

PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS ABDURRACHMAN SALEH SITUBONDO (UNARS)

Ediyanto*)

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Minat dan keputusan Mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS). Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner pada 112 responden. Untuk menganalisis data penelitian ini menggunakan Strusctural Equation Modelling (SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap Minat, Norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap Minat, sikap berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan, norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan, dan Minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan.

Kata kunci: Sikap, Norma subjektif, Minat, Keputusan

PENDAHULUAN

Pendidikan bertujuan mempersiapkan Masyarakat yang lebih ideal, yaitu masyarakat yang mengerti hak dan kewajiban serta peran aktif dalam proses pembangunan bangsa. Esensi dari tujuan pendidikan adalah proses menumbuhkan bentuk budaya keilmuan, sosial, ekonomi, dan politik yang lebih baik, dalam perspektif tertentu mengacu pada masa depan yang lebih jelas. Melalui kegiatan pendidikan, gambaran tentang masyarakat yang ideal itu dituangkan dalam alam pikiran Mahasiswa sehingga terjadi proses pembentukan dan perpindahan budaya. Pemikiran ini mengandung makna bahwa lembaga pendidikan sebagai tempat pembelajaran manusia memiliki fungsi sosial.

Perubahan-perubahan pola pendidikan yang begitu cepat, regulasi terus diperbarui serta globalisasi disegala bidang termasuk bidang pendidikan tinggi, memunculkan persaingan yang sangat ketat, lembaga pendidikan tinggi dituntut harus selalu siap dengan perubahan-perubahan yang dikeluarkan pemerintah, sehingga tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif, tetapi juga harus mampu menarik peminat para calon lulusan sekolah.

Calon konsumen, dalam hal ini adalah Mahasiswa akan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik secara individu maupun secara bersama-sama, faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi yang diminatinya. Menurut *Theory of Reasoned Action* dari Fisbein dan Ajzen, faktor yang mempengaruhi minat adalah sikap pada tindakan dan norma subjektif menyangkut persepsi seseorang, apakah orang lain yang

*) Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

dianggap penting akan mempengaruhi perilakunya (Dharmesta dalam sigit, 2006).

Saat ini lembaga pendidikan tinggi semakin banyak dan juga sangat diminati cukup luas dikalangan para calon mahasiswa. Terlebih semakin meningkatnya kesadaran orang tua dan masyarakat secara umum bahwa pendidikan dapat memberi dampak positif dan menjanjikan terhadap masa depan. Namun disisi lain bagi lembaga pendidikan tinggi juga harus terus berbenah, karena adanya persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan tinggi. Untuk itu tiap lembaga pendidikan tinggi memerlukan ide-ide dan cara-cara baru untuk dapat menemukan peluang atau dapat memenangkan persaingan sehingga banyak diminati oleh Mahasiswa.

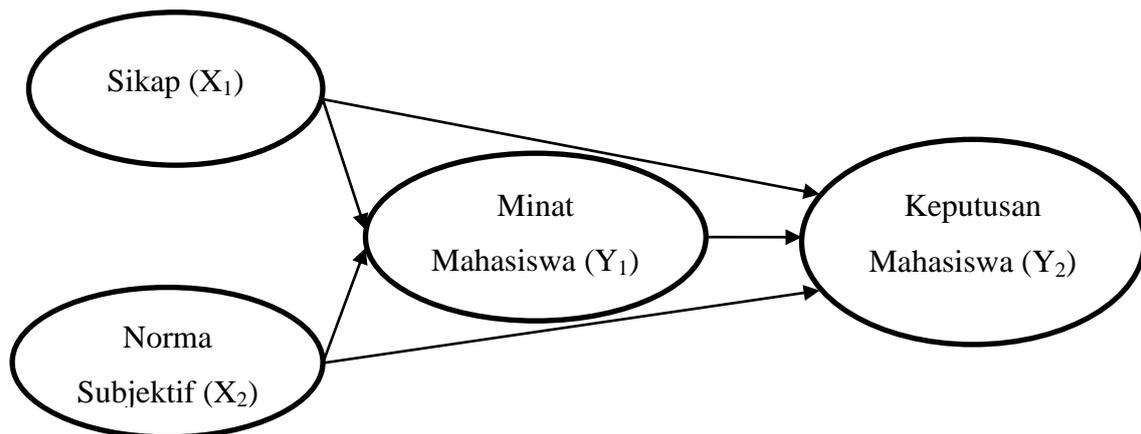
Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) sebagai salah perguruan tinggi swasta yang bertekad menjadi terdepan dan unggul "to be excellence" merasa harus tetap kreatif menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. menganalisis pengaruh sikap terhadap Minat
2. menganalisis pengaruh norma Subjektif terhadap Minat
3. menganalisis pengaruh sikap terhadap Keputusan
4. menganalisis pengaruh norma Subjektif terhadap Keputusan
5. menganalisis pengaruh Minat terhadap Keputusan.

