

## **POTENSI MAHASISWA REGULAR BLOCK SYSTEM (RBS) UNIVERSITAS KANJURUHAN MALANG**

R. Anastasia Endang Susilawati  
Tries Edy Wahyono

***Abstract:** Survey conducted to obtain get situation of quadran strategy determine elegibility of increase of maximum expense lecturing of program student of Regular Block System (RBS) at institute education of University of Kanjuruhan Unlucky enlisting and active in year of akademik 2006/2007. Used variables shall be as follows: 1) psicografis, 2) social of demography and economics, 3) geografis, 4) benefit, 5) last experience, 6) physical medium, 7) expense, 8) advertisement, 9) word of mouth communication, 10) image of PTS, 11) quality of technical service, 12) quality of functional service, 13) satisfaction of student, and 14) student expectation. Technique data collecting use questioner which consist of question closed and is open. Obtained to be data to be analysed to descriptive method and SWOT ( strengths, weaknesses, opportunities, threats). Result of survey indicate that University of Kanjuruhan unlucky reside in aggresive strategy ( strength 71.12% and opportunity 71.1%) and also strategy diversify ( strength 71.12% and threat 69.8%), hence competent to boost up the expense of maximum study equal to 19.41% made balance to with diversification of program to overcome threats faced in this time and in the future.*

*Keyword:* strategy quadran, SWOT, aggresive strategy, strategy diversify

### **PENDAHULUAN**

Cikal bakal Universitas Kanjuruhan Malang adalah IKIP PGRI Malang yang berdiri sejak 1975. Mulai tahun 2001 beralih fungsi menjadi Universitas Kanjuruhan Malang yang merupakan penggabungan dan pengembangan IKIP PGRI Malang dan STIBA Kanjuruhan Malang berdasarkan SK Mendiknas Nomor: 106/D/O/2001 tanggal 2 Agustus 2001. Universitas ini didirikan oleh Yayasan Pembina Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi (YPLPT-PT) PGRI yang sekarang berubah menjadi Perkumpulan Pembina Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi (PPLP-PT) PGRI.

Berdasarkan proses kelahirannya dapat dikatakan bahwa Universitas Kanjuruhan Malang merupakan perguruan tinggi yang sudah lama berdiri, memiliki usia yang matang dalam penyelenggaraan pendidikan. Kematangan usia menjadi modal yang sangat berharga dalam menciptakan percepatan peningkatan kualitas pendidikan.

Selama ini Universitas Kanjuruhan Malang telah mengelola sebanyak 7 Fakultas, yaitu: 1) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, 2) Fakultas Teknologi Informasi, 3) Fakultas Ekonomi, 4) Fakultas Peternakan, 5) Fakultas Hukum, 6) Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, dan 7) Fakultas Bahasa dan Sastra. Selanjutnya dari ketujuh fakultas tersebut dijabarkan dalam program-program studi menjadi 22 program studi. Dari 22 Program Studi yang ada, terdapat 15 Program Studi yang menyelenggarakan program *Regular Block System* (Sumber: Evaluasi Diri).

Terkait dengan salah satu misi Universitas Kanjuruhan Malang yaitu: menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang berkualitas, profesional, berkepribadian nasional, dan berwawasan global Universitas Kanjuruhan Malang telah menindaklanjuti dengan melakukan pembenahan diri melalui peningkatan berbagai fasilitas

---

R. Anastasia Endang Susilawati adalah Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang  
Tries Edy Wahyono adalah Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang

baik yang berbentuk pembangunan fisik maupun non fisik. Hal ini terindikasi dengan dibangunnya gedung pusat yang baru, perpustakaan yang representatif, semakin meningkatnya sarana prasarana belajar, pemberian kesempatan tugas belajar pada dosen untuk studi lanjut S2 dan S3, serta membangun sinergi kerja dengan berbagai lembaga baik swasta maupun lembaga pemerintah.

Seirama dengan langkah peningkatan fasilitas sarana dan prasarana sebagai bukti fisik, administrasi berstandar ISO, maupun kualitas sumber daya manusia yang dilakukan oleh Universitas Kanjuruhan Malang tentunya akan memberikan suatu dampak pada peningkatan biaya perkuliahan terhadap mahasiswa pada program *Regular Block System* (RBS). Dalam rangka peningkatan biaya perkuliahan pada program *Regular Block System* (RBS) tidak dapat dilakukan secara linier karena karakteristik yang dimiliki oleh mahasiswa pada program *Regular Block System* (RBS) sangat berbeda dengan mahasiswa reguler. Oleh karena itu, untuk mendukung langkah peningkatan yang dilakukan oleh Universitas Kanjuruhan Malang perlu melakukan survey terhadap mahasiswa program *Regular Block System* (RBS) berdasarkan karakteristik-karakteristik yang dimilikinya.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam survey ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Universitas Kanjuruhan Malang layak untuk menaikkan biaya kuliah RBS?
2. Seberapa besar kenaikan biaya perkuliahan pada mahasiswa *Regular Block System* (RBS) Universitas Kanjuruhan Malang pada tahun ajaran baru 2008/2009?

### **Tujuan Survey**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dalam survey ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui kelayakan kenaikan biaya kuliah RBS.
2. Menentukan besarnya kenaikan biaya perkuliahan pada mahasiswa *Regular Block System* (RBS) Universitas Kanjuruhan Malang pada tahun ajaran baru 2008/2009.

### **Manfaat Survey**

Survey ini bermanfaat untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat dalam pengambilan keputusan lembaga, khususnya mengenai kenaikan biaya perkuliahan mahasiswa *Regular Block System* (RBS) di Universitas Kanjuruhan Malang.

### **Batasan Survey**

Survey ini dilakukan dengan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Jenjang pendidikan responden tidak dipertimbangkan.
2. Peran *agent* (pengelola kelas daerah) tidak dipertimbangkan.
3. Biaya perkuliahan mahasiswa RBS adalah biaya resmi yang ditetapkan oleh Universitas Kanjuruhan Malang pada saat ini.
4. Variabel-variabel lain di luar variabel survey dianggap tetap (stabil).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar merupakan proses untuk menganalisis perbedaan diantara pembeli di pasar. Terjadinya peluang untuk segmentasi pasar adalah pada saat terdapat perbedaan fungsi permintaan atau persepsi pembeli yang memungkinkan pengelompokan permintaan menjadi segmen-segmen, dimana setiap segmen memiliki fungsi permintaan yang jelas dan saling berbeda antara satu segmen dengan segmen lain. Dengan segmentasi pasar ini

memungkinkan suatu perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang berbeda untuk setiap segmen yang terbentuk (Lin, 2002).

Menurut Schiffman dan Kanuk (1994) terdapat delapan basis segmentasi pasar yaitu: geografis, demografis, psikografis, sosiokultural, penggunaan relatif, penggunaan situasional, manfaat, dan hybrid-segment. Sedangkan menurut (Cravens, 1994) basis segmen pasar meliputi geografis, demografis, sosial ekonomi, psikografi.

