnya beberapa kabupaten/kota di propinsi Sumatera Utara. Kabupaten Nias menjadi dengan jumlah mahasiswa yang terbanyak dibandingkan kota-kota lain di Sumatera Utara. Data jumlah mahasiswa non pendas berdasarkan program studi di Sumatera Utara terlihat pada tabel di halaman berikut:

Tabel 4.1. Jumlah Mahasiswa Aktif UPBJJ UT Medan Program Non Pendas Per Prodi Masa 2010.2 – 2011.2

No	Program Studi	Masa Registrasi		
		2010.2	2011.1	2011.2
1	Ekonomi Pembangunan	9	15	15
2	Manajemen	259	271	321
3	Akuntansi	90	87	100
4	Perpajakan	17	14	14
5	Ilmu Perpustakaan	3	29	116
6	Bahasa Inggris Bidang Minat Penerjemahan	6	6	3
7	Ilmu Administrasi Negara	222	221	284
8	Ilmu Administrasi Niaga	6	7	8
9	Sosiologi	7	6	7
10	Ilmu Pemerintahan	169	173	170
11	Ilmu Komunikasi	26	23	31
12	Sastra Inggris Bidang Minat Penerjemahan	11	12	9
13	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	52	49	42
14	Pendidikan Bahasa Inggris	35	30	23
15	Pendidikan Biologi	26	23	24
16	Pendidikan Fisika	5	6	7
17	Pendidikan Kimia	4	4	5
18	Pendidikan Matematika	12	11	10
19	Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	18	13	22
20	Pendidikan Ekonomi	15	13	26
21	Perencanaan Wilayah dan Kota	3	6	1
22	Matematika	2	7	3
23	Statistika	9	7	14
24	Agribisnis Bidang Minat Penyuluhan	1	3	14
25	Manajemen – S2	39	44	44
Total		1046	1080	1313

Sumber : *Student Record System* UPBJJ UT Medan

Untuk mahasiswa yang melakukan registrasi ulang dari masa registrasi 2010.2 hingga 2011.2 cenderung mengalami peningkatan meskipun tidak signifikan. Mahasiswa yang melakukan registrasi ulang mengalami peningkatan yang pada masa registrasi 2010.2 hingga masa registrasi 2011.2. Data yang berkenaan dengan jumlah mahasiswa yang melakukan registrasi ulang dari masa 2010.2 hingga 2011.2 terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2. Jumlah Mahasiswa Yang Registrasi Ulang di UPBJJ Medan Program Non Pendas Per Prodi Masa 2010.2 – 2011.2

No	Program Studi	Masa Registrasi		
		2010.2	2011.1	2011.2
1	Perpajakan	7	11	10
2	Perencanaan Wilayah dan Kota			
3	Ilmu Perpustakaan	1	3	28
4	Bahasa Inggris Bidang Minat Penerjemahan	6	6	3
5	Ilmu Administrasi Negara	114	169	201
6	Ilmu Administrasi Niaga	6	5	7
7	Ekonomi Pembangunan	7	8	12
8	Manajemen	169	205	229
9	Matematika	2	2	3
10	Statistika	2	2	6
11	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	45	47	39
12	Pendidikan Bahasa Inggris	30	28	22
13	Pendidikan Biologi	11	21	21
14	Pendidikan Fisika	4	4	5
15	Pendidikan Kimia	3	4	5
16	Pendidikan Matematika	8	8	7
17	Sosiologi	3	5	5
18	Ilmu Pemerintahan	116	132	151
19	Ilmu Komunikasi	22	20	23
20	Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	15	11	14
21	Agribisnis Bidang Minat Penyuluhan	4	7	6
22	Pendidikan Ekonomi	12	7	17
23	Akuntansi	44	65	67
24	Sastra Inggris Bidang Minat Penerjemahan	6	10	5
25	Manajemen – S2		29	
Total		638	810	888

