

TECHNICAL FUNCTIONAL QUALITY INFLUENCE AND IMAGE ON STUDENT DECISIONS TO CHOOSE POSTGRADUATE

PENGARUH KUALITAS FUNGSIONAL TEKNIKAL DAN CITRA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PASCASARJANA

Nur Hilal^{1a}, Hariyanto R Djatola²

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Panca Bhakti, Palu, Indonesia.

^a Korespondensi: Hariyanto R Djatola, E-mail: hilalnur2804@email.com
(Diterima: 02-10-2022; Ditelaah: 03-10-2022; Disetujui: 12-01-2023)

ABSTRACT

This research aims to know the contribution of functional quality indicator, technical and image on student's decision to choose Tadulako University Postgraduate Program. This is a survey research involving 219 sample which have been determined by accidental sampling technique. To test proposed hypothesis, this research employs multiple linear regression. The result show that F value 51,72 at the significant level of 0,000. This means that all independent variables i.e, functional quality (X1), technical (X2) and image (X3) perform significant effect on student's decision. Partially, functional quality (X1) indicates t value 2.044 which means that functional quality performs a significant effect on student's decision. Technical quality (X2) indicates t value 2.300 which means that technical quality performs an effect on student's decision. It is found that image is the most dominant variable influencing students to choose postgraduate program at Tadulako University. This is indicated by t value 3.900 which higher than t table 1.645.

Keywords : service quality, functional quality, technical, image, decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi dari indikator-indikator kualitas fungsional, teknikal dan citra terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu Penelitian dilakukan dengan jenis penelitian asosiatif yang melibatkan sebanyak 219 sampel yang diambil dengan *teknik aksidental sampling*. Hasil pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil pengujian secara statistik dengan uji F diketahui $F_{hitung} = 51,72$ sedangkan F_{tabel} adalah 2,62 dengan tingkat signifikan 0,000 dengan demikian jelas terlihat $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang berarti semua variabel bebas Kualitas Fungsional (X1), Teknikal (X2) dan Citra (X3) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa (Y). Secara parsial, Kualitas Fungsional (X1), menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,044 lebih besar dari $t_{tabel} = 1,645$ membuktikan bahwa Kualitas Fungsional (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa, Teknikal (X2) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,300 lebih besar dari $t_{tabel} = 1,645$ membuktikan bahwa Teknikal (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa dan Citra (X3) merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi tindakan Keputusan Mahasiswa yang dilakukan oleh mahasiswa pada Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,900 lebih besar dari $t_{tabel} = 1,645$.

Kata kunci: kualitas layanan, kualitas fungsional, teknikal, citra dan keputusan.

Hilal, N., & Djatola, H, R. (2023). Pengaruh Kualitas Fungsional teknikal dan citra terhadap keputusan mahasiswa memilih pascasarjana. *Jurnal Sosial Humaniora*, 14(1), 58- 69.

PENDAHULUAN

Industri jasa pendidikan tinggi di Indonesia berkembang sangat pesat, Menurut

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Depdiknas pada tahun 2007, perguruan tinggi (PT) di Indonesia yang berstatus perguruan tinggi swasta dan negeri

terdaftar sebanyak 2322 perguruan tinggi, dan pada edisi Januari 2009 dari Webometrics di Indonesia terdapat sekitar 2800 perguruan tinggi negeri dan swasta. Potret permasalahan pendidikan tinggi di masa depan adalah: persaingan yang tinggi sehingga banyak tawaran layanan pendidikan tinggi, meningkatnya permintaan dari konsumen atau mahasiswa terutama dalam hal mutu dan biaya, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang merubah segalanya. aspek kehidupan. Pada akhirnya, tugas pendidikan tinggi adalah memecahkan masalah dan keterbatasan agar mampu bertahan dan berkembang. Kata kuncinya disini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan mahasiswa Universitas sehingga dapat mendukung tuntutan layanan pendidikan tinggi melalui kualitas layanan yang diberikan, Studi mengenai kualitas jasa pada perguruan tinggi telah dilakukan oleh beberapa peneliti, namun penelitian yang dilakukan hanya dalam konteks *service delivery process* yang didasarkan pada modifikasi konsep SERVQUAL (*assurance, responsiveness, empathy, reliability dan tangibles*), selain itu alternatif model yang digunakan untuk menilai kualitas jasa secara menyeluruh dan dengan kriteria dari lembaga survei pemeringkatan institusi perguruan tinggi salah satunya dikemukakan oleh Gronroos (1990) yang terdiri dari kualitas teknikal (hasil), kualitas fungsional (proses) dan kualitas reputasi (citra).