### **Pengalaman Lalu**

Pengalaman jasa pada perguruan tinggi sangat kompleks, mahasiswa perguruan tinggi yang mengalami juga memiliki harapan yang kompleks (Oldfield and Baron, 2000). Untuk menerima jasa, mahasiswa harus menjadi bagian dari sistem tersebut. Hubungan dengan pelanggan berdasarkan keanggotaan, dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tinggi tersebut, sistem pemberian jasanya secara terus-menerus dan teratur sesuai kurikulum yang telah ditetapkan (Lupiyoadi, 2001). Sehingga pengalaman lalu pada mahasiswa perguruan tinggi adalah pengalaman yang telah diterima selama mengikuti proses belajar-mengajar yang telah dilaksanakan.

### **Sarana Fisik**

Teori yang ada menyatakan bahwa konsumen menggunakan sarana fisik dari hasil layanan sebagai perwakilan untuk menilai performa (Booms dan Bitner, 1981; Hurley dan Hooman, 1998). Sarana fisik terdiri atas lingkungan fisik bisnis jasa yang akan mempengaruhi perilaku konsumen dan memodifikasi harapan mereka pada pembelian mendatang (Booms dan Bitner, 1981; Zeithaml *et al.*, 1993).

### **Harga/Biaya**

Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa, atau total dari nilai yang konsumen tukarkan untuk manfaat kepemilikan atau penggunaan dari produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2001). Harga adalah isyarat yang sering digunakan oleh konsumen untuk membuat dasar keputusan, untuk menentukan apa yang diharapkan, dan mengevaluasi kualitas layanan relatif terhadap berapa banyak yang mereka bayar (Bitner, 1990; Zeithaml *et al.*, 1993). Pembeli akan menganggap suatu hubungan harga dan nilai itu positif, apabila mereka percaya bahwa nilai yang ditawarkan oleh suatu merk itu memang sebanding atau lebih tinggi daripada harganya.

Strategi penetapan harga juga akan mempengaruhi keputusan bauran pemasaran yang lain. Harga seperti halnya komponen pemasaran yang lain merupakan alat untuk mendapatkan tanggapan konsumen. Elemen-elemen yang terkait dengan strategi harga adalah: daftar harga, diskon, *allowance*, periode pembayaran dan syarat kredit (Kotler dan Armstrong, 2001).

### **Iklan**

Iklan adalah janji perusahaan yang disampaikan secara eksplisit kepada pelanggan (Zeithaml *et al.*, 1993). Iklan merupakan bagian dari komunikasi pemasaran secara eksternal sebuah perusahaan sebagai presentasi dan promosi non personal (Kotler, 1995). Sedangkan promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan setiap produk dan meyakinkan target konsumen untuk membelinya (Kotler dan Armstrong, 2001). Watson's (1925) dalam Cathy dan Brian (1997) mengatakan promosi atau stimulus-response yang menekankan frekuensi dan *recency* sebagai prinsip ukuran-ukuran ekspos suatu produk atau jasa.

### **Citra Perguruan Tinggi Swasta**

Banyak perguruan tinggi yang meningkatkan investasi dalam rangka memberi citra baik terhadap pesaing mereka dengan memperkuat “*prestige*” atau “kualitas” (Anderson, 1998). Citra organisasi dalam penelitian ini adalah perguruan tinggi mempunyai dampak yang kuat terhadap pengambilan keputusan mahasiswa, mampu mempengaruhi pemeliharaan mahasiswa, dan tampilnya mahasiswa berpotensi (Filder *et al.*, 1993). Serta sikap yang lain dari masyarakat yang dapat mempengaruhi pembiayaan (Landrum *et al.*, 1998).

### **Kualitas Layanan**

Sebuah perusahaan jasa harus menjaga kualitas layanan yang ditawarkan agar selalu berada di atas saingan dan lebih baik dari yang dibayangkan oleh konsumen. Penelitian Gronroos (1984) menunjukkan bahwa ada dua dimensi kualitas layanan, yaitu: kualitas layanan teknik dan kualitas layanan fungsional.

### **Kepuasan Mahasiswa**

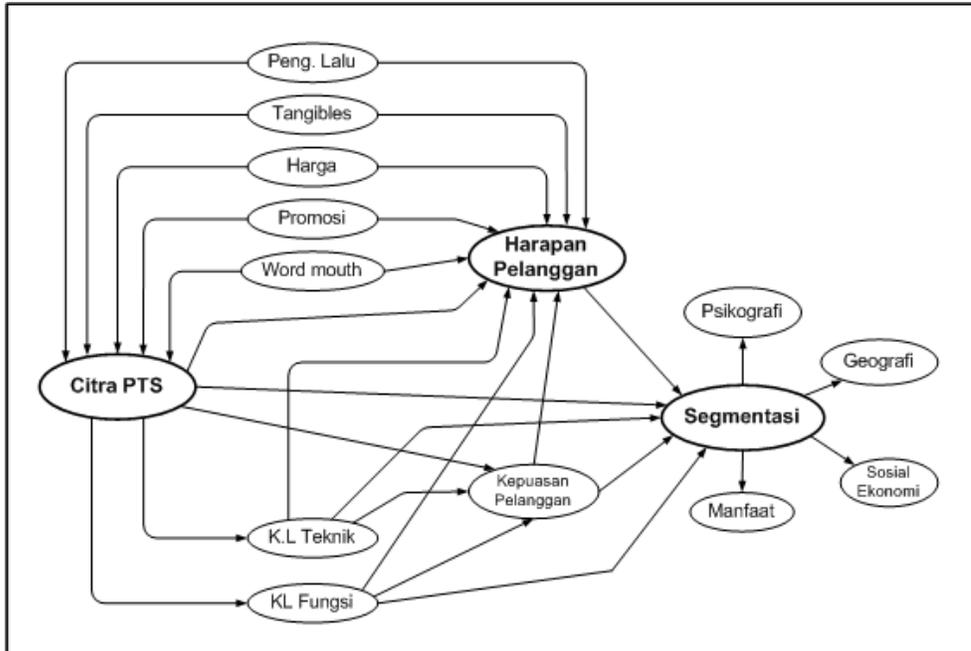
Pada penelitian yang dilaksanakan di perguruan tinggi menemukan bahwa mahasiswa yang tidak puas akan tetap melanjutkan pada perguruan tingginya. Walaupun tidak puas, mereka merasa tidak punya pilihan sehingga tetap melanjutkan studi mereka. Akibatnya dalam melaksanakan studi kurang baik. Mahasiswa yang tidak puas akan peka terhadap ketidakpuasan, ketidaktegasan, dan perselisihan (Aldridge dan Rowley, 1998).