Sumber : *Student Record System UPBJJ UT Medan*

Untuk mahasiswa baru yang telah melakukan registrasi pertama dari masa 2010.2 hingga 2011.2 bersifat fluktuatif. Untuk masa 2011.1 mengalami penurunan dibandingkan masa 2010.2 namun masa registrasi 2011.2 calon mahasiswa yang melakukan registrasi pertama terjadi peningkatan dibandingkan pada masa registrasi 2011.1. Data jumlah calon mahasiswa yang melakukan registrasi pertama untuk masa 2010.2 hingga 2011.2 terlihat pada tabel berikut

Tabel 4.3. Jumlah Calon Mahasiswa Yang Registrasi Pertama di UPBJJ Medan Program Non Pendas Per Prodi Masa 2010.2 - 2011.2

No	Program Studi	Masa Registrasi		
		2010.2	2011.1	2011.2
1	Perpajakan	10	3	4
2	Perencanaan Wilayah dan Kota			1
3	Ilmu Perpustakaan	2	26	88
4	Bahasa Inggris Bidang Minat Penerjemahan		6	
5	Ilmu Administrasi Negara	108	52	83
6	Ilmu Administrasi Niaga		2	1
7	Ekonomi Pembangunan	2	7	3
8	Manajemen	90	66	92
9	Matematika	1	4	
10	Statistika		5	8
11	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	7	2	3
12	Pendidikan Bahasa Inggris	5	2	1
13	Pendidikan Biologi	15	2	3
14	Pendidikan Fisika	1	2	2
15	Pendidikan Kimia	1		
16	Pendidikan Matematika	4	3	3
17	Sosiologi	4	1	2
18	Ilmu Pemerintahan	53	41	19
19	Ilmu Komunikasi	4	3	8
20	Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	3	2	8
21	Agribisnis Bidang Minat Penyuluhan	5	0	6
22	Pendidikan Ekonomi	3	6	9
23	Akuntansi	46	22	33
24	Sastra Inggris Bidang Minat Penerjemahan	5	10	4
25	Manajemen – S2	39	15	
Total		408	270	381

Sumber : *Student Record System* UPBJJ UT Medan

Mahasiswa non pendas di UPBJJ Medan tersebar di seluruh wilayah kabupaten/kota yang ada di seluruh wilayah Sumatera Utara. Sebaran jumlah mahasiswa non pendas di wilayah Sumatera Utara dapat diketahui berdasarkan tempat penyelenggaraan ujian yang dilaksanakan di tujuh kabupaten/kota di Sumatera Utara. Untuk lokasi ujian resmi hanya diselenggarakan di Medan dan Pematang Siantar sedangkan untuk ujian perluasan diselenggarakan di Sibolga/Tapanuli Tengah, Sidikalang, Nias, Nias Selatan dan Kecamatan Idanogawo. Data jumlah mahasiswa non pendas berdasarkan tempat ujian terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4. Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Tempat Ujian Program Non Pendas Masa 2010.2 – 2011.2

No	Tempat Ujian	Masa Registrasi		
		2010.2	2011.1	2011.2
1	Medan	300	284	188
2	Pematang Siantar	152	164	241
3	Sibolga	88	92	108
4	Dairi	70	63	70
5	Gunung Sitoli	298	351	428
6	Nias Selatan	63	61	73
7	Kec. Idanogawo	99	96	127
Total		1070	1111	1235

Sumber : *Student Record System* UPBJJ UT Medan

4.2. Data Penelitian

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini maka dibagikan kuesioner kepada para responden ditujuh lokasi yang merupakan tempat ujian. Lokasi tersebut adalah : Medan, Pematang Siantar, Sibolga, Dairi, Gunung Sitoli, Nias Selatan dan Kecamatan Idanogawo. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa non pendas UPBJJ Medan. Penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin adalah serjumlah :

$$n = \frac{1235}{1 + 1235 (0,05)^2}$$

jumlah sampel = 302 orang

Setelah itu sampel dibagi berdasarkan jumlah mahasiswa yang mengikuti ujian di tujuh tempat ujian jumlah sampel di tujuh tempat ujian tersebut berdasarkan *sample fraction* yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5. Jumlah Sampel Berdasarkan Tempat Ujian Program Non Masa 2011.2