maka dapat disusun kerangka konseptual penelitian seperti gambar sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Kerangka konseptual dapat dijelaskan bahwa Keputusan menggambarkan tujuan kesuksesan dan keunggulan bersaing untuk menarik konsumen dalam hal ini adalah mahasiswa, tidak hanya dalam

jangka pendek tetapi juga dalam jangka panjang. Ada tiga variabel dalam penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi keputusan. Tiga variabel tersebut adalah Sikap dan Norma subjektif. Variabel Minat

berlaku sebagai variabel intervening. Penelitian ini juga mengidentifikasi pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap Minat dan pengaruh minat terhadap keputusan.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁ : Sikap berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).
- H₂ : Norma Subjektif berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).
- H₃ : Sikap berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).
- H₄ : Norma Subjektif Berpengaruh terhadap keputusan Konsumen dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS)
- H₅ : Minat berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian *Confirmatory research* dan *Explanatory research*. Dimana *Confirmatory research* adalah penelitian yang menguji hipotesis berdasarkan data empirik, sedangkan *Explanatory research* adalah jenis penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan-hubungan antara satu variable dengan variable lainnya atau bagaimana suatu variable mempengaruhi variable lainnya.

Penelitian ini bertujuan menggambarkan pola hubungan antara pengaruh variable Sikap dan norma subjektif terhadap minat dan keputusan Mahasiswa dalam memilih Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) dengan mediasi variable minat dan hubungan antara variable sikap dan norma subjektif terhadap keputusan Mahasiswa dalam memilih Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa tahun ajaran 2015/2016, yaitu tercatat sebanyak 620 Mahasiswa. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang merupakan Mahasiswa yang terdaftar pada tahun ajaran 2015/2016 Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).

Sampel dalam penelitian ini adalah 112 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling. Proses pengambilan sampel dilakukan dengan memberi kesempatan yang sama pada setiap populasi untuk menjadi anggota sampel.

Riset ini menggunakan Keputusan Mahasiswa sebagai variabel endogen, Minat sebagai variabel intervening serta faktor sikap dan Norma Subjektif sebagai variabel eksogen.

Sikap adalah respon Konsumen baik positif atau negative sebelum masuk ke Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS). Indikator dari sikap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Percaya
2. Suka
3. Keyakinan

Norma subjektif adalah pengaruh lain (referen) terhadap minat memilih Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS). Indikator Norma subjektif dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh teman untuk memilih Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).
2. Pengaruh keluarga untuk Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).
3. Pengaruh orang tua untuk Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).

Minat adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan memilih Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS). Minat pada penelitian ini adalah minat mahasiswa dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Berkunjung ke Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS)
2. Kemauan memahami “produk” yang ada di Universitas

Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).

3. Keinginan untuk belajar di Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).

Keputusan merupakan pilihan akhir yang dilakukan mahasiswa dalam memilih Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS). Indikator minat dalam penelitian ini adalah:

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi alternative
4. Keputusan memilih
5. Perilaku pasca keputusan

Sekala pengukuran dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan lima skala pengukuran yaitu mulai dari 1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=ragu-ragu, 4=setuju, dan 5=sangat setuju. Langkah-langkah pengujian hipotesis adalah: 1) uji validitas dengan melihat besarnya *loading factor* serta reliabilitas yang diukur dengan *construct reliability*; 2) melihat asumsi *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software* AMOS 16.0.

Hasil Penelitian

Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat dalam tabel berikut.