### **Model Survey**

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti mengajukan suatu kerangka konseptual dimana faktor-faktor pengalaman lalu mahasiswa, bukti fisik, harga yang merupakan biaya kuliah, iklan, dan *word of mouth communication* adalah merupakan faktor anteseden dari citra perguruan tinggi sekaligus harapan pelanggan. Sedangkan citra perguruan tinggi swasta berpengaruh langsung terhadap kualitas layanan teknik, kualitas layanan fungsional, dan berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan, harapan pelanggan dan basis segmentasi pasar. Kualitas layanan teknik dan kualitas layanan fungsional berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, serta berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap harapan pelanggan dan basis segmentasi pasar. Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap harapan pelanggan dan berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap basis segmentasi pasar. Sedangkan harapan pelanggan berpengaruh langsung terhadap basis segmentasi pasar. Penjelasan kerangka konseptual ini bisa dilihat pada Gambar Model Penelitian yang diadopsi dari penelitian Wahyono (2005).

Model konseptual penelitian ini dikembangkan dengan lebih terintegrasi sehingga diharapkan mampu menjelaskan faktor-faktor penting yang perlu diperhatikan secara lebih detail dan mendalam dalam melaksanakan strategi pemasaran secara lebih efektif pada Perguruan Tinggi.

Selanjutnya Model Penelitian dipergunakan sebagai model survey dengan pertimbangan antara lain validitas dan reliabilitas model sudah teruji pada penelitian terdahulu, sehingga tim survey langsung mengaplikasikan tanpa harus melakukan uji model terlebih dahulu. Bentuk model yang dimaksud seperti ditunjukkan pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Model Penelitian Wahyono (2005) yang dipakai dalam Survey

## METODE SURVEY

### Sumber Data dan Sampel Survey

Survey ini menggunakan dua sumber data, yaitu: data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner pada mahasiswa program *Regular Block System* (RBS) di Universitas Kanjuruhan Malang. Sedangkan data sekunder diperoleh dari arsip BAAK.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program *Regular Block System* (RBS) di Universitas Kanjuruhan Malang yang terdaftar dan aktif di tahun akademik 2006/2007. Penetapan jumlah sampel minimal menggunakan konsep Slovin (Sugiyono, 2001). Pemilihan konsep Slovin ini karena sudah memasukkan unsur kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditoleransi yaitu 10%. Rumus Slovin dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi
- $\alpha$  = konstanta (10%)

Selanjutnya, untuk mendapatkan jumlah kuesioner yang layak untuk dianalisis, survey ini terlebih dahulu dilakukan uji *outlier* dengan menggunakan uji Z Score.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam survey adalah mahasiswa program *Regular Block System* (RBS) Universitas Kanjuruhan Malang yang terdaftar dan aktif sebagai mahasiswa di tahun akademik 2006/2007. Adapun besar populasi mahasiswa program RBS berdasarkan prodi yang terdapat di Universitas Kanjuruhan Malang seperti yang ditunjukkan pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2 Populasi Mahasiswa RBS

| No.           | PRODI               | POPULASI      |
|---------------|---------------------|---------------|
| 1.            | PGSD                | 2195          |
| 2.            | FTI                 | 75            |
| 3.            | FKIP BAHASA INGGRIS | 465           |
| 4.            | MATEMATIKA          | 953           |
| 5.            | FISIKA              | 163           |
| 6.            | BK                  | 850           |
| 7.            | F. HUKUM            | 268           |
| 8.            | P. EKONOMI          | 230           |
| 9.            | P. GEOGRAFI         | 742           |
| 10.           | F. EKONOMI          | 56            |
| 11.           | BAHASA INDONESIA    | 2616          |
| 12.           | F.PETERNAKAN        | 30            |
| 13.           | PGTK                | 1729          |
| 14.           | PPKN                | 540           |
| 15.           | SASTRA INGGRIS      | 48            |
| <b>Jumlah</b> |                     | <b>10.960</b> |

Sampel dalam survey ditetapkan menggunakan konsep Slovin (Sugiyono, 2001). Pada tabel 2 telah dijelaskan bahwa populasi dalam survey ini sebanyak 10.960 mahasiswa RBS, sehingga jumlah sampel minimal yang dibutuhkan berdasarkan konsep Slovin tersebut adalah sebanyak:

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2} = \frac{10.960}{1 + (10.960)(0,1)^2} = 99 \text{ responden}$$

Sedangkan sampel yang digunakan dalam survey di lapangan diambil sebanyak 851 responden, pengambilan sampel ini telah memenuhi syarat minimal responden.

Dalam pelaksanaan survey, jumlah kuesioner yang kembali dan terisi sebanyak 665 kuesioner. Selanjutnya, dilakukan uji outlier dan diperoleh 482 kuesioner yang layak untuk dianalisis. Besarnya sampel berdasarkan prodi seperti ditunjukkan pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Sampel Survey Berdasarkan Prodi

| PRODI          | POPULASI     | SEBAR      | TERISI     | OUTLIER    | VALID      |
|----------------|--------------|------------|------------|------------|------------|
| PGSD           | 2195         | 218        | 185        | 58         | 127        |
| FTI            | 75           | 12         | 6          | 3          | 3          |
| FKIP BHS ING   | 465          | 52         | 36         | 18         | 18         |
| MATEMATIKA     | 953          | 59         | 52         | 4          | 48         |
| FISIKA         | 163          | 25         | 21         | 4          | 17         |
| BK             | 850          | 66         | 31         | 4          | 27         |
| F. HUKUM       | 268          | 30         | 30         | 18         | 12         |
| P. EKONOMI     | 230          | 50         | 43         | 16         | 27         |
| P. GEOGRAFI    | 742          | 50         | 44         | 16         | 28         |
| F. EKONOMI     | 56           | 17         | 15         | 7          | 8          |
| BHS INDONESIA  | 2616         | 27         | 18         | 2          | 16         |
| F.PETERNAKAN   | 30           | 15         | 3          | 0          | 3          |
| PGTK           | 1729         | 158        | 133        | 23         | 110        |
| PPKN           | 540          | 72         | 48         | 10         | 38         |
| SASTRA INGGRIS | 48           | 0          | 0          | 0          | 0          |
| <b>JUMLAH</b>  | <b>10960</b> | <b>851</b> | <b>665</b> | <b>183</b> | <b>482</b> |

### Variabel dan Indikator Survey

Survey ini dilakukan untuk mengetahui hubungan faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari mahasiswa diprosikan (diamati) melalui variabel-variabel: psikografi (Y1), sosial ekonomi dan demografi (Y2), geografi (Y3), dan manfaat (Y4). Sedangkan faktor internal merupakan faktor yang berasal dari Universitas Kanjuruhan Malang diprosikan melalui variabel-variabel: pengalaman lalu (X1), sarana fisik (X2), biaya (X3), iklan (X4), komunikasi dari mulut ke mulut (X5), citra PTS (X6), kualitas layanan teknis (X7), kualitas layanan fungsional (X8), kepuasan mahasiswa (X9), dan harapan mahasiswa (X10). Kemudian variabel-variabel tersebut mempunyai indikator-indikator dengan tujuan memperjelas hasil survey.