No	Tempat Ujian	Jumlah Sampel
1	Medan	46
2	Pematang Siantar	60
3	Sibolga	26
4	Dairi	17
5	Gunung Sitoli	104
6	Nias Selatan	18
7	Kec. Idanogawo	21
Total		302

Dari jawaban responden yang telah diklasifikasikan menurut umur, pendidikan dan pekerjaan, maka terdapat gambaran mengenai data responden sebagai berikut : rata-rata umur responden dibagi pada tiga kelas interval, yaitu kelompok yang berumur antara 20 tahun sampai dengan 29 tahun memiliki jumlah paling sedikit, yaitu sebanyak 83 orang atau sebesar 27%. Sedangkan rata-rata umur antara 30 tahun sampai dengan 39 tahun sebanyak 107 orang atau 35% dan rata-rata umur antara 40 sampai dengan 60 tahun sebanyak 38 orang atau sebesar 38%. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6. Distribusi umur responden UPBJJ Medan

No.	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	20-29 tahun	83 orang	27 %
2.	30-39 tahun	107 orang	35 %
3.	40-60 tahun	112 orang	38 %
Jumlah		302 orang	100 %

Sumber : Data kuesioner

Pada kategori pendidikan, pendidikan SMU sederajat mempunyai jumlah yang paling banyak yaitu sebanyak 238 orang atau sebesar 79%. Dilanjutkan pendidikan diploma satu sebanyak 15 orang atau sebesar 5 %, jenjang pendidikan diploma tiga yang berjumlah 41 orang atau sebesar 14% dan yang terakhir pendidikan sarjana sebanyak 8 orang atau sebesar 2%. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7. Distribusi Tingkat Pendidikan Responden UPBJJ Medan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	SMA Sederajat	238 orang	79 %
2.	Diploma Satu (D-1)	15 orang	5 %
3.	Diploma Tiga (D-3)	41 orang	14 %
4.	Sarjana	8 orang	2 %
Jumlah		302 orang	100 %

Sumber: Data kuesioner

Pada kategori pekerjaan, pegawai negeri sipil mempunyai jumlah yang terbanyak yaitu sebanyak 223 orang atau sebesar 74%. Dilanjutkan pegawai swasta sebanyak 62 orang atau sebesar 21 % dan yang terakhir wiraswasta yang berjumlah 17 orang atau sebesar 5%. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8. Distribusi Jenis Pekerjaan Responden UPBJJ Medan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Pegawai Negeri	223 orang	74 %
2.	Pegawai Swasta	62 orang	21 %
3.	Wiraswasta	17 orang	5 %
	Jumlah	302 orang	100 %

Sumber: Data kuesioner

UNIVERSITAS TERBUKA

4.3. Analisis dan Pembahasan

Instrumen penelitian memiliki derajat validitas konstruksi yang cukup baik, maka instrumen (kuisisioner) penelitian disebarkan kepada responden penelitian. Cara ini digunakan untuk melihat apakah instrumen memiliki derajat validitas butir/item yang cukup baik. Pada uji validitas, penggunaan alat analisis faktor perlu diketahui mengenai sesuai tidaknya di dalam menganalisis data pada penelitian ini. Hasil uji validitas terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.9. Uji Validasi

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	80,7333	49,030	,694	,757
x1.2	80,4333	57,909	,468	,799
x1.3	80,6333	55,413	,518	,790
x1.4	80,8000	53,545	,228	,780
x1.5	80,4333	48,737	,630	,758
x2.1	80,4667	50,395	,411	,770
x2.2	82,0000	50,276	,316	,790
x2.3	82,6000	54,938	,453	,789
x2.4	82,5333	57,430	,668	,805
x3.1	80,6333	53,137	,317	,781
x3.2	80,8000	51,821	,581	,778
x3.3	81,0667	52,409	,406	,784
x3.4	80,6333	50,171	,510	,765
x3.5	80,6333	51,757	,383	,773
x4.1	80,7333	52,823	,352	,775
x4.2	80,8333	48,764	,645	,757
x4.3	80,7333	47,444	,632	,755
y1.1	80,8667	51,016	,405	,771
y1.2	80,8000	47,683	,450	,767
y1.3	80,7000	49,459	,535	,763
y1.4	80,5667	49,082	,492	,764
y1.5	80,4667	50,464	,550	,765

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena r hitung $> 0,3$.