Penelitian Gronroos selanjutnya dituangkan melalui penelitaian Holdford dan Reinders (2001) dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas teknis atau kualitas yang berhubungan dengan hasil selama menjalani perkuliahan (*intellectual progress*) memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan, komitmen dan nilai bagi mahasiswa dari pada kualitas fungsional. Menurut Joseph (1997), terdapat 7 faktor yang digunakan mahasiswa untuk menentukan kualitas jasa pada institusi pendidikan, antara lain

reputasi akademik, peluang karir, program yang ditawarkan, biaya, aspek fisik, lokasi yang ideal dan faktor lain (informasi *wom* dan keluarga). Ketujuh faktor tersebut kualitas reputasi akademik merupakan faktor pertama yang dianggap sebagai faktor penentu karena kualitas reputasi akademik merupakan gelar prestisius yang diakui secara nasional maupun internasional tentunya didukung oleh staf instruktur yang handal.

Smith dan Ennew (2001) dalam penelitiannya menemukan bahwa, *functional quality* yang berhubungan dengan proses interaksi dan *technical quality* merupakan penentu kualitas jasa yang berimplikasi pada informasi positif. Dengan kata lain, aspek proses selama berinteraksi dengan penyaji jasa lebih berpengaruh dari pada aspek teknikal (hasil), namun kedua aspek tersebut (fungsional dan teknikal) sama-sama mempengaruhi keinginan konsumen dalam bentuk kesediaan konsumen merekomendasikan kepada konsumen lain untuk memutuskan memilih perguruan tinggi.

Berdasarkan gambaran fenomena dan telaah temuan penelitian yang dikemukakan oleh beberapa ahli, maka perlu dilakukan studi lebih mendalam khususnya bentuk kualitas jasa yang disajikan oleh perguruan tinggi guna menemukan bentuk kualitas jasa terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi.

Penelitian ini dilakukan terhadap STIE Panca Bhakti Palu, khususnya pada Program Pascasarjana, dimana terus berkembang sesuai dengan tuntutan kurikulum Perguruan Tinggi Indonesia, dan melihat salah satu filosofi STIE Panca Bhakti Palu yakni beroreintasi kepada kepuasan pelanggan (*Customer value*). STIE Panca Bhakti Palu salah satu pendidikan tinggi yang menyelenggarakan jasa pendidikan yang mengutamakan kualitas pendidikan pada mahasiswanya sebagai pelanggan

utama. Manakala mahasiswa dan orang tua mahasiswa memilih dan memutuskan untuk melanjutkan studi pendidikannya ke STIE Panca Bhakti Palu dengan yakin dan percaya bahwa tenaga pengajar yang dimiliki sangat berkompotensi dan kapabilitas dalam bidang keilmuannya. Terkadang masyarakat umum sekitar Sulawesi Tengah ini sudah mengenal para tenaga pengajar dalam setiap program yang dilaksanakan secara ilmiah yang berupa program penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dengan mengembangkan daerah-daerah memiliki potensi yang bisa menciptakan pendapatan, melalui penelitian dan pengabdian kepada masyarakat ini dapat menerapkan program dalam mengembangkan pengetahuan keilmuan, teknologi dan potensi daerah secara konsisten dan berkelanjutan sebagai program utama dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, sehingga hasil apa diharapkan melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dan terpenuhi masyarakat (www.stiepb.ac.id). Tuntutan masyarakat untuk meningkatkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi yakni pendidikan Pasasarjana menuntut Perguruan Tinggi di kota Palu yakni Universitas Tadulako, Universitas Alkhairat Palu, Universitas Muhammadiyah Palu dan STIE Panca Bakti yang melaksanakan program pascasarjana dengan membagi beberapa keilmuan.

Keberadaan Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu memang dibutuhkan oleh masyarakat Sulawesi Tengah pada umumnya dan khususnya kota Palu, dilihat dari tiap tahunnya mengalami penambahan minat mahasiswa pada Program Pascasarjana, ini disebabkan adanya tuntutan pekerjaan yang secara tidak langsung mewajibkan mahasiswa untuk meningkatkan sumber daya manusia pada instansi tempat mereka bekerja. Selain fenomena tersebut, STIE Panca Bhakti Palu yang menyelenggarakan Program Pascasarjana yang merupakan Perguruan

Tinggi Swasta satu-satunya di kota Palu diharapkan dapat menghasilkan lulusan Magister yang dapat diandalkan oleh instansi mereka. Hal ini didasari dari tenaga dosen yang dimiliki oleh Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu minimal yang berstatus atau lulusan S3, lingkungan kuliah yang cukup nyaman dan fasilitas-fasilitas yang memadai dalam membantu proses belajar mengajar.