No.	Variabel	Indikator	Modus	Kategori Variabel
1	Sikap (X ₁)	X1.1	5	Baik
		X1.2	4	
		X1.3	4	
2	Norma Subjektif (X ₂)	X2.1	4	Baik
		X2.2	4	
		X2.3	4	
3	Minat Mahasiswa (Y ₁)	Y1.1	4	Baik
		Y1.2	4	
		Y1.3	4	
4	Keputusan Mahasiswa (Y ₂)	Y2.1	4	Baik
		Y2.2	4	
		Y2.3	4	
		Y2.4	4	
		Y2.5	4	

Hal ini berarti Variabel Sikap dipersepsikan baik oleh mahasiswa Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) yang ditunjukkan melalui mahasiswa percaya jika belajar di UNARS bisa meningkatkan kemampuannya di masyarakat, mahasiswa suka dengan UNARS karena sudah dikenal banyak orang, dan mahasiswa yakin fasilitas yang didapatkan di UNARS sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

Variabel Norma Subjektif (X_2) memiliki nilai modus secara keseluruhan = 4. Hal ini berarti Variabel Norma Subjektif dipersepsikan baik oleh mahasiswa Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) yang ditunjukkan melalui mahasiswa masuk ke UNARS karena anjuran teman, pertimbangan mahasiswa untuk masuk di UNARS atas keinginan keluarga, dan mahasiswa masuk di UNARS atas anjuran orang tua.

Variabel Minat Mahasiswa (Y_1) memiliki nilai modus secara keseluruhan = 4. Hal ini berarti Variabel Minat Mahasiswa dipersepsikan baik oleh mahasiswa Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) yang ditunjukkan melalui mahasiswa ingin mengunjungi UNARS karena ingin

tahu lebih banyak informasinya, mahasiswa bersikap positif ketika ada ada informasi mengenai UNARS, dan ada keinginan untuk menjadi mahasiswa di UNARS.

Variabel Keputusan Mahasiswa (Y_2) memiliki nilai modus secara keseluruhan = 4. Hal ini berarti Variabel Keputusan Mahasiswa dipersepsikan baik oleh mahasiswa Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) yang ditunjukkan melalui mahasiswa belajar di UNARS untuk meningkatkan pengetahuan, mahasiswa dalam memilih UNARS melalu mencari informasi secara aktif tentang UNARS yang akan dipilih, mahasiswa selalu melakukan evaluasi alternatif pemilihan perguruan tinggi secara rasional dan teliti, mahasiswa memilih UNARS untuk memenuhi kebutuhannya dalam meningkatkan pengetahuan merupakan keputusan yang tepat, dan mahasiswa merasa puas belajar di UNARS.

Uji Validitas

Kesahihan suatu data apabila faktor loading dari *indicator variabel* memiliki nilai diatas 0,50, maka dapat dikatakan bahwa item pertanyaan sebagai penyusun *unobserved variable* dalam *path analysis* adalah valid (Ghozali, 2005:26).

Tabel Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	Estimate	Keterangan
1	Sikap (X ₁)	X1.1	0,803	Valid
		X1.2	0,826	Valid
		X1.3	0,777	Valid
2	Norma Subjektif (X ₂)	X2.1	0,734	Valid
		X2.2	0,900	Valid
		X2.3	0,899	Valid
3	Minat Mahasiswa (Y ₁)	Y1.1	0,845	Valid
		Y1.2	0,763	Valid
		Y1.3	0,759	Valid
4	Keputusan Mahasiswa (Y ₂)	Y2.1	0,824	Valid
		Y2.2	0,741	Valid
		Y2.3	0,772	Valid
		Y2.4	0,807	Valid
		Y2.5	0,765	Valid

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel penelitian mempunyai nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,50. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini dalam menghitung reliabilitas menggunakan *composite (construct) reliability* dengan *cut off value* adalah minimal 0,70 (Malholtra dalam Solimun, 2002:71).