Kemudian untuk menguji apakah masing-masing variabel dapat digunakan secara konsisten, maka dapat diuji dengan menggunakan uji reliabilitas. Dari hasil uji coba kuesioner diperoleh bahwa :

Tabel 4.10. Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,819	22

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan rumus cronbach alpha sebesar yang nilainya diperoleh sebesar $0,819 > 0,6$ dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner reliabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.4. Pengujian Hipotesis Parsial

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan model regresi linear berganda (multiple regression) atas data yang tersedia bagi variabel dependent yaitu keputusan kuliah di UT dan variable independen yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kendali perilaku penerimaan dan keputusan pembelian. Penggunaan model tersebut untuk menguji pengaruh ketiga variable independen dengan variable dependen baik secara parsial maupun simultan.

Tabel 4.11. Uji Hipotesis Secara Parsial

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	7,419	1,004		7,386	,000			
sikap	,165	,056	,173	2,945	,003	,538	1,858	
normasubjektif	-,076	,037	-,090	-2,076	,039	,977	1,023	
kendaliperilaku	,270	,058	,300	4,662	,000	,447	2,239	
perilakupembelian	,453	,085	,307	5,351	,000	,561	1,783	

a. Dependent Variable: keputusankuliahdiUT

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan menunjukkan nilai signifikan variabel sikap sebesar $0,003 < 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan kuliah di UT. Untuk variabel norma subjektif sebesar $0,039 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap motivasi kerja. Sedangkan variabel kendali perilaku sebesar $0,000 < 0,05$ pada tingkat signifikan 5% yang dapat disimpulkan bahwa kendali perilaku mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan di UT, untuk variabel terakhir yaitu perilaku pembelian hasil yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa perilaku pembelian mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan kuliah di UT.

4.5. Pengujian Secara Simultan

Untuk mengetahui sejauh mana tingkat signifikansi keempat variabel tersebut terhadap keputusan kuliah di UT secara simultan maka dilakukan pengujian terhadap persamaan regresi serentak melalui uji-F dengan hasil seperti tabel dibawah ini :

Tabel 4.12. Uji Hipotesis Secara Simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	752,050	4	188,012	60,828	,000 ^a
	Residual	917,993	297	3,091		
	Total	1670,043	301			

a. Predictors: (Constant), perilaku pembelian, norma subjektif, sikap, kendali perilaku

b. Dependent Variable: keputusan kuliah di UT

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan keempat variabel berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja.

4.6. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap keputusan kuliah di UT maka harus dilakukan uji determinasi dengan hasil yang terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.13. Uji Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.671 ^a	.450	.443	1,75809	2,135

a. Predictors: (Constant), perilaku pembelian, norma subjektif, sikap, kendali perilaku

b. Dependent Variable: keputusan kuliah di UT

Sumber : Data primer diolah

Persamaan tersebut juga menjelaskan bahwa keempat variabel tersebut dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan kuliah di UT sebesar 45% dan 55% keputusan kuliah di UT dipengaruhi variabel lain.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh sikap, norma subjektif, kendali perilaku penerimaan dan perilaku pembelian terhadap keputusan kuliah di UT maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel sikap yang terdiri dari biaya, pelayanan, kualitas, proses pembelajaran dan tidak terganggunya aktifitas selama proses belajar mempunyai pengaruh yang positif terhadap pemilihan kuliah di UT.
2. Variabel norma subjektif yang terdiri dari motivasi dari diri sendiri, tetangga, teman dekat dan saudara tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan kuliah di UT.
3. Variabel kendali perilaku penerimaan yang terdiri dari informasi mengenai PTJJ, kemampuan belajar mandiri, fasilitas PTJJ, kemampuan belajar mandiri serta kesiapan keuangan mempunyai pengaruh terhadap keputusan kuliah di UT.
4. Variabel perilaku pembelian berkenaan dengan keputusan kuliah di UT, bersedia melakukan registrasi awal, memenuhi persyaratan menjadi mahasiswa UT dan kesediaan melakukan registrasi ulang mempunyai pengaruh terhadap keputusan kuliah di UT.