Penelitian ini mengkhususkan pada Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu telah berusaha meningkatkan kualitas jasanya yang meliputi proses (kualitas fungsional), kompetensi lulusan (kualitas teknikal), dan *image* (Citra) yang baik dengan bertujuan untuk menarik minat masyarakat setempat untuk menggunakan jasa pendidikan Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian studi eksploratif (*exploratory studi*) dilakukan dengan memahami apa yang sedang terjadi, menilai besar masalah, dan/atau mendapatkan pemahaman yang baik terhadap fenomena dalam situasi tersebut (Sekaran, 2017;hal 110). *Exploratory studi* adalah penelitian yang berarti memahami tempat faktor-faktor yang dimaksud dan hubungan antara suatu variabel dengan faktor-faktor yang berbeda. Kelompok penelitian deskriptif, komparatif, dan asosiatif/kausal merupakan jenis penelitian explicatory (Sugiyono, 2007; 11). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih peneliti untuk diselidiki dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:115). Populasi dalam penelitian ini adalah mencakup seluruh Mahasiswa yang berada dilingkup Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu. Dalam hal ini populasi penelitian dapat dikatakan diketahui yaitu seluruh mahasiswa yang masih aktif dalam

mengikuti perkuliahan yakni mahasiswa Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu dengan jumlah 307 orang.

Tabel 1. Jumlah populasi berdasarkan kelompok data mahasiswa yang aktif di Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu Palu.

No	Program Studi	TOTAL
1.	Magister Manajemen	227
2.	Magister Pendidikan	80
	JUMLAH	307

Sumber: Biro Adm. Akademik Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu (September, 2021)

Jumlah populasi pada tabel 3.1 akan ditentukan sampel, yang dimaksud dengan "sampel" mengacu pada berbagai ciri dan karakteristik yang khas dari populasi (Sugiyono, 2008: 116). Walaupun populasi dalam penelitian ini cukup besar yang berarti kemungkinan pengamatan yang cukup lama, biaya, dan tenaga dalam jumlah besar, penelitian ini akan menggunakan sampel yang akan diambil untuk mewakili populasi yang ada.

Jumlah sampel dalam penelitian ini merujuk pada rumus yang digunakan oleh Slovin (Umar, 2000) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + n(e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran/ketidak telitian karena kesalahan pengembalian sampel yang masih dapat ditolerir adapun tingkat kesalahan ($\alpha=5\%$), berdasarkan rumus tersebut :

$$n = \frac{307}{1 + 307 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{307}{1,7675}$$

$$n = 174$$

Teknik penarikan sampel

Dari perhitungan diatas ditetapkan bahwa Sampel yang akan digunakan sebanyak 174 orang. Karena penelitian ini menggunakan kelompok data mahasiswa yang aktif berdasarkan Program Studi pada Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu Palu, maka untuk menentukan jumlah sampel masing-masing angkatan digunakan sampel *fraction* yang dihitung dengan membandingkan jumlah elemen dari tiap-tiap sub populasi dalam hal ini objek kemudian dikalikan dengan jumlah sampel hasil perhitungan Slovin, (Umar, 2000) yaitu :

Tabel 2. Jumlah Sampel.

No	Program Studi	TOTAL	SAMPEL	Sampel dilapangan
1.	Magister Manajemen	227	110	103
2.	Magister Pendidikan	80	64	47
	JUMLAH	307	174	150

Selanjutnya menggunakan *Sampling Aksidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan siapa yang kebetulan ada, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui sesuai dengan kriteria responden diatas. Dari hasil penelitian lapangan kuesioner yang layak untuk diolah lebih lanjut hanya 150 kuesioner, sedangkan sisanya sebanyak 24 kuesioner (4,88%) tidak layak diolah karena di isi tidak lengkap serta ada yang tidak dikembalikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu Palu. Agar memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana pembahasan hasil penelitian ini, selanjutnya disajikan deskripsi terinci sebagai berikut:

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu. Identitas responden berdasarkan usia dimaksudkan untuk mengetahui komposisi mahasiswa yang menjadi responden penelitian di pascasarjana yang ditemui peneliti.

Tabel 3. Identitas Responden Berdasarkan Usia Responden.

Usia (Th)	Frekuensi	%
> 25	38	17.4
26-35	90	41.1
36-45	73	33.3
46-55	17	7.8
< 55	1	0.5
Total	219	100.0

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 (Lampiran 3)

Tabel 4 memberikan informasi bahwa mahasiswa yang menempuh jenjang S2 idealnya usianya berkisar antara 26 tahun hingga 55 tahun. Secara rinci komposisi responden menurut usia didominasi oleh mahasiswa yang berusia diantara 26-35 tahun yaitu sejumlah 90 mahasiswa (41,1%), berusia 36-45 tahun sebanyak 73 mahasiswa (33,3%), berusia > 25 tahun sebanyak 38 mahasiswa (17,4%), berusia 46-55 sebanyak 17 mahasiswa (7,8%), dan berusia < 55 tahun hanya 1 mahasiswa (0,5%).

Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu. Mendiskripsikan identitas responden berdasarkan pekerjaan dimaksudkan untuk mengetahui komposisi

mahasiswa yang menjadi responden penelitian di pascasarjana yang ditemui peneliti.

Tabel 4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.

Pekerjaan	Frekuensi	%
PNS	143	65.3
Karyawan	32	14.6
Wiraswasta	4	1.8
Mahasiswa	40	18.3
Total	219	100.0

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 (Lampiran 3)

Tabel 4 memberikan informasi bahwa mahasiswa yang menempuh jenjang S2. Secara rinci komposisi responden menurut pekerjaan didominasi oleh mahasiswa yang bekerja sebagai PNS yaitu sejumlah 143 mahasiswa (65,3%), bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 32 mahasiswa (14,6%), bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 4 mahasiswa (1,8%), dan murni sebagai Mahasiswa sebanyak 40 mahasiswa (18,3%).

Informasi karakteristik responden ini memberikan gambaran bahwa mahasiswa yang bekerja sebagai PNS lebih mendominasi terhadap Keputusan Mahasiswa memilih Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda dengan variabel bebas Kualitas Fungsional, Teknikal dan Citra dan variabel terikat Keputusan Mahasiswa Mahasiswa dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Standardized Coefficients (β)	T_{hitung}	Sig.	Keterangan
(Constant)	.936			
Kualitas Fungsional (X1)	0.240	2.041	0.042	Signifikan
Kualitas Teknikal (X2)	0.150	2.300	0.022	Signifikan
Kualitas Citra (X3)	0.402	3.900	0.000	Signifikan
F_{hitung}	= 51.722			
F_{tabel}	= 2.62			
Sign. F	= 0.000(a)			
α	= 0,05			
Adjusted R Square	= 0,411			

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2020 (Lampiran 6)

Keterangan : - Jumlah data (observasi) = 219

- Nilai $T_{tabel} : \alpha = 5\% = 1,645$

- Dependent Variabel Keputusan Mahasiswa (y)

Pengaruh Kualitas Fungsional, Teknikal dan Citra secara Simultan terhadap Keputusan Mahasiswa.

Hasil yang digunakan sebagai pengujian tingkat kesesuaian model menunjukkan F_{hitung} sebesar 51,722 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($\rho < 0,05$), sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,62. Dengan demikian jelas terlihat $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang berarti semua variabel bebas layak untuk menjelaskan variabel terikat yang dianalisis, sehingga dapat dimaknai bahwa semua variabel bebas (Kualitas Fungsional, Teknikal dan Citra) yang digunakan dalam model secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel terikat (Keputusan Mahasiswa).

Besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut dapat dijelaskan dari besarnya koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,411. Hal ini menunjukkan bahwa 41,1% variasi Keputusan Mahasiswa Mahasiswa dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel bebas dalam penelitian ini (Kualitas Fungsional, Teknikal dan Citra). Sedangkan sisanya sebesar 58,9% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model.

Penelitian yang dilakukan di Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu Palu dimana semua variabel bebas yang

dibangun oleh Kualitas Fungsional yaitu berkenaan dengan proses interaksi antara dosen dan mahasiswa selama menjalani proses belajar mengajar meliputi *tangibles, competence, attitude, content, delivery* dan *reliability*, Kualitas Teknikal yang mengacu pada hasil yang diperoleh mahasiswa setelah melaksanakan proses interaksi dengan lembaga penyedia jasa pendidikan tinggi meliputi gelar kesarjanaan yang diperoleh setelah menyelesaikan studi di perguruan tinggi, kualifikasi pengetahuan yang didapatkan setelah menempuh tahapan studi di perguruan tinggi, dan kualifikasi ketrampilan dalam hal ketajaman analisis dan Kualitas Citra yang berkenaan dengan Citra yang melekat pada lembaga penyedia jasa perguruan tinggi meliputi *corporate identity, reputation, level of service, dan contact personal* secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan mahasiswa memilih Pascasarjana Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu.

Hal ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Gronroos (1998), bahwa kualitas dari organisasi penyedia jasa ditentukan oleh kualitas fungsional, kualitas teknikal dan juga citra. Holdford dan Reinders (2001) juga mengemukakan bahwa interaksi konsumen (mahasiswa) selama memanfaatkan jasa yang dimiliki oleh perguruan tinggi misalnya interaksi

dengan pengelola lembaga, dosen, pegawai, staf perpustakaan, peralatan/sarana yang dimiliki Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu dapat memunculkan penilaian tersendiri akan kualitas jasa yang dimiliki oleh perguruan tinggi dan bentuk penilaian yang digunakan meliputi proses selama menjalani interaksi dengan penyedia jasa perguruan tinggi.