Tabel Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	Indikator	Loading	λ^2	$1 - \lambda^2$	CR
1	Sikap (X ₁)	X1.1	0,803	0,645	0,355	0,844
		X1.2	0,826	0,682	0,318	
		X1.3	0,777	0,604	0,396	
		Jumlah	2,406		1,069	
2	Norma Subjektif (X ₂)	X2.1	0,734	0,539	0,461	0,884
		X2.2	0,900	0,810	0,190	
		X2.3	0,899	0,808	0,192	
		Jumlah	2,533		0,843	
3	Minat Mahasiswa (Y ₁)	Y1.1	0,845	0,714	0,286	0,832
		Y1.2	0,763	0,582	0,418	
		Y1.3	0,759	0,576	0,424	
		Jumlah	2,367		1,128	
4	Keputusan Mahasiswa (Y ₂)	Y2.1	0,824	0,679	0,321	0,887
		Y2.2	0,741	0,549	0,451	
		Y2.3	0,772	0,596	0,404	
		Y2.4	0,807	0,651	0,349	
		Y2.5	0,765	0,585	0,415	

Jumlah	3,909	1,939
---------------	--------------	--------------

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui masing-masing variabel laten yang digunakan dalam penelitian memberikan nilai CR di atas nilai *cut-off*-nya sebesar 0,7. Sehingga dapat dikatakan masing-masing variabel laten reliabel.

Uji Normalitas

Untuk menguji ada atau tidaknya asumsi normalitas, maka dapat dilakukan dengan dengan nilai statistik *z* untuk *skewness* dan kurtosisnya secara empirik dapat dilihat pada *Critical Ratio* (CR) yang digunakan tingkat signifikansi 1%, maka nilai CR yang berada diantara -1,96 sampai dengan 1,96 ($-1,96 \leq CR \leq 1,96$) dikatakan data berdistribusi normal, baik secara univariat maupun secara multivariat (Ghozali, 2005:128).

Tabel Hasil Pengujian Normalitas Data

Variabel	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Y2.5	1,000	5,000	-0,758	-1,275	-0,445	-0,961
Y2.4	1,000	5,000	-0,650	-0,810	-0,365	-0,788
Y2.3	1,000	5,000	-0,815	-1,523	0,483	1,044
Y2.2	1,000	5,000	-0,801	-1,461	0,407	0,879
Y2.1	2,000	5,000	-1,093	-0,721	0,335	0,723
Y1.1	1,000	5,000	-1,006	-1,344	0,644	1,391
Y1.2	1,000	5,000	-0,899	-0,884	0,449	0,969
Y1.3	1,000	5,000	-1,036	-1,477	0,658	1,421
X2.1	1,000	5,000	-0,774	-0,343	-0,212	-0,458
X2.2	1,000	5,000	-1,051	-1,541	0,798	1,725
X2.3	1,000	5,000	-0,944	-1,077	0,583	1,259
X1.3	1,000	5,000	-0,539	-1,330	-0,499	-1,079
X1.2	1,000	5,000	-0,727	-1,140	0,290	0,626
X1.1	1,000	5,000	-1,291	-0,579	1,022	1,208
Multivariate					27,940	1,498

Hasil pengujian normalitas diperoleh nilai CR sebesar 1,498 yang berarti CR yang berada diantara -1,96 sampai dengan 1,96. Sehingga dapat dinyatakan bahwa data multivariate normal. Selain itu juga data univariat normal ditunjukkan oleh semua nilai *critical ratio* semua indikator terletak diantara $-1,96 \leq CR \leq 1,96$.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dilihat melalui determinan matriks kovarians. Nilai determinan yang sangat kecil

atau mendekati nol, menunjukkan indikasi terdapatnya masalah multikolinearitas atau singularitas, sehingga data tersebut tidak dapat digunakan untuk penelitian (Tabachnick and Fidell, 1998, dalam Ghozali, 2005:131).

Hasil pengujian multikolinieritas memberikan nilai *determinant of sample covariance matrix* sebesar 71,022. Nilai ini tersebut jauh di atas angka nol sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah

multikolinieritas dan singularitas pada data yang dianalisis.

Uji Outliers

Deteksi terhadap *multivariate outlier* dilakukan dengan memperhatikan nilai *Mahalanobis Distance*. Kriteria yang digunakan adalah berdasarkan nilai *Chi Square* pada derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar jumlah variabel indikator pada tingkat signifikansi $p < 0,01$ (Ghozali, 2005:130).

Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Tabel Indeks Kesesuaian SEM

Kriteria	Nilai Cut Off	Hasil Pengujian	Keterangan
Chi Square	Diharapkan lebih kecil dari X^2 pada $df = 63$ yaitu 82,529	67,942	Baik
Sig. Probability	$\geq 0,05$	0,313	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,027	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,921	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,868	Marginal
CMIN/DF	≤ 2 atau 3	1,078	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,994	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,996	Baik

Pengujian pada model SEM bertujuan untuk melihat kesesuaian model, hasil pengujian kesesuaian model dalam studi ini disajikan pada Tabel diatas. berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari delapan kriteria yang digunakan untuk menilai layak/tidaknya

Hasil uji *outliers* dalam penelitian ini menunjukkan besarnya nilai *Mahalanobis d-squared* lebih kecil dari nilai *Chi Square* pada (14; 0,01) yaitu sebesar 29,141. Hal ini berarti dalam penelitian ini semua kasus tidak mengalami *outliers* atau dapat dikatakan tidak ada perbedaan yang signifikan antara data dengan kelompok data.

suatu model telah terpenuhi. Sehingga dapat dinyatakan bahwa model dapat diterima yang berarti ada kesesuaian model dengan data.

Uji Kausalitas

Pengujian koefisien jalur secara rinci disajikan dalam tabel berikut.

Tabel Hasil Uji Kausalitas

Pengaruh	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y1 <--- X1	0,354	0,152	2,329	0,020	Signifikan
Y1 <--- X2	0,442	0,152	2,905	0,004	Signifikan
Y2 <--- X1	0,305	0,121	2,511	0,012	Signifikan
Y2 <--- X2	0,299	0,125	2,403	0,016	Signifikan
Y2 <--- Y1	0,401	0,183	2,190	0,029	Signifikan

Berdasarkan Tabel diatas dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian

koefisien jalur untuk pengaruh Sikap (X_1) terhadap Minat Mahasiswa (Y_1)

memiliki jalur positif sebesar 0,354 dengan C.R sebesar 2,329 dan probabilitas (p) sebesar 0,020 yang berarti bahwa Sikap (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa (Y_1). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Sikap berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau H_1 diterima. Hal ini berarti jika Sikap semakin baik atau meningkat, maka akan meningkatkan Minat Mahasiswa.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh Norma Subjektif (X_2) terhadap Minat Mahasiswa (Y_1) memiliki jalur positif sebesar 0,442 dengan C.R sebesar 2,905 dan probabilitas (p) sebesar 0,004 yang berarti bahwa Norma Subjektif (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa (Y_1). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Norma Subjektif berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau H_2 diterima. Hal ini berarti jika Norma Subjektif semakin baik, maka akan meningkatkan Minat Mahasiswa.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh sikap (X_1) terhadap Keputusan Mahasiswa (Y_2) memiliki jalur positif sebesar 0,305 dengan C.R sebesar 2,511 dan probabilitas (p) sebesar 0,012 yang berarti bahwa sikap (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa (Y_2). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Sikap berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau

H_3 diterima. Hal ini berarti jika sikap semakin baik atau meningkat, maka akan meningkatkan Keputusan Mahasiswa.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh Norma Subjektif (X_2) terhadap Keputusan Mahasiswa (Y_2) memiliki jalur positif sebesar 0,299 dengan C.R sebesar 2,403 dan probabilitas (p) sebesar 0,016 yang berarti bahwa Norma Subjektif (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa (Y_2). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Norma Subjektif Berpengaruh terhadap keputusan Konsumen dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau H_4 diterima. Hal ini berarti jika Norma Subjektif semakin baik, maka akan meningkatkan Keputusan Mahasiswa.

Hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh Minat Mahasiswa (Y_1) terhadap Keputusan Mahasiswa (Y_2) memiliki jalur positif sebesar 0,401 dengan C.R sebesar 2,190 dan probabilitas (p) sebesar 0,029 yang berarti bahwa Minat Mahasiswa (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa (Y_2). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Minat berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau H_5 diterima. Hal ini berarti jika Minat Mahasiswa semakin baik, maka akan meningkatkan Keputusan Mahasiswa.

PEMBAHASAN

Pengaruh Sikap terhadap Minat Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan sikap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Mahasiswa.

Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Sikap berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau H_1 diterima. Hal ini berarti jika sikap semakin baik atau meningkat, maka akan meningkatkan Minat Mahasiswa.