Berikut ini merupakan uraian setiap variabel dengan indikator-indikatornya seperti yang ditunjukkan pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Kuesioner

| VARIABEL                     | INDIKATOR  |
|------------------------------|--|
| Psikografi                   | 1. Gaya hidup<br>2. Sikap antusias                     |
| Sosial ekonomi dan demografi | 1. Jumlah keluarga yang ditanggung mahasiswa/orang tua |

| VARIABEL                           | INDIKATOR   |
|------------------------------------|---|
|                                    | 2. Besarnya penghasilan mahasiswa/orang tua   |
| Geografi                           | 1. Jarak asal tempat tinggal  |
| Manfaat                            | 1. Kualitas<br>2. Layanan<br>3. Biaya yang ekonomis<br>4. Kenyamanan<br>5. Kecepatan (kelancaran proses) perkuliahan  |
| Pengalaman lalu                    | 1. Puas, dengan pengalaman kehadiran saya selama mengikuti proses belajar<br>2. Pengalaman yang baik pada kehadiran saya selama mengikuti proses belajar  |
| Sarana fisik                       | 1. Fasilitas fisik<br>2. Dekorasi interior<br>3. Model dan kondisi furniture<br>4. Peralatan yang modern dan baik   |
| Biaya                              | 1. Biaya yang telah ditetapkan<br>2. Fleksibilitas pembayaran<br>3. Potongan biaya  |
| Iklan / Isi brosur                 | 1. Fasilitas fisik pada Universitas Kanjuruhan Malang tampak baik, menarik, dan rapi<br>2. Mandiri dan memiliki eksistensi yang baik<br>3. Civitas akademik akan selalu membantu saya dengan baik<br>4. Yakin dan mempercayai Universitas Kanjuruhan Malang<br>5. Percaya mampu memenuhi kebutuhan saya dan memberi pelayanan yang baik |
| <i>Word of mouth communication</i> | 1. Secara emosional menarik perhatian saya<br>2. Memberi perbandingan yang kuat pengaruhnya pada keputusan saya<br>3. Yang disampaikan seperti keadaan yang sebenarnya dan mendekati keadaannya   |
| Citra PTS                          | 1. Biaya kuliah mahal/tinggi<br>2. Memiliki pilihan program studi<br>3. Tata ruang ( <i>lay out</i> )<br>4. Salah satu Universitas (PT) Swasta yang baik  |
| Kualitas layanan teknik            | 1. Kemampuan kompetensi dosen<br>2. Ilmu pengetahuan dosen yang amat baik<br>3. Bila ada masalah, dosen memberi saran penyelesaian masalah dengan baik<br>4. Kemampuan kompetensi karyawan<br>5. Pengetahuan karyawan amat baik<br>6. Bila ada masalah, karyawan memberi saran  |

| VARIABEL                    | INDIKATOR  |
|-----------------------------|--|
|                             | penyelesaian masalah dengan baik<br>7. Sistem komputerisasi dan kualitas peralatan sarana prasarana yang baik  |
| Kualitas layanan fungsional | 1. Perilaku dosen<br>2. Sikap dosen<br>3. Dosen mudah dihubungi<br>4. Dosen informatif<br>5. Perilaku karyawan<br>6. Sikap Karyawan<br>7. Karyawan mudah dihubungi<br>8. Karyawan informatif<br>9. Berorientasi pada pelayanan terhadap mahasiswa<br>10. Lingkungan mendukung kegiatan mahasiswa |
| Kepuasan Mahasiswa          | 1. Kesetiaan<br>2. Puas kuliah<br>3. Tidak ingin pindah<br>4. Keputusan  |
| Harapan Mahasiswa           | 1. Seperti harapan<br>2. Berharap banyak   |

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam survey adalah kuesioner yang terdiri atas pertanyaan tertutup dan terbuka. Kuesioner yang dipakai adalah kuesioner yang sudah teruji secara validitas dan reliabilitas. Sehingga tim survey hanya mengkaji kuesioner yang sudah ada, kemudian disebarakan kepada responden yang telah ditentukan jumlahnya (persentase) dari setiap prodi. Setelah diisi oleh responden, tim survey mensortir jawaban dari pertanyaan tertutup. Setelah memperoleh jawaban kuesioner yang layak, selanjutnya dilakukan uji *outlier*. Hasil setelah pengujian *outlier* tersebut merupakan data yang siap untuk dianalisis.

Kuesioner dalam survey ini menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari 1 (persepsi negatif) sampai dengan 5 (persepsi positif) (Sugiyono, 2001).

#### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam survey ini menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan program SPSS versi 14.0. Langkah awal dari analisis data dalam survey adalah mengelompokkan setiap variabel survey menjadi persentase. Selanjutnya, dilakukan perhitungan persentase capaian pada setiap variabel survey. Hasil persentase capaian yang diperoleh digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Universitas Kanjuruhan Malang.

Kemudian informasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Universitas Kanjuruhan Malang akan dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui pada posisi strategi apa Universitas Kanjuruhan Malang ini.

Adapun skala yang digunakan untuk menentukan kriteria kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki

oleh Universitas Kanjuruhan Malang berpedoman pada capaian variabel dengan ranges 0 – 100%. Berikut ini adalah 5 skala Likert yang digunakan dalam survey ini.

|                   |               |
|-------------------|---------------|
| 1 = sangat kurang | ≈ (0 – 20%)   |
| 2 = kurang        | ≈ (20 – 40%)  |
| 3 = cukup         | ≈ (40 – 60%)  |
| 4 = baik          | ≈ (60 – 80%)  |
| 5 = sangat baik   | ≈ (80 – 100%) |

Berdasarkan 5 skala Likert tersebut dapat dinyatakan:  
Jika capaian variabel  $> 60\%$  = Kekuatan / peluang  
Jika capaian variabel  $\leq 60\%$  = Kelemahan/ancaman

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Survey

Hasil survey diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi lembaga sebelum pengambilan kebijakan peningkatan biaya perkuliahan program *Regular Block System* (RBS) di Universitas Kanjuruhan Malang.

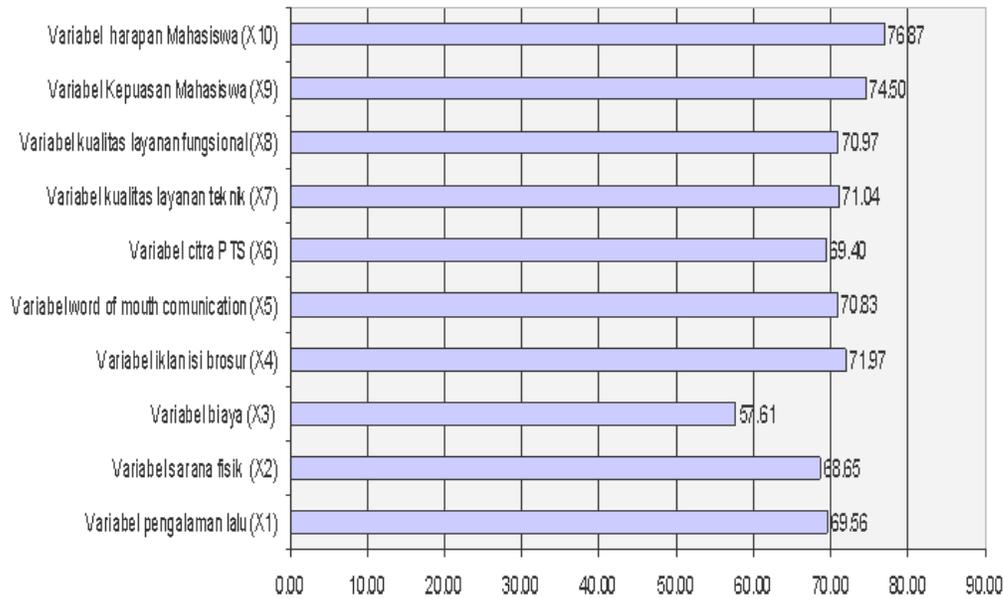
### Capaian Variabel

Dalam rangka pencapaian hasil survey seperti yang diharapkan pada tujuan survey, maka dalam pelaksanaan survey menggunakan sebanyak 10 variabel, yaitu:

1. Harapan mahasiswa ( $x_{10}$ )
2. Kepuasan mahasiswa ( $x_9$ )
3. Kualitas layanan fungsional ( $x_8$ )
4. Kualitas layanan teknik ( $x_7$ )
5. Citra PTS ( $x_6$ )
6. *Word of mouth communication* ( $x_5$ )
7. Iklan isi brosur ( $x_4$ )
8. Biaya ( $x_3$ )
9. Sarana fisik ( $x_2$ )
10. Pengalaman lalu ( $x_1$ )

Adapun hasil perhitungan persentase yang telah dilakukan untuk setiap variabel seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.

Pada gambar 2 menjelaskan bahwa variabel biaya ( $x_3$ ) 57.61%, merupakan variabel yang memiliki nilai persentase lebih kecil dari 60%, sehingga variabel biaya ini termasuk dalam kelompok kelemahan Universitas Kanjuruhan Malang.



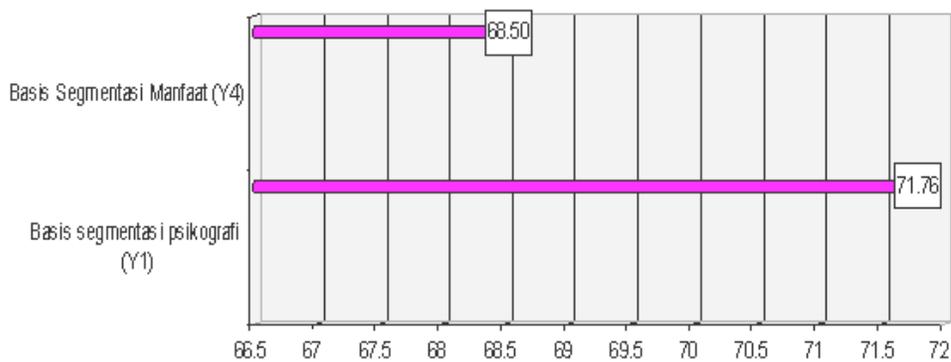
Gambar 2. Persentase Capaian Variabel Survey

### Pengelompokan Karakteristik Mahasiswa

Karakteristik mahasiswa dalam survey ditinjau berdasarkan empat basis segmentasi. Pengelompokan keempat basis segmentasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Psikografi
2. Sosial ekonomi dan demografi
3. Geografi
4. Manfaat

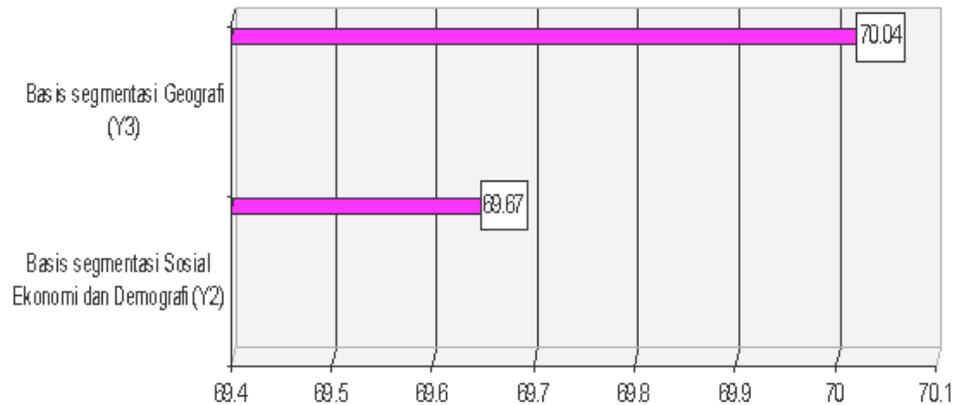
Berdasarkan hasil perhitungan persentase karakter mahasiswa yang ditinjau dari basis segmentasi manfaat dan psikografi karakter seperti yang ditunjukkan pada gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Persentase Capaian Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Basis Segmentasi Manfaat dan Psikografi

Pada gambar 3 di atas menjelaskan bahwa karakteristik mahasiswa ditinjau dari sisi basis segmentasi manfaat dan psikografi memberikan kontribusi yang cukup besar yaitu secara berurutan 68.50% dan 71.76%.

Berikut ini adalah hasil perhitungan persentase karakteristik mahasiswa berdasarkan basis segmentasi sosial ekonomi dan demografi dan geografi. Besar persentase untuk tiap-tiap basis segmentasi tersebut seperti ditunjukkan pada gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4 Persentase Capaian Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Basis Segmentasi Sosial Ekonomi Demografi dan Geografi

Pada gambar 4 di atas menjelaskan bahwa karakteristik mahasiswa ditinjau dari sisi basis segmentasi Sosial Ekonomi serta demografi dan Geografi memberikan resistensi yang cukup besar yaitu secara berurutan 69.67% dan 70.04%.

## Analisis Capaian Karakteristik Mahasiswa RBS

### *Karakteristik Mahasiswa RBS Berdasarkan Basis Psikografi (Y1)*

Secara keseluruhan untuk variabel psikografi sebesar 71.1% gaya hidup suka bekerja keras dan sikap antusias mahasiswa RBS menjadi pertimbangan pribadi dalam memilih Universitas Kanjuruhan Malang sebagai tujuan akhir untuk melanjutkan studinya.

### *Karakteristik Mahasiswa RBS Berdasarkan Basis Sosial Ekonomi dan Demografi (Y2)*

Secara keseluruhan untuk variabel basis sosial ekonomi dan demografi sebesar 69.6% jumlah tanggungan keluarga dan besar penghasilan mahasiswa RBS menjadi pertimbangan pribadi dalam memilih Universitas Kanjuruhan Malang sebagai tujuan akhir untuk melanjutkan studinya. Hal ini didukung dari data pendukung sebesar 56.6% responden berpenghasilan dibawah Rp 750.000,00 dan hasil pertanyaan terbuka bahwa rata-rata mahasiswa berasal dari keluarga ekonomi menengah ke bawah dan masih menghendaki biaya murah.