Smith dan Ennew (2001) dalam melakukan penelitian juga menguatkan adanya hubungan antara *technical quality* (hasil) yang mengacu pada kualifikasi akademik dan *skill* yang diperoleh sehingga bersifat *intangible* dan subyektif ketika dievaluasi, bentuk jasa pendukung dari *technical quality* antara lain perpustakaan, staf serta penilaian atas kualitas dari penyampai jasa ketika melaksanakan transaksi misalnya penampilan, kesopanan, empati dan juga kualitas Citra (*image*) yang dimiliki oleh organisasi penyedia jasa pendidikan sebagai pembentuk kualitas jasa yang sempurna dan menyeluruh.

Pengaruh Kualitas Fungsional terhadap Keputusan Mahasiswa.

Dari hasil penelitian diketahui variabel bebas Kualitas Fungsional (x_1) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,044 lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 1,645. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ membuktikan bahwa Kualitas Fungsional mempengaruhi terhadap Keputusan Mahasiswa.

Artinya Kualitas Fungsional yang secara khusus berhubungan dengan kinerja dosen sebagai *front-liner* perguruan Pascasarjana Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu terdiri dari *tangibles*, *competence*, *attitude*, *content*, *delivery* dan *reliability* mampu memberikan dorongan mahasiswa dalam mengambil keputusan memilih Pascasarjana Universitas Tadulako Palu. Hasil pengujian ini sejalan dengan hipotesis penelitian ini yang mengemukakan bahwa Kualitas Fungsional berpengaruh terhadap

Keputusan Mahasiswa yang dilakukan oleh mahasiswa.

Hal ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh beberapa ahli misalnya Gronroos (1998), Holdford dan Reinders (2001), Kang dan James (2004), Kang (2006) yang mengemukakan, kualitas fungsional mengacu pada bagaimana (*how*) fungsi proses interaktif dapat dilakukan ketika menyampaikan produk jasa kepada pelanggan. Jika dalam penyampaian jasa benar-benar dapat memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan melakukan penilaian terhadap kinerja penyaji jasa secara baik dan penilaian tersebut akan mempengaruhi Keputusan Mahasiswa.

Penelitian ini secara khusus juga sejalan dengan temuan penelitian dalam konteks pendidikan tinggi yang dilakukan oleh Smith dan Ennew (2001) yang mengemukakan bahwa kualitas fungsional dari berbagai fakta telah menunjukkan dampak yang signifikan terutama dalam konteks organisasi jasa yang tergolong membutuhkan tingginya keterlibatan penyedia jasa atau kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa (*high credence services*) seperti pendidikan. Kualitas fungsional juga menggambarkan proses penyampaian dan lingkungan dimana jasa disampaikan atau disebut dengan proses produksi jasa. Dalam lingkup pendidikan tinggi kualitas fungsional merupakan interaksi yang dilakukan pada suatu tempat dimana antara mahasiswa dan personal penyaji jasa melakukan kontak langsung dengan penuh tanggung jawab atas produk jasa yang disajikan. Penyaji jasa dalam hal ini melibatkan staf akademik (dosen dan staf administrasi) serta staf pendukung *core product* misalnya staf perpustakaan. Pelanggan juga tidak menilai dari aspek personal saja tetapi juga melakukan penilaian terhadap sifat yang ditunjukkan oleh penyaji jasa ketika memberikan produk jasanya kepada konsumen misalnya atribut fisik personal (kompetensi, output

jasa yang dihasilkan) dan kriteria perilaku yang melekat saat menyampaikan jasa misalnya penampilan, kesopanan dan empati.

Dengan demikian aspek fungsional dalam konteks jasa tergantung dari sikap dan perilaku penyampai jasa meliputi kecakapan personal dan atribut yang melekat ketika menyampaikan jasa sehingga mampu mempengaruhi pelanggan (mahasiswa) untuk melakukan komunikasi secara positif atas kinerja penyaji jasa kepada pelanggan lain. Sehingga temuan penting yang dilakukan oleh Smith dan Ennew (2001) menyimpulkan bahwa proses lebih penting dibanding hasil atau dimensi proses akademik memiliki dampak yang lebih besar dibanding aspek non-akademik.

Pengaruh Kualitas Teknikal terhadap Keputusan Mahasiswa.

Pada beberapa fakta, organisasi jasa tidak hanya melakukan proses penyajian atau penyampaian produk jasanya kepada konsumen, tetapi juga menghasilkan output yang diterima oleh pelanggan yang sifatnya fisik (*tangible*) maupun non fisik (Ferguson, *et al*, 1999). Output yang dihasilkan merupakan hasil dari serangkaian interaksi antara pelanggan dengan penyaji jasa yang dikenal dengan sebutan Kualitas Teknikal (*Technical Quality*). Kualitas teknikal mengacu pada komponen yang berkaitan dengan kualitas output (hasil dari perguruan tinggi) yang diterima oleh mahasiswa atau sesuatu yang diperoleh mahasiswa setelah menyelesaikan studi di perguruan tinggi.