Salah satu model untuk memahami minat konsumen untuk membeli produk adalah model minat perilaku (*behavior intention model*) atau *Reasoned action model* dari Fishbein dan Ajzen. Minat berperilaku adalah suatu proporsi yang menghubungkan diri dengan tindakan yang dilakukan di waktu yang akan datang. Dalam model ini bisa dilihat bahwa minat konsumen dipengaruhi salah satunya dengan sikap.

Menurut Well dan Prensky dalam Albari dan Liriswati (2004), perilaku konsumen dapat diprediksi oleh minatnya untuk berperilaku. Sedangkan minat berperilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh sikapnya untuk berperilaku dan norma subjektif. Adapun sikap konsumen ditentukan oleh keyakinan bahwa perilaku menyebabkan akibat tertentu dan atau evaluasi pada akibat perilaku. Penelitian Sigit (2006) dan Mathaini (2008) menunjukkan bahwa sikap konsumen berpengaruh terhadap minat konsumen.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Minat Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan Norma Subjektif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Mahasiswa. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Norma Subjektif berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam memilih perguruan

tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau H_2 diterima. Hal ini berarti jika Norma Subjektif semakin baik, maka akan meningkatkan Minat Mahasiswa.

Model minat berpengaruh atau *reasoned action model* dari Fishbein dan Ajzen merupakan model yang memahami minat perilaku. Menurut Dharmamesta dalam Albari dan Liriswati (2004) menyatakan bahwa, pertama, model ini mengungkapkan bahwa perilaku tidak berusaha memprediksi perilaku seseorang, tetapi keinginan untuk bertindak. Kedua, model ini mencakup bentuk baru yang disebut norma subjektif. Norma subjektif menilai seseorang yang dipercaya konsumen bahwa orang lain akan berpikir mereka harus melakukannya. Dengan kata lain, norma subjektif memperkenalkan formula pengaruh kelompok referensi yang sangat kuat terhadap perilaku. Perubahan ketiga dari model ini mencakup objek sikap diarahkan. Selain menilai sikap konsumen terhadap sebuah merek, model ini juga menilai sikap konsumen terhadap perilaku pembelian. Perbedaan penting disini adalah bahwa fokusnya terletak pada persepsi konsumen tentang konsekuensi dari pembelian yang akan terjadi. Penilaian konsekuensi pemberian apakah produk memiliki atau tidak memiliki atribut tertentu dapat membantu para peneliti mempertimbangkan faktor-faktor yang menghalangi keinginan konsumen untuk berperilaku.

Menurut London dan Della Bitta dalam Albari dan Liriswati (2004), dalam model ini minat konsumen tidak hanya dilihat dari sikap konsumen terhadap objek, melainkan juga melihat pada norma

subjektif yang mempertimbangkan persepsi seseorang terhadap tanggapan orang yang dekat dengannya apabila ia berperilaku tertentu. Menurut Pride dan Ferrel dalam Albani dan Liriswati (2004), kedua faktor tersebut dianggap penting, disebabkan karena sikap seorang individu relatif stabil dan tidak berubah dari waktu ke waktu, sedangkan orang lain secara tidak langsung berkaitan dengan keputusan-keputusan pembelian dan menjadikan seseorang dapat mengidentifikasi dirinya dengan kelompok tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Sigit (2006) dan Marhaini (2008) menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap minat konsumen.

Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan sikap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Sikap berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau H_3 diterima. Hal ini berarti jika sikap semakin baik atau meningkat, maka akan meningkatkan Keputusan Mahasiswa.

Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap objek yang dinilai. Menurut Robbins (2006:169) sikap adalah pernyataan-pernyataan evaluative berkaitan dengan objek orang atau peristiwa. Sedangkan menurut Simamura (2002:14) bahwa didalam sikap terdapat tiga komponen yaitu:

- a. *Cognitive Component*: kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek. Yang dimaksud objek adalah atribut produk, semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek produk maka keseluruhan komponen kognitif akan mendukung sikap secara keseluruhan.
- b. *Affective Component*: emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek tersebut diinginkan atau disukai.
- c. *Behavior Component*: merefleksikan kecenderungan dan perilaku actual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan suatu tindakan.

