

**Kode/Rumpun Ilmu : 571/Manajemen**  
**Bidang Fokus : Sosial Humaniora**

**LAPORAN AKHIR**  
**PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**PREFERENSI CALON MAHASISWA DAN MAHASISWA DALAM**  
**MEMILIH PERGURUAN TINGGI DI PROVINSI GORONTALO**

**TIM PENGUSUL**

**Umar Sako , SE, M.Si/0915088203 (Ketua Peneliti)**  
**Sofyan Ishak, SE, MM/0917028101 (Anggota Peneliti)**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GORONTALO**  
**AGUSTUS 2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Preferensi Calon Mahasiswa dan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo


**Peneliti/Pelaksana**  
Nama Lengkap : UMAR SAKO, S.E., M.Si  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Gorontalo  
NIDN : 0915088203  
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Nomor HP : 085218885938  
Alamat surel (e-mail) : USBaderan@umgo.ac.id

**Anggota (1)**  
Nama Lengkap : SOFYAN ISHAK S.E., M.M.  
NIDN : 0917028101  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Gorontalo

**Institusi Mitra (jika ada)**  
Nama Institusi Mitra : -  
Alamat : -  
Penanggung Jawab : -  
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun  
Biaya Tahun Berjalan : Rp 15,000,000  
Biaya Keseluruhan : Rp 15,000,000

Mengetahui,  
Ketua LPPM  
  
Dr. Hj. Yusda K. Salimi, M.Si  
NIP/NIK 1450274

Kab. Gorontalo, 29 - 8 - 2018  
Ketua,

  
( UMAR SAKO, S.E., M.Si)  
NIP/NIK 0915088203

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan mengetahui preferensi calon mahasiswa dan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Provinsi Gorontalo. Persaingan dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi saat ini begitu pesat, baik untuk perguruan tinggi negeri maupun swasta. Dengan semakin bertambahnya universitas-universitas baik negeri maupun swasta di Indonesia khususnya di Provinsi Gorontalo, menyebabkan persaingan antar perguruan tinggi semakin ketat. Memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan tidak pernah sederhana. Pelanggan mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun bertindak sebaliknya. Dalam hal ini, menjadi tugas pemasaran untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam pendidikan tinggi, orientasi terhadap salah satu pelanggan yaitu mahasiswa dapat dilakukan dalam batas-batas tertentu yang tidak mempengaruhi misi dan tujuan pendidikan. Dalam konteks ini diharapkan penelitian yang dihasilkan dapat **memberikan informasi tentang preferensi calon mahasiswa dan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi di Provinsi Gorontalo sehingga menjadi dasar bagi perguruan tinggi dalam merencanakan rekrutmen mahasiswa.**

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Allah Swt, Tuhan Yang Maha Kuasa yang masih memberikan rahmat, hidayah dan Inayah-Nya hingga saat ini sehingga penulis dapat menyusun laporan kemajuan untuk skim Penelitian Dosen Pemula (PDP) dengan judul Preferensi Mahasiswa dan Calon Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Di Provisis Gorontalo.

Tentunya laporan kemajuan ini dibuat dalam rangka pertanggungjawaban kepada pemberi hibah yakni DRPM Kemenristekdikti mengenai progress dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan selama 7 (tujuh) bulan terakhir.

Dalam laporan ini terjadi mengenai hasil penelitian yang telah dilaksanakan, melalui tahapan penelitian yang meliputi observasi, penyeberan kuesioner, analisis data secara statistic dan penyusunan laporan. Namun demikian, laporan ini masih memerlukan penyempurnaan hingga nanti menjadi laporan akhir penelitian.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diucapkan kepada pihak-pihak yang telah berpartisipasi dalam proses/kegiatan pengambilan data sebagai rangkaian dari kegiatan penelitian. Semoga laporan kemajuan penelitian inn dapat menjadi bahan pertimbangan yang baik dalam proses tahapan selanjutnya.

Gorontalo, Agustus 2018

Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN .....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	2
1.3 Sub Fokus .....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
1.6 Output Penelitian.....	3
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	5
2.1 Pengertian Preferensi .....	5
2.2 Pengertian Produk dan Pelanggan Universitas.....	6
2.3 Atribut Jasa Universitas.....	8
2.4 Faktor Pemilihan Universitas .....	8
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....	11
3.1 Tujuan Penelitian.....	11
3.2 Manfaat Penelitian .....	11
BAB IV METODE PENELITIAN .....	12
4.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	12
4.2 Lokasi Penelitian .....	12
4.3 Populasi dan Sampel.....	12
4.4 Analisis Data.....	13
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	14
5.1 Deskripsi Responden .....	14
5.2 Preferensi Mahasiswa dan Calon Mahasiswa.....	15
5.3 Program Studi Pilihan Mahasiswa dan Calon Mahasiswa.....	21
BAB VI. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA .....	23

BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN .....	24
5.1 Kesimpulan .....	24
5.2 Saran.....	24
DAFTAR PUSTAKA .....	25
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	26

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi saat ini begitu pesat, baik untuk perguruan tinggi negeri maupun swasta. Dengan semakin bertambahnya universitas-universitas baik negeri maupun swasta di Indonesia khususnya di Provinsi Gorontalo, menyebabkan persaingan antar perguruan tinggi semakin ketat. Pemerintahpun mulai menerapkan standar tertentu untuk meningkatkan kompetensi perguruan tinggi.

Dari seluruh PTN dan PTS di Indonesia, ada yang sama dalam memiliki jurusan/program studi. Dengan dibentuknya Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT), maka persaingan antar jurusan/program studi di suatu perguruan tinggi dalam meningkatkan kualitasnya akan semakin tajam. Hal ini disebabkan hasil penilaian BAN-PT akan menjadi rujukan bagi calon mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi. Dalam hal ini, keunggulan bersaing perlu dicapai untuk menjaga keberadaan organisasi dengan cara pencapaian nilai pelanggan yang berkelanjutan (*sustainable customer value*).

Memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan tidak pernah sederhana. Pelanggan mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun bertindak sebaliknya. Dalam hal ini, menjadi tugas pemasaran untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam pendidikan tinggi, orientasi terhadap salah satu pelanggan yaitu mahasiswa dapat dilakukan dalam batas-batas tertentu yang tidak mempengaruhi misi dan tujuan pendidikan. Oleh karena itu, Perguruan Tinggi harus berusaha untuk mengerti dan memahami perilaku konsumennya, di antaranya mengenai preferensi mahasiswa terhadap faktor-faktor yang dipertimbangkannya dalam memilih perguruan tinggi.

Proses pengambilan keputusan mungkin akan dimulai dengan penetapan tujuan lalu mengembangkan alternatif dan akhirnya menentukan pilihan terbaik. Sebagian orang mungkin akan melakukan pilihan secara spontan tanpa perencanaan, baik karena tergiur oleh promosi, pelayanan, fasilitas gedung dan lain-lain tanpa melakukan skala prioritas mana yang lebih dulu dilakukan. Tentu dalam

menentukan pilihan kuliah memerlukan proses rasional yang sedapat mungkin objektif, karena akan berakibat jangka panjang dan terkait dengan pengorbanan yang besar, mulai dari waktu, persiapan, dana, dan sikap mental dari mahasiswa tersebut.

Perguruan Tinggi selayaknya harus berusaha untuk selalu mendapat tempat di masyarakat sebagai institusi pendidikan yang dipercaya dan berkualitas. Peningkatan jumlah pendaftar mahasiswa baru akan menjadi indikator peningkatan kepercayaan masyarakat pada perguruan tinggi di wilayah provinsi Gorontalo. Namun, Jika dilihat dari sisi kuantitas, pada tahun 2016, terjadi penurunan jumlah pendaftar. Data pendaftar tiga tahun terakhir menunjukkan tren penurunan jumlah peminat.

Penurunan jumlah peminat ini merupakan salah satu indikasi bahwa metode yang digunakan dalam mempromosikan dan menyebarluaskan informasi mengenai keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Perguruan Tinggi di Gorontalo tidak lagi mampu menarik minat calon mahasiswa, sehingga diperlukan suatu metode baru dalam mempromosikan Perguruan Tinggi di Gorontalo, sehingga lebih dikenal oleh masyarakat, dengan harapan menjadi salah satu kampus destinasi dan pilihan utama calon mahasiswa yang akan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka diusulkan penelitian dengan judul **“Preferensi Calon Mahasiswa dan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada: **“Preferensi Calon Mahasiswa dan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo”**.

## **1.3 Sub Fokus**

1. Bagaimana Faktor Biaya Perkuliahan mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi
2. Faktor Reputasi Perguruan Tinggi mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi



3. Faktor Lokasi Perguruan Tinggi mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi
4. Faktor Ikut Teman mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi
5. Faktor Dorongan Orangtua mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi
6. Faktor Kualitas Dosen mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi
7. Faktor Kualitas Lulusan mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi
8. Faktor Pilihan Program Studi/Fakultas mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi
9. Faktor Fasilitas mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi
10. Akreditasi mempengaruhi Pilihan masuk di Perguruan Tinggi

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui tentang **“Preferensi Calon Mahasiswa dan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo”**.
2. Secara spesifik untuk menganalisis dan mengetahui tentang 10 Faktor yang menjadi preferensi Calon Mahasiswa dan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Tersedianya informasi ilmiah Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo yang menjadi pilihan utama;
2. Tersedianya informasi ilmiah faktor utama yang menjadi pilihan dalam memilih Perguruan Tinggi;
3. Tersedia informasi ilmiah dalam memilih status rekrutmen.

#### **1.6 Output Penelitian**

Luaran dalam penelitian ini ialah dalam bentuk *Policy Paper* Strategi Rekrutmen Mahasiswa baru Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo

**Tabel 1. Rencana Target Capaian**

No	Jenis Luaran				Indikator Capaian		
	Kategori	Sub Kategori	Wajib	Tambahan	TS	TS+1	TS+2
1	Artikel ilmiah dimuat di jurnal	Internasional bereputasi					
		Nasional terakreditasi					
		Nasional tidak terakreditasi			<i>Published</i>		
2	Artikel Ilmiah Muat di Prosiding	Internasional terindeks					
		Nasional					
3	<i>Invited speaker</i> dalam temu ilmiah	Internasional					
		Nasional					
		Lokal			Terdaftar		
4	<i>Visiting Lecturer</i>	Internasional					
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Paten					
		Paten sederhana					
		Hak Cipta					
		Merek dagang					
		Rahasia dagang					
		Desain Produk Industri					
		Indikasi Geografis					
		Perlindungan Varietas Tanaman					
6	Teknologi Tepat Guna	Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu					
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya seni/Rekayasa Sosial						
8	Buku Ajar						
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)				Skala 1		

## **BAB II**

### **KAJIAN KEPUSTAKAAN**

#### **2.1 Pengertian Preferensi**

Preferensi atau selera adalah sebuah konsep, yang digunakan pada ilmu sosial, khususnya ekonomi. Ini mengasumsikan pilihan realitas atau *imajiner* antara alternatif-alternatif dan kemungkinan dari pemeringkatan alternatif tersebut, berdasarkan kesenangan, kepuasan, gratifikasi, pemenuhan, kegunaan yang ada. Lebih luas lagi, bisa dilihat sebagai sumber dari motivasi.

Di ilmu kognitif, preferensi individual memungkinkan pemilihan tujuan/*goal*. Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk apa saja yang akan dibeli dari *disposable income* mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk beberapa produk. Bersamaan dengan pemilihan terhadap produk-produk apa yang dibelinya, para konsumen juga akan menyatakan preferensi terhadap merek dagang tertentu dari suatu produk barang yang dibeli.

Pengertian preferensi pelanggan (*consumer behavior*) perlu dibedakan dengan “*Buyer Behavior*” ataupun “*Customer Behavior*”. Pengertian preferensi pelanggan sering diberi batasan sebagai aktivitas manusia yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang ataupun jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan penentuan dari kegiatan tersebut, mengandung maksud bahwa aktivitas tersebut meliputi kegiatan mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan lain sebagainya. Di pihak lain, perilaku pembeli (*buyer behavior*) mempunyai pengertian yang lebih sempit, karena mengandung arti pada aktivitas individu yang secara langsung terlibat pada proses transaksi dan pertukaran uang, tanpa memperhatikan proses secara keseluruhan maupun gejala dari penyebab perilaku tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2006) Preferensi adalah pilihan, kecenderungan, kesukaan atau hal yang untuk didahulukan, diprioritaskan, dan diutamakan daripada yang lain.

Menurut Marwan (1990:12) preferensi pelanggan adalah sikap pelanggan yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian.

Dari definisi tersebut dapat diketahui tiga ide penting yaitu: (1) preferensi pelanggan adalah dinamis, (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar dan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Menurut Kotler (1990:50) preferensi pelanggan adalah pemrakarsa (*initiator*), pemberi pengaruh (*influencer*), pengambilan keputusan (*decider*), pembeli (*purchaser*) dan pengguna/pemakai (*user*).

Untuk itu, pengertian preferensi pelanggan mengandung dua elemen penting, yakni: (1) proses pengambilan keputusan (dalam pembelian) dan (2) kegiatan fisik yang menyangkut kegiatan individu (pelanggan dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan ataupun mengevaluasi barang dan jasa tersebut).

Menurut Kotler (2008), preferensi konsumen terbentuk melalui variabel-variabel kebiasaan, kecenderungan, dan kesesuaian terhadap berbagai variasi produk atau pemasok yang tersedia. Preferensi konsumen dapat dijelaskan sebagai suatu sikap konsumen terhadap satu pilihan merek produk maupun pemasok yang terbentuk melalui proses evaluasi.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa preferensi konsumen adalah gambaran-gambaran dari nilai-nilai terbaik yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Selain itu, preferensi juga mampu membentuk sebuah perilaku yang lebih mengarah pada sikap atau respon atas sebuah produk.

## **2.2 Pengertian Produk dan Pelanggan Universitas**

Produk dan Pelanggan Universitas Menurut Eko Indrajit dan Djokopranoto (2005;139-141) apabila dikatakan produk universitas adalah ilmu pengetahuan dan pendidikan, maka pelanggannya adalah mahasiswa. Tetapi kalau dikatakan produk universitas adalah lulusan sarjana, maka penggunaannya adalah dunia usaha. Namun

dalam hal ini pembicaraan mengenai pelanggan universitas adalah mahasiswa dan pengguna lulusan universitas, serta calon pelanggan termasuk orang tua, mahasiswa dan murid sekolah tingkat menengah atas.

Perspektif pelanggan terhadap Universitas Selanjutnya Eko Indrajit dan Djokopranoto (2005) menyatakan bahwa, terdapat beberapa perspektif yang muncul dalam pelanggan universitas:

a. Kegunaan Pelanggan

Ukuran yang digunakan dalam kegunaan bagi pelanggan adalah jumlah mahasiswa terdaftar, jumlah keseluruhan mahasiswa dan pangsa pasar.

b. Mutu yang ditawarkan

Ukuran yang digunakan dalam mutu universitas adalah Akreditasi Program Studi, Rata-rata IPK mahasiswa, Peringkat universitas, baik secara nasional maupun internasional, Sertifikasi ISO 9000 dan lain-lain

c. Harga yang ditawarkan

Harga jasa yang terkait universitas meliputi uang kuliah per sks, uang sumbangan pembangunan dan biaya- rata-rata per mahasiswa per tahun

d. Waktu pemberian Jasa

Dalam konteks universitas, waktu pemberian jasa umumnya terefleksi pada waktu rata-rata penyelesaian studi masing-masing fakultas dan program studi.

e. Kesan dan Reputasi Universitas

Kesan dan Reputasi adalah faktor yang tidak terlihat tetapi merupakan daya tarik bagi pelanggan. Pelanggan seringkali tidak meneliti terlebih dahulu mutu universitas yang dipilihnya, asalkan kesan dan reputasi yang muncul dari universitas tersebut baik. Padahal yang terjadi adalah belum tentu mutu semua program studi yang ditawarkan semuanya baik. Ukuran dari kesan dan reputasi adalah Identitas Brand, yaitu seberapa jauh universitas tersebut populer di kalangan calon pelanggan, jumlah pendaftar keseluruhan dan rasio jumlah yang diterima.

f. Hubungan Pelanggan

Hubungan pelanggan universitas adalah tingkat kepuasan mahasiswa, kepuasan alumni, kepuasan dunia bisnis yang menggunakan lulusan, kunjungan

calon mahasiswa dan jumlah anggaran iklan yang dikeluarkan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan atau calon pelanggan.

### **2.3 Atribut Jasa Universitas**

Atribut jasa merupakan fungsi kegunaan jasa bagi konsumen. Untuk universitas, kegunaan dapat berarti kecocokan program studi dengan kebutuhan masyarakat untuk mencari pekerjaan atau mengemulikan minat. Mutu dapat diekspresikan dalam berbagai cara, misalnya peringkat akreditasi. Harga adalah biaya kuliah, uang sumbangan pembangunan atau biaya per mahasiswa per tahun. Waktu adalah masa penyelesaian studi. Pada umumnya pelanggan tidak mencari yang paling baik dari masing-masing, tetapi kombinasi dari semuanya.

Dalam pendidikan tinggi, orientasi terhadap salah satu pelanggan yaitu mahasiswa dapat dilakukan dalam batas-batas tertentu yang tidak mempengaruhi misi dan tujuan pendidikan. Oleh karena itu, untuk mengerti dan memahami perilaku konsumennya, di antaranya mengenai preferensi mahasiswa terhadap faktor-faktor yang dipertimbangkannya dalam memilih perguruan tinggi.

### **2.4 Faktor Pemilihan Universitas**

Banyak faktor yang akan dipertimbangkan sebelum seorang calon mahasiswa menyetujui pilihannya kepada salah satu perguruan tinggi yang diminati. Hasyim dan Rina Anindita (2007:54) menjelaskan ada 10 faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih sebuah PT antara lain:

#### **Faktor Biaya Perkuliahan**

Biaya perkuliahan adalah biaya-biaya yang akan dikeluarkan oleh mahasiswa selama masa perkuliahan sampai dengan selesai (mencapai gelar sarjana)

#### **Faktor Reputasi Perguruan Tinggi**

Dimaksudkan oleh responden sebagai suatu hal yang menyebabkan perguruan tinggi tersebut populer atau dikenal oleh masyarakat. Reputasi dapat berupa sesuatu yang telah dicapai oleh suatu perguruan tinggi baik di bidang akademik, penelitian, maupun reputasi di bidang lainnya, yang menyebabkan perguruan tinggi tersebut dikenal secara luas oleh masyarakat

### **Faktor Lokasi Perguruan Tinggi**

Lokasi perguruan tinggi dimaksudkan oleh responden sebagai jarak antara rumah/lokasi tempat tinggal dengan lokasi perguruan tinggi semakin gampang atau semakin mudah dijangkau semakin menjadi alternatif pilihan demikian sebaliknya.

### **Faktor Ikut teman atau dorongan orang tua**

Adalah faktor yang diartikan sebagai keputusan memilih perguruan tinggi karena mengikuti teman dekat atau karena keinginan orang tua. Faktor ini seringkali juga dijadikan alasan oleh para calon mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi

### **Faktor Kualitas Dosen**

Jika responden memilih karena kualitas dosen artinya cara pengajaran, metode pengajaran dan latar belakang serta kemampuan (kompetensi) dosen tenaga pengajar. Semakin terkenal dosennya semakin menjadi prioritas pilihan calon mahasiswa.

### **Faktor Kualitas Lulusan**

Lulusan suatu perguruan tinggi menjadi salah satu faktor pertimbangan calon mahasiswa memilih perguruan tinggi. Artinya semakin mudah lulusan memperoleh pekerjaan semakin menjadi prioritas sebagai perguruan tinggi pilihan demikian sebaliknya.

### **Faktor Pilihan Program Studi/Fakultas**

Semakin tersedia fakultas/program studi favorit yang dimiliki perguruan tinggi akan semakin menjadi pertimbangan utama dalam memilih perguruan tinggi Program studi /Fakultas yang menjadi favorit adalah program studi yang memiliki prospek pekerjaan yang jelas

### **Faktor Fasilitas**

Ketersediaan fasilitas perkuliahan, perpustakaan, lapangan olah raga, lapangan parkir, dan fasilitas pendukung lainnya seperti laboratorium praktikum, lift dan gedung yang mewah, juga menjadi pertimbangan bagi calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Semakin lengkap fasilitas yang dimiliki semakin menarik perhatian calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.

### **Faktor Akreditasi**

Adalah penilaian kelayakan teknis/akademis suatu lembaga penyelenggara program pendidikan tertentu untuk menghasilkan lulusan dengan spesifikasi kompetensi yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, dengan didukung oleh Asosiasi Penyelenggara Program Pendidikan Profesional, Badan Penyelenggara Akreditasi berfungsi mengawal mutu program pendidikan yang diselenggarakan oleh lembaga penyelenggara pendidikan. Lazim terselenggara atas dasar sukarela (*on a voluntary basis*), keikutsertaan lembaga penyelenggara pendidikan profesional dalam suatu mekanisme akreditasi tertentu dipicu bukan untuk perolehan legitimasi birokratik, melainkan untuk memperoleh legitimasi akademik yang dihargai oleh pihak terkait (*stakeholders*) khususnya calon mahasiswa berdasarkan bukti yang transparan.



## **BAB III**

### **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **3.1 Tujuan Penelitian**

1. Penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui tentang **“Preferensi Calon Mahasiswa dan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo”**.
2. Secara spesifik untuk menganalisis dan mengetahui tentang 10 Faktor yang menjadi preferensi Calon Mahasiswa dan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo.

#### **3.2 Manfaat Penelitian**

1. Tersedianya informasi ilmiah Perguruan Tinggi di Provinsi Gorontalo yang menjadi pilihan utama;
2. Tersedianya informasi ilmiah faktor