Berdasarkan analisis secara statistik variabel bebas Kualitas Teknikal (x_2) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,300 lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 1,645. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ membuktikan bahwa Kualitas Teknikal mempengaruhi terhadap Keputusan Mahasiswa.

Kualitas Teknikal mampu mempengaruhi Keputusan Mahasiswa yang dilakukan mahasiswa. Dengan kata lain kualitas teknikal yang meliputi pengakuan gelar akademik yang diberikan oleh Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu setelah mahasiswa menyelesaikan studi, kualifikasi pengetahuan yang diperoleh mahasiswa setelah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi dan juga ketrampilan yang diperoleh mahasiswa setelah belajar di perguruan tinggi dapat mendorong mahasiswa melakukan komunikasi positif atas kinerja perguruan tinggi kepada konsmen lain sebagai bagian dari bentuk kepuasan akibat terpenuhinya harapan-harapan mahasiswa setelah menyelesaikan pendidikan Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu.

Temuan ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh beberapa ahli antara lain Holdford dan Reinders (2001), Kang dan James (2004) dan Smith dan Ennew (2001) yang mengemukakan bahwa kualitas dari output yang dihasilkan oleh organisasi jasa dapat mempengaruhi penilaian konsumen atas sempurnanya produk jasa yang diberikan. Kang (2006) mengemukakan, pada beberapa kondisi konsumen kesulitan dalam menilai kualitas secara teknis (*oucome*) sehingga penilaian atas kualitas jasa secara keseluruhan yang dilakukan konsumen menggunakan kualitas fungsional sebagai alternatif untuk menilai kualitas jasa secara menyeluruh. Namun kualitas teknis tetap merupakan dimensi kualitas yang berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen atas kualitas jasa secara keseluruhan (Kang dan James, 2004).

Gronroos (Tjiptono dan Chandra, 2005) menambahkan *outcome-related dimension (technical quality)* mengacu pada hasil yang diberikan oleh penyedia jasa dan konsumen dapat merasakan dampak atas pembelian akan produk jasa yang telah diberikan oleh organisasi atau perusahaan penyedia jasa, sehingga penyedia jasa dengan kriteria profesional dan memiliki skill yang baik

akan benar-benar melekat pada konsumen atau Pelanggan menganggap bahwa penyedia jasa, para karyawan, sistem operasional dan sumber daya fisiknya memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara profesional.

Pengaruh Citra terhadap Keputusan Mahasiswa.

Berdasarkan analisis secara statistik variabel bebas Kualitas Citra (x_3) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,900 lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 1,645. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ membuktikan bahwa Kualitas Citra mempengaruhi terhadap Keputusan Mahasiswa. *Image* sebagai seluruh kepercayaan, gagasan dan impresi seseorang atas sebuah obyek. Sehingga *image* organisasi jasa yang terbentuk dibenak konsumen bersifat relatif bukan absolut, artinya setiap konsumen memiliki kesan dan kesimpulan yang berbeda atas organisasi jasa (Kotler dan Fox, 1995 dalam Ivy, 2001). *Image* yang terbentuk dibenak konsumen pada perguruan tinggi merupakan keseluruhan impresi konsumen yang dapat memunculkan kekuatan serta kelemahan pada institusi. *Image* terbentuk atas Keputusan Mahasiswa, pengalaman konsumen dan aktifitas pemasaran institusi perguruan tinggi (Ivy, 2001).

Corporate image yaitu profil, citra umum, daya tarik khusus perusahaan. *Image* (citra) merupakan impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu obyek, orang atau mengenai lembaga. *Image* terhadap suatu perguruan tinggi terbentuk berdasarkan banyak unsur yang berkumpul dalam bentuk komponen dan pembentukan *image* membutuhkan waktu yang cukup lama (Alma, 2003).

Gronroos (1998) mengemukakan, *image* perusahaan mengalami perubahan

tergantung dari persepsi kualitas yang diberikan *users* atas jasa, keberadaan *image* merupakan aspek yang dinamis bagi sebuah model, sedangkan aspek lain diakui bersifat statis. Dinamisasi *corporate image* menciptakan isyarat (tanda) yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi kualitas *image* pada perusahaan jasa sebagaimana sistesis yang dikemukakan oleh LeBlanc dan Nguyen (1996).

Berdasarkan analisis secara statistik (tabel 4.11) Kualitas Citra berpengaruh terhadap kesediaan konsumen (mahasiswa) dalam menyampaikan komunikasi positif tentang perguruan tinggi. Artinya, bilamana identitas perguruan tinggi berupa Citra dianggap baik maka konsumen bangga terhadap jasa pendidikan yang dimiliki oleh perguruan tinggi sehingga dengan bangga pula konsumen akan melakukan promosi secara dan bila perlu juga melakukan *customer advocacy* pada lembaga pendidikan bilamana sudah dalam taraf yakin terhadap *value added* yang diberikan oleh organisasi jasa. Tanda-tanda penting yang melekat pada organisasi jasa dan digunakan konsumen untuk menilai kualitas jasa antara lain *corporate identity*, *reputation*, *tangible cues*, *level of service* dan *contact personal*.