### *Karakteristik Mahasiswa RBS Berdasarkan Basis Geografis (Y3)*

Secara keseluruhan untuk variabel basis geografis sebesar 70.0% menjadi pertimbangan pribadi dalam memilih Universitas Kanjuruhan Malang. Hal ini berarti bahwa dengan semakin jauh jarak asal mahasiswa RBS dengan kampus Universitas Kanjuruhan Malang akan mengurangi minat memilih Universitas Kanjuruhan Malang.

#### ***Karakteristik Responden Berdasarkan Basis Manfaat (Y4)***

Secara keseluruhan untuk variabel basis manfaat sebesar 68.4% menunjukkan bahwa kualitas lembaga, layanan Universitas, biaya ekonomis, kenyamanan, dan kelancaran proses perkuliahan menjadi pertimbangan pribadi dalam memilih Universitas Kanjuruhan Malang sebagai tujuan akhir. Hal ini didukung oleh hasil dari pertanyaan terbuka yang menunjukkan banyak yang sukses dengan keberadaan Universitas Kanjuruhan Malang.

#### **Analisis Capaian Variabel**

##### ***Karakteristik Responden Berdasarkan Basis Pengalaman Lalu (X1)***

Secara keseluruhan variabel basis pengalaman lalu diperoleh sebesar 69.5% yang menunjukkan bahwa mahasiswa RBS mendapatkan kesan terhadap pengalaman yang baik dalam mengikuti proses belajar. Hasil capaian variabel ini menunjukkan bahwa pengalaman lalu merupakan faktor kekuatan bagi Universitas Kanjuruhan Malang dan suatu hal yang perlu untuk ditingkatkan atau minimal bisa dipertahankan.

##### ***Karakteristik Responden Berdasarkan Sarana Fisik (X2)***

Secara keseluruhan variabel basis sarana fisik sebesar 68.5% menunjukkan bahwa mahasiswa RBS memberikan kesan terhadap sarana fisik, yang meliputi fasilitas fisik, dekorasi interior, model dan kondisi furniture dan peralatan yang modern yang dimiliki Universitas Kanjuruhan Malang yang baik.

##### ***Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya (X3)***

Secara keseluruhan variabel biaya sebesar 57.6% menunjukkan bahwa mahasiswa RBS memberikan kesan terhadap potongan, fleksibilitas sistem pembayaran dan harga dibandingkan dengan PT lain yang dimiliki Universitas Kanjuruhan Malang yang murah.

##### ***Karakteristik Responden Variabel Iklan/Isi Brosur (X4)***

Secara keseluruhan variabel iklan/isi brosur sebesar 71.9% menunjukkan bahwa mahasiswa RBS memberikan kesan terhadap iklan isi brosur Universitas Kanjuruhan Malang menarik dalam memberikan informasi tentang kampus Universitas Kanjuruhan Malang.

##### ***Karakteristik Responden Variabel Word Of Mouth Communication (X5)***

Secara keseluruhan variabel *word of mouth communication* sebesar 70.8%. menunjukkan bahwa mahasiswa RBS dalam mendapatkan informasi tentang kampus Universitas Kanjuruhan Malang secara baik dan efektif dari mulut ke mulut.

##### ***Karakteristik Responden Variabel Citra PTS / Universitas Kanjuruhan Malang (X6)***

Secara keseluruhan variabel citra PTS sebesar 69.4% menunjukkan bahwa mahasiswa RBS memberikan kesan bahwa biaya di Universitas Kanjuruhan **cukup mahal**, banyak mempunyai pilihan program studi, mempunyai *layout* yang bagus dan dianggap salah satu PTS terbaik.

##### ***Karakteristik Responden Variabel Kualitas Layanan Teknik (X7)***

Secara keseluruhan variabel kualitas layanan teknik sebesar 71.0% menunjukkan bahwa mahasiswa RBS menyatakan dosen dan karyawan Universitas Kanjuruhan Malang

memiliki kompetensi yang baik, mempunyai pengetahuan yang luas, cepat tanggap dalam setiap masalah pada mahasiswa. Ditunjang dengan sistem komputerisasi yang baik.

#### ***Karakteristik Responden Variabel Kualitas Layanan Fungsional (X8)***

Secara keseluruhan variabel kualitas layanan teknik sebesar 70.9% menunjukkan bahwa mahasiswa RBS menyatakan dosen dan karyawan Universitas Kanjuruhan Malang ramah, sopan informatif, baik, mudah dihubungi dan memiliki sikap dan perilaku yang baik.

#### ***Karakteristik Responden Variabel Kepuasan Mahasiswa (X9)***

Secara keseluruhan variabel kepuasan mahasiswa sebesar 74.5% menunjukkan bahwa mahasiswa RBS menyatakan setia terhadap Universitas Kanjuruhan Malang, puas kuliah di Universitas Kanjuruhan Malang, tidak ingin pindah ke PTS lain dan mempunyai keputusan tepat kuliah di Universitas Kanjuruhan Malang.

#### ***Karakteristik Responden Variabel Harapan Mahasiswa (X10)***

Secara keseluruhan variabel harapan mahasiswa sebesar 76.8% menunjukkan bahwa mahasiswa RBS merasa sesuai harapan kuliah di Universitas Kanjuruhan Malang dan berharap banyak terhadap Universitas Kanjuruhan Malang untuk menjadi yang terbaik.

### **Analisis Pengelompokan Variabel Survey**

#### ***Kekuatan***

Berdasarkan hasil analisis pengelompokan variabel survey, maka variabel-variabel yang menjadi faktor kekuatan pada Universitas Kanjuruhan Malang seperti ditunjukkan pada tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4 Faktor Kekuatan Pada Universitas Kanjuruhan Malang

| No.              | Nama Variabel                      | Satuan (%)   |
|------------------|------------------------------------|--------------|
| 1.               | Manfaat                            | 68.4         |
| 2.               | Pengalaman lalu                    | 69.5         |
| 3.               | Sarana fisik                       | 68.5         |
| 4.               | Iklan                              | 71.9         |
| 5.               | <i>Word of mouth communication</i> | 70.8         |
| 6.               | Citra Universitas                  | 69.4         |
| 7.               | Kualitas layanan teknik            | 71.0         |
| 8.               | Kualitas layanan fungsional        | 70.9         |
| 9.               | Kepuasan mahasiswa                 | 74.5         |
| 10.              | Harapan mahasiswa                  | 76.8         |
| <b>Rata-rata</b> |                                    | <b>71.12</b> |

Faktor-faktor yang menjadi kekuatan bagi Universitas Kanjuruhan Malang ternyata terdapat beberapa variabel yang memiliki nilai persentase di bawah rata-rata (71.12%), yaitu: variabel manfaat, pengalaman lalu, sarana fisik, informasi dari mulut ke mulut, citra Universitas, kualitas layanan teknik, dan kualitas layanan fungsional. Untuk itu, maka

Universitas Kanjuruhan Malang perlu merencanakan dan melaksanakan program-program peningkatan dalam rangka meningkatkan variabel yang masih berada di bawah nilai rata-rata.