Menurut Loudan dan Delabita (2004:217), komponen kognitif merupakan kepercayaan terhadap merek, komponen afektif merupakan evaluasi merek dan komponen kognitif menyangkut maksud atau niatan untuk membeli.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Keputusan Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan Norma Subjektif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Norma Subjektif Berpengaruh terhadap keputusan Konsumen dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau H_4 diterima. Hal ini berarti jika Norma Subjektif semakin baik, maka akan meningkatkan Keputusan Mahasiswa.

Dalam melakukan pembelian seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor yang ada di dalam diri mereka, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari luar (norma subjektif, faktor dari luar bisa

berupa orang yang di kenal berupa keluarga, teman atau orang yang tidak di kenal oleh konsumen berupa orang lain atau tenaga penjual. Penelitian yang dilakukan oleh Fadhli (2009) menunjukkan secara umum norma subjektif konsumen mempunyai peranan dalam mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

Pengaruh Minat Mahasiswa terhadap Keputusan Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan Minat Mahasiswa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Minat berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) terbukti kebenarannya atau H_5 diterima. Hal ini berarti jika Minat Mahasiswa semakin baik atau meningkat, maka akan meningkatkan Keputusan Mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Heche dalam Sheilla (2007) menunjukkan kaitan antara minat beli dan keputusan pembelian. Minat beli konsumen yang tinggi akan mendorong konsumen membeli suatu produk. Sebaliknya, minat beli konsumen yang rendah akan mencegah konsumen untuk membeli produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkan pada pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai jawaban atas pokok permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Sikap berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas

Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).

2. Norma Subjektif berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).
3. Sikap berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).
4. Norma Subjektif Berpengaruh terhadap keputusan Konsumen dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurtachman Saleh Situbondo (UNARS).
5. Minat berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS).

SARAN

Dari hasil penelitian ini kiranya peneliti dapat memberikan saran, diantaranya:

Hasil penelitian membuktikan bahwa sikap dan Norma Subjektif terhadap Keputusan Mahasiswa baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Minat Mahasiswa. Oleh karena itu hendaknya Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo (UNARS) selalu memperhatikan sikap dan Norma Subjektif, seperti kepercayaan, sikap, keyakinan, pengaruh (referen) baik teman maupun keluarga, dan lainnya.

Bagi penelitian lanjutan disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti reputasi, fasilitas, dan lain-lain. Sehingga dapat memperoleh hasil temuan yang lebih baik dalam menjelaskan Keputusan Mahasiswa dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand, 2000, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen, Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis S2 dan Disertasi S3*, Edisi Ke 1, Badan Penerbit Diponegoro, Semarang.
- Augusty Ferdinand, 2002, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen, Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis S2 dan Disertasi S3*, Edisi Ke 2, Badan Penerbit Diponegoro, Semarang.
- Augusty Ferdinand, 2006, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen, Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis S2 dan Disertasi S3*, Edisi Ke 4, Badan Penerbit Diponegoro, Semarang.
- Basu Swastha dan Irawan.1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, Cetakan Keempat, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Irawan.2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua Cetakan Kesebelas, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Dimiyati, Mohamad.2000. *Analisis SEM Dalam Uji Pengaruh Beberapa Variabel Terhadap Loyalitas Kajian Berbasis Riset Pada Debitur Kredit Usaha Kecil*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fandy Tjiptono,2004, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2005, *Strategi Pemasaran Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono,2011, *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 3, Andi Offset, Yogyakarta.
- Freddy Rangkut. 2002. *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2004. *Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 16.0*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Imam Ghozali, Fuad, 2008, *Structural Equation Modeling, Teori, Konsep dan Aplikasi Dengan Program*, Edisi 2, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Guiltinan J.P, et al. 1994. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran* Edisi Kedua. Alih Bahasa Agus Maulana. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Phillips ; Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 2*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillips; Keller, Kevin L., 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Philip Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi 11 Jilid 2*.

- Jakarta: PT. Ineks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT. Erlangga. Jakarta.
- Loundon D.L and Della Bitta. 1993. *Consumer Behaviour : Concepts and Application*. Mc Graw Hill Book Company.
- Lovelock, Christopher. 2010. *Pemasaran Jasa Jilid I*. Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. 1995. *Management*. (6 th ed).
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.