5. Berdasarkan uji determinasi diketahui bahwa besarnya variabel-variabel lain diluar penelitian ini mempunyai pengaruh yang lebih besar.

B. Saran

1. Perlunya peningkatan dalam pelayanan serta fasilitas dalam upaya meningkatkan jumlah mahasiswa non pendas di UPBJJ Medan.
2. Menyampaikan kepada para calon mahasiswa maupun masyarakat (daerah terpencil maupun yang telah bekerja) dalam membangun kesadaran pentingnya pendidikan dengan demikian diharapkan dapat memotivasi untuk melanjutkan pendidikan.

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, D.P. (2009). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa memilih perguruan tinggi ((Studi pada mahasiswa STIEKUBANK Semarang)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi STIKUANK, Semarang
- Ananta, A. (1987), *Landasan ekonometrika*, Jakarta: Gramedia.
- Dharmesta.S. B, (1990), *Manajemen pemasaran modern*, Yogyakarta : Liberty.
- Engel, J. F., David.T.K dan Roger.D.B.(1994), *Consumer behavior*, Jilid 1, The Dryden Press, Terjemahan Budiyo, Jakarta: Binarupa Aksara,.
- Engel, F.David T.K.dan Roger.D.B, (1994), *Consumer behavior*, Jilid 2, Alih Bahasa Budiyo, Jakarta: Binarupa Aksara,
- Engel, James F., 1995, *Perilaku Konsumen*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Gujarati, Damodar,1995, *Teori Ekonometrika Dasar*, Erlangga., Surabaya
- Haryanto. B. et. al.. (1999). Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih tempat kuliah. *Jurnal Perspektif*, Edisi 13 Januari – Maret, halaman 362-372.
- Kotler,P. dan Susanto, A.B (2000), *Manajemen pemasaran di Indonesia: analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian* Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P, (1999), *Manajemen pemasaran perspektif Asia*, Yogyakarta: Andi Ltd.
- Loudon, D. L., Della B, Albert,J. (1993), *Consumer behavior*, New York : McGrawHill, Inc.
- Maria, Maya, et, al (2011), Student's Behaviour In Decision Making Process To Attend Dintance Learning Program's at Universitas Terbuka, *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE* April 2011 Volume: 12 Number: 2 Article 11, pp 153-166
- Nazir, M, (1999), *Metode penelitian*, Jakarta : Ghalia Indonesia,.
- Peter, J. P. (2000), *Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Riana, Kurnia E, Zuhairi, A, Maria, M (2006) The Decision-Making Process of Distance Education Students at Universitas Terbuka in Indonesia, *Asian Journal of Distance Education*, Asian J D E 2006 vol 4, no 1, pp 20 - 33
- Rietveld, P. dan Lasmono. S, (1994), *Regresi Berganda*, Yogyakarta: Andi Offset.
- , **Data SRS UPBJJ Medan . 2010**
- LPPM Universitas Terbuka. (2011) *Panduan Penelitian Universitas Terbuka*. Jakarta

- Santoso, S, (2002), *Mengolah data statistik secara profesional*, Jakarta: Elex Media Komputindo,.
- Sekaran, (1992), *Research methods for bussiness: sskill-building aproach*, Second Edition, New York: John Wiley & Son Inc,.
- Setiadi, N. J. (2003), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Prenada Media,.
- Solomon, M.R. (2002), *Consumer behavior*, New York: Prentice-Hall International, Inc.
- Stanton. J. W. (2008) *Prinsip Pemasaran Jilid I*, Terjemahan Lamarto Y. Jakarta : Erlangga,
- Sugiyono, (2002), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J., (1990), *Teknik riset pemasaran dan ramalan renjualan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutisna, (2002), *Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutisna. H. (1993), *Metode research*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. F. (2002). *Strategi pemasaran*, Yogyakarta: Andy offset.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen jasa*, Yogyakarta: Andy offset.
- Umar. Husein, (2009), *Metode riset bisnis*, Jakarta: Gramedia,.

UNIVERSITAS TERBUKA