Sedangkan untuk variabel yang memiliki nilai persentase diatas rata-rata seperti variabel iklan, kepuasan mahasiswa dan harapan mahasiswa maka tindakan yang perlu dilakukan oleh Universitas Kanjuruhan Malang adalah minimal mempertahankannya kalau bisa juga ditingkatkan.

### **Kelemahan**

Berdasarkan hasil analisis pengelompokan variabel survey, maka variabel-variabel yang menjadi faktor kelemahan pada Universitas Kanjuruhan Malang seperti ditunjukkan pada tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5 Faktor Kelemahan Pada Universitas Kanjuruhan Malang

| No.              | Nama Variabel | Satuan (%)  |
|------------------|---------------|-------------|
| 1.               | Biaya         | 57.6        |
| <b>Rata-rata</b> |               | <b>57.6</b> |

Faktor yang menjadi kelemahan bagi Universitas Kanjuruhan Malang terdapat pada variabel biaya. Bila biaya dikaitkan dengan rata-rata pendapat mahasiswa yang masih beranggapan bahwa biaya kuliah di Universitas Kanjuruhan Malang tinggi (mahal). Padahal bila dibandingkan dengan biaya kuliah di PTS lain masih tergolong murah.

Strategi untuk mengatasi kelemahan ini Universitas Kanjuruhan Malang dapat melakukan cara dengan menambah dan memperbanyak sumber dana untuk program beasiswa, terutama mahasiswa RBS.

Strategi yang kedua dengan merevisi ulang struktur biaya kuliah yang selama ini telah terlaksana dengan para pengelola kelas daerah (*agent*), supaya dapat mengendalikan dan mengontrol kenaikan biaya secara sepihak.

### **Peluang**

Berdasarkan hasil analisis pengelompokan variabel survey, maka variabel-variabel yang menjadi faktor peluang pada Universitas Kanjuruhan Malang seperti ditunjukkan pada tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6 Faktor Peluang Pada Universitas Kanjuruhan Malang

| No.              | Nama Variabel | Satuan (%)  |
|------------------|---------------|-------------|
| 1.               | Psikografis   | 71.1        |
| <b>Rata-rata</b> |               | <b>71.1</b> |

Dari hasil survey ternyata yang merupakan peluang bagi Universitas Kanjuruhan Malang adalah faktor psikografis sebab variabel psikografi yang dilihat dari indikator semangat kerja keras dan antusiasme mahasiswa RBS secara rata-rata mempunyai semangat tinggi dalam memilih Universitas Kanjuruhan Malang.

Karena itu Universitas Kanjuruhan Malang perlu persuasif dan intensif dalam mempromosikan tentang Universitas Kanjuruhan Malang.

### Ancaman

Berdasarkan hasil analisis pengelompokan variabel survey, maka variabel-variabel yang menjadi faktor ancaman pada Universitas Kanjuruhan Malang seperti ditunjukkan pada tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7 Faktor Ancaman Pada Universitas Kanjuruhan Malang

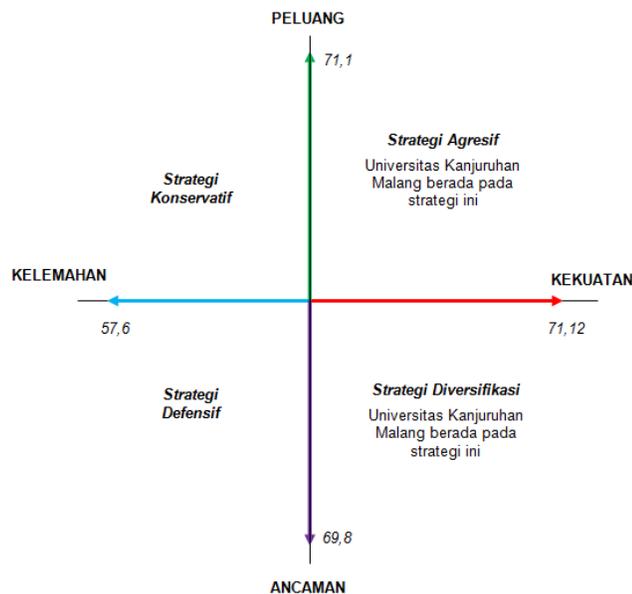
| No.              | Nama Variabel                | Satuan (%)  |
|------------------|------------------------------|-------------|
| 1.               | Sosial ekonomi dan demografi | 69.6        |
| 2.               | Geografis                    | 70.0        |
| <b>Rata-rata</b> |                              | <b>69.8</b> |

Sebagai faktor yang menjadi ancaman bagi Universitas Kanjuruhan Malang adalah faktor sosial ekonomi dan ditinjau dari sisi sosial ekonomi, kondisi sosial ekonomi mahasiswa RBS rata-rata berada pada golongan menengah ke bawah. Bila ditinjau dari sisi demografis, mengindikasikan bahwa dengan semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka Universitas Kanjuruhan Malang bukan menjadi pilihan mahasiswa RBS.

Sedangkan bila ditinjau dari sisi geografi rata-rata mahasiswa RBS menghendaki proses perkuliahan yang dekat dengan daerah asal. Oleh karena itu Universitas Kanjuruhan Malang perlu menciptakan suatu program dimana ancaman ini untuk bisa diubah menjadi peluang bagi Universitas Kanjuruhan Malang.

### Analisis SWOT

Berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Universitas Kanjuruhan Malang maka strategi-strategi yang perlu untuk diterapkan oleh Universitas Kanjuruhan Malang menurut analisis SWOT seperti yang ditunjukkan pada gambar 5 di bawah ini.



Gambar 5 Analisis SWOT Survey

Gambar 5 menjelaskan Universitas Kanjuruhan Malang berada pada dua strategi, yaitu: Strategi Agresif dan Strategi Diversifikasi. Pada strategi agresif, salah satu program yang dapat dilakukan oleh Universitas Kanjuruhan Malang adalah meningkatkan biaya perkuliahan mahasiswa RBS.

### Analisis Besarnya Kenaikan Biaya Kuliah Mahasiswa RBS

Model besarnya kenaikan biaya kuliah bagi mahasiswa RBS di Universitas Kanjuruhan Malang secara matematis dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + cX_2 + dX_3 \quad (1)$$

Keterangan:

- Y = besar kenaikan biaya maksimum (dengan batasan : *self corporate, competitor, customer*)  
 a = koefisien capaian (pertanyaan terbuka tentang biaya dinaikkan menjadi Rp 10.000.000,00)  
 b = koefisien capaian biaya kuliah mahal/tinggi (*self corporate*)  
 c = koefisien capaian harga (*competitor*)  
 d = koefisien capaian sosial ekonomi/penghasilan orang tua (*customer*)  
 X<sub>1</sub> = score rata-rata indikator biaya kuliah mahal/tinggi (*self corporate*)  
 X<sub>2</sub> = score rata-rata indikator harga (*competitor*)  
 X<sub>3</sub> = score rata-rata indikator besar penghasilan orang tua (*customer*)