Fakta ini juga mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh para ahli yang menyebutkan bahwa *image* perusahaan juga menciptakan kualitas jasa yang dibentuk oleh konsumen (Kang dan James (2004). Holdford dan Reinders (2001) mengemukakan *image* organisasi sebagai pendorong bagi mahasiswa maupun alumni untuk melakukan positif kepada konsumen potensial lain. Cubillo, *et al* (2006) mengemukakan, citra positif yang dibangun oleh perusahaan jasa berpengaruh secara kuat terhadap ketertarikan seseorang untuk melaksanakan studi lanjut pada jenjang Pascasarjana. Hal ini juga akan membentuk opini tentang kualitas *image* yang dimiliki oleh perguruan tinggi akibat dari Keputusan Mahasiswa, pengalaman-

pengalaman konsumen dan aktifitas pemasaran yang dilakukan oleh lembaga perguruan tinggi. Dengan demikian kualitas Citra juga merupakan salah satu alat (*tools*) yang digunakan oleh konsumen untuk menilai system kualitas jasa sehingga membantu insitisi pendidikan untuk lebih meningkatkan persepsi positif akan kualitas jasa yang dihasilkan guna meningkatkan intensitas positif yang dilakukan oleh para mahasiswa maupun alumni.

Kualitas Citra merupakan Variabel yang Dominan Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa

Berdasarkan analisis secara statistik pada bagian *Standardized Coefficients* (β) sebagaimana tertera pada tabel 4.11 dapat diperoleh informasi bahwa kualitas Citra merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi tindakan Keputusan Mahasiswa yang dilakukan oleh mahasiswa pada perguruan tinggi di . Informasi ini sebagai bukti bahwa organisasi penyedia jasa yang melibatkan intensitas keterlibatan langsung antara personal penyedia jasa dengan pelanggan dan merupakan jenis *people-based service* atau *professional service* seperti organisasi jasa yang bergerak dibidang pendidikan selain kualitasnya ditentukan oleh kualitas proses dan kualitas output yang dihasilkan, maka kualitas dari citra/Citra yang dimiliki juga merupakan bagian penting (Cubillo, *et al* (2006). *Image* organisasi jasa merupakan identitas, profil, Citra, citra umum, daya tarik khusus perusahaan dan merupakan impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu obyek, orang atau mengenai lembaga yang tidak dapat dicetak (Ivy, 2001), tetapi merupakan kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan pemahaman seseorang tentang sesuatu dan melekat pada sikap mental yang nanti dipakai sebagai pertimbangan untuk mengambil Keputusan Mahasiswa sehingga

image (citra) dianggap mewakili totalitas pengetahuan seseorang terhadap sesuatu (Alma, 2003).

Citra Pascasarjana Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu Tadulako dalam konteks *service encounter* merupakan bentuk interaksi langsung antara mahasiswa dengan pengelola, mahasiswa dengan lingkungan sekitar kampus, mahasiswa dengan infrastruktur yang dimiliki kampus dan juga mahasiswa dengan mahasiswa lain, sehingga interaksinya lebih dominan bersifat *face-to-face encounters* dan simbol-simbol yang dimiliki seperti logo, sarana dan prasarana kampus, nama besar Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu , profesionalisme karyawan dan bentuk iklan yang dipublikasikan akan menimbulkan impresi dalam benak konsumen.

KESIMPULAN

Model kualitas jasa pada Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu yang ditentukan oleh Kualitas Fungsional, Teknikal dan Citra mempunyai pengaruh yang nyata (signifikan) terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu, hal ini diperoleh dari angka koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang menunjukkan angka sebesar 0,411 atau 41,1%, artinya keputusan mahasiswa memilih Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu karena mahasiswa menilai Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu mampu menyajikan jasa pendidikan kepada mahasiswa secara berkualitas baik dari segi proses cara penyampaian, output yang dihasilkan dari proses interaksi dan lembaga juga memiliki reputasi yang dapat dibanggakan untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang S2.

Secara parsial, Citra merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi tindakan Keputusan Mahasiswa yang dilakukan oleh mahasiswa pada Program

Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu, dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,900. Informasi ini sebagai bukti bahwa organisasi penyedia jasa yang melibatkan intensitas keterlibatan langsung antara personal penyedia jasa dengan pelanggan dan merupakan jenis *people-based service* atau *professional service* seperti organisasi jasa yang bergerak dibidang pendidikan selain kualitasnya ditentukan oleh kualitas proses dan kualitas output yang dihasilkan, maka kualitas dari citra/Citra yang dimiliki juga merupakan bagian penting.

Citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Suatu institusi pendidikan dalam hal ini Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu diharapkan untuk selalu berusaha menjaga citra yang dimiliki agar masyarakat pengguna institusi pendidikan ini tetap memiliki kepercayaan terhadap Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu. Tugas dari Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu tersebut dalam rangka membentuk citranya adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk dimata masyarakat. Proses pembentukan citra ini pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu terhadap Program Pascasarjana STIE Panca Bhakti Palu tersebut.

Bagi peneliti selanjutnya sangatlah penting mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel atau indikator yang berbeda baik menambah atau mengurangi sehingga mampu menghasilkan temuan yang lebih tajam dan mendalam demi kesempurnaan penelitian yang dilakukan sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2003. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. CV. Alfabeta Bandung.
- Arief, Muhtosim, 2006. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan*. Bayumedia Publishing Malang
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Mnanajemen Penelitian (Edisi Revisi V)*. PT. Rineka Cipta Jakarta
- Assauri, Sofyan, 2003, *Customer Behavior Analysis Sebagai Dasar Penetapan Strategi Pemasaran, Managemen Usahawan Indonesia*, Edisi Mei No.5 Jakarta.
- Buttle, Francis., 1996. SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda. *European Journal of Marketing*, Vol. 30 No. 1, pp. 8-32.
- Grönroos, Christian, 1998. Marketing Services: the case of a missing product, *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 13 No. 4/5. pp. 322-338
- Hasan, 2002, *Pokok-pokok Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Holdford, David and Thomas P. Reinders, 2001, Development of an Instrument to Assess Student Perceptions of the Quality of Pharmaceutical Education. *American Journal of Pharmaceutical Education* Vol. 65, Summer 2001
- Irianto Agus, 2003 *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta : Prenada Media.
- Ivy, Jonathan. 2001. Higher Education Institution Image: a Correspondence Analysis Approach. *The International Journal of Education Managemant*. 15/6. p.276-282
- Joseph, Mathew and Beatriz Joseph, 1997. Service quality in education: a student perspective, *Quality Assurance in Education Volume 5 · Number 1 · pp. 15-21*
- Kang, Gi-Du and Jeffrey James., 2004. Service quality dimensions: an examination of Gro nroos's Service Quality Model. *Managing Service*

- Quality. Volume 14 · Number 4 · pp. 266-277*
- Kotler, Ang Hong etc, 2000 *Manajemen Pemasaran Perpektif Asia*. Yogyakarta : Andi and Pearson Education Asia Pte. Ltd.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid Dua, Edisi Kesembilan*. PT.INDEKS Kelompok Gramedia Jakarta
- Kotler, Philip and Lane K. Keller, 2006. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, Edisi 12, PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- LeBlanc, Gaston and Nha Nguyen, 1996. Cues used by customers evaluating corporate image in service firms An empirical study in financial institutions, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 7 No. 2, pp. 44-56.
- Lovelock, Christopher., Jochen Wirtz, Hean Tat Keh, Xiongwen Lu, 2005, *Service Marketing in Asia Managing People, Technology and Strategy. Second Edition*. Pearson Education South Asia Pte Ltd
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Penerbit Salemba Empat Jakarta
- Malhotra, Naresh K., 2005. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Edisi Keempat Jilid 1*. PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Nasir Moh, 2003, *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nasution S. , 2004, *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Owlia, Mohammad S. and Elaine M. Aspinwall, 1996. A Framework for the Dimensions of Quality in Higher Education. *Quality Assurance in Education Volume 4 · Number 2 · pp. 12-20*
- Pascasarjana Program. 2010. *Panduan Akademik Program Pascasarjana Tahun Akademik 2010/2011*. Palu
- Simamora, Bilson, 2004. *Riset Pemasaran Falsafah, Teori dan Aplikasi*, PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Singarimbun, Effendi Sofian, 2003, *Metode penelitian Survai*. Jakarta : Putaka LP3ES Indonesia Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung ; Alfabeta.
- Smith, Roger and Christine Ennew, 2001. Service Quality and its Impact on Word-of-Mouth Communication in Higher Education, *Research Paper Series, Division of Business and Management The University of Nottingham in Malaysia*.
- Tedy Haris Kristiawan, 2009. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Warnet Evergreen Malang*. <http://www.Osrel.STIELMCE.htm>
- Tjiptono Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing, Malang.
- Triton, P. B, 2005. *SPSS 13.0 Terapan Riset Statistik Parametrik*, 2005 ; Andi Yogya, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- _____, 2010. 4 International Colleges & Universities, *Colleges and Universities in Indonesia by 2010 university ranking* <http://www.4icu.org/id> [18 Maret 2010]