Nilai koefisien capaian dan indikator adalah sebagai berikut:

|   |      |   |        |
|---|------|---|--------|
| Koefisien capaian biaya dinaikkan menjadi Rp 10.000.000,00            | (a)  | = | 0,4041 |
| Koefisien capaian biaya kuliah mahal/tinggi ( <i>self corporate</i> ) | (b)  | = | 0,5909 |
| Koefisien capaian harga ( <i>competitor</i> )                         | (c)  | = | 0,5954 |
| Koefisien capaian penghasilan orang tua ( <i>customer</i> )           | (d)  | = | 0,3278 |
| Indikator biaya kuliah mahal/tinggi ( <i>self corporate</i> )         | (X1) | = | 2,8049 |
| Indikator harga ( <i>competitor</i> )                                 | (X2) | = | 2,2946 |
| Indikator besar penghasilan orang tua ( <i>customer</i> )             | (X3) | = | 2,6390 |

Sehingga berdasarkan persamaan (1) adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.4041 + 0.5909 (2.8049) + 0.5954 (2.2946) + 0.3278 (2.6390)$$

$$Y = 0.4041 + 1.6577 + 1.3662 + 0.8650$$

$$Y = \mathbf{4.2931}$$

Perhitungan persentase kenaikan biaya kuliah untuk mahasiswa RBS di Universitas Kanjuruhan Malang adalah sebagai berikut:

$$\text{persentase kenaikan biaya kuliah} = \frac{a}{Y} \times 100\%$$

$$\text{persentase kenaikan biaya kuliah} = \frac{0.4041}{4.2931} \times 100\%$$

$$\text{persentase kenaikan biaya kuliah} = 9.41\%$$

Persentase Kenaikan biaya sebenarnya minimal ditambah dengan inflasi saat ini (asumsi 10%) maka:

persentase kenaikan biaya kuliah = 9.41% + 10%

persentase kenaikan biaya kuliah setelah ditambah inflasi = 19.41%

Jika kenaikan biaya kuliah untuk mahasiswa RBS dinominalkan maka:

kenaikan biaya kuliah = Rp 7.000.000,00 + (Rp 7.000.000,00 x 19.41%)

kenaikan biaya kuliah = Rp 7.000.000,00 + Rp 1.358.700,00

kenaikan biaya kuliah = Rp 8.358.700,00

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT survey, menunjukkan bahwa Universitas Kanjuruhan Malang berada pada strategi Agresif (Kekuatan 71.12% dan Peluang 71.1%) serta strategi Diversifikasi (Kekuatan 71.12% dan Ancaman 69.8%) maka Universitas Kanjuruhan Malang **layak** untuk menaikkan biaya kuliah mahasiswa RBS, yang diimbangi dengan penganeekaragaman program untuk mengatasi ancaman-ancaman yang dihadapi oleh Universitas Kanjuruhan Malang saat ini dan di masa yang akan datang.

Berdasarkan model besarnya kenaikan biaya kuliah bagi mahasiswa RBS di Universitas Kanjuruhan Malang maka biaya kuliah dapat dinaikkan maksimum sebesar 19.41%.

## SARAN

Kenaikan biaya kuliah selain harus diimbangi dengan peningkatan sarana prasarana dan kualitas layanan, tetap harus mengedepankan kerjasama yang harmonis antara lembaga dan *agent* (pengelola daerah).

Iklan dan brosur harus lebih spesifik mengekspos keunggulan-keunggulan yang ada tanpa harus memanipulasi hal-hal tertentu yang sebenarnya belum siap melaksanakan atau belum memiliki hal tersebut.

Peran *agent* terhadap informasi iklan sangatlah penting sebagai *agent/personal selling* sehingga harus lebih proaktif dalam menyampaikan keunggulan-keunggulan yang ada pada lembaga dengan tanpa memanipulasi hal-hal yang sebenarnya tidak benar.

Kenaikan biaya kuliah tetap harus melalui proses sosialisasi, baik kepada *agent* maupun kepada mahasiswa.

Perlu ada sistem pembayaran angsuran secara baku dan adanya potongan biaya yang bisa dilakukan secara keseluruhan untuk mahasiswa atau melalui prestasi-prestasi tertentu untuk mengakomodasi keterbatasan mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

Aldridge, S. dan Rowley, J. (1998). Measuring Customer Satisfaction In Higher Education. *Quality Assurance in Education*. Vol 6. No.4. pp197-204.

- Anderson, E.W. (1998). Customer satisfaction and word of mouth. *Journal of Service Research*. Vol. 1 No. 1, pp. 5-17.
- Bitner, M.J. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*. Vol. 54, April, pp. 69-82.
- Booms, B. dan Bitner, M. (1981). Marketing strategies and organizational structures for service firms, dalam Donnelly, J. dan George, W. (Eds). *Marketing of Services*. American Marketing Association, Chicago, IL. pp. 47-52.
- Cathy, J. dan Brian M.P., (1997). The influence of experience on service expectations. *International Journal of Service, Industry Management*. Vol. 8 No. 4, pp. 290-305.
- Cravens, D.W. (1994). *Strategic Marketing*, 4<sup>th</sup> ed. Lina Salim (penterjemah) Strategis Pemasaran, edisi: 4, cetakan 3. Jakarta.
- Fielder, J.S., Hilton, C.B., dan Motes, W.H. (1993). Educational services marketing: a proposed system for enhanced recruitment of students. *Journal of Professional Services Marketing*. Vol. 8, pp. 191-205.
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*. Vol. 18 No. 4, pp. 36-44.
- Hurley, Robert F., dan Hooman E. (1998). Alternative Indexes for monitoring Customer Perception of Service Quality: A Comparative Evaluation in a Retail Context. *Journal of the academy of Marketing Science*. 26 (Summer), 115-27.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing* ed 9. Prentice Hall, Inc. Sindo. A (penterjemah). 2004. Dasar-dasar Pemasaran, ed 9. Jakarta. PT Indeks.
- Kotler, P. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institution*, Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Landrum, R.E., Turrisi R., dan Harless C. (1998). University image: the benefits of assessment and modeling. *Journal of Marketing for Higher Education*. Vol. 9 No. 1, pp. 53-68.
- Lin, CF. (2002). Segmenting customer brand preference: demographic or psychographic. *Journal of Product & Brand Management*, vol.11 no.4, pp. 249-268.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, edisi 1. Jakarta: salemba empat.
- Oldfield., B.M. dan Baron S. (2000). Student Perceptions Of Service Quality In A UK University Business And Management Faculty. *Quality Assurance in Education*. Volume 8. Number 2, pp. 85-95.
- Prasetyo, Bambang dan Jannah L.M. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi: Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. (1994). *Consumer Behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Sugiyono. (2001). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Wahyono, Tries Edy. (2005). *Variabel Anteseden dari Harapan Pelanggan dan Citra Perguruan Tinggi Swasta serta Pengaruhnya terhadap Basis Segmentasi, Program Pasca Sarjana, Universitas Brawijaya Malang*.

Zeithaml, V.A., Berry L.L., dan Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of services. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 21, Winter, pp. 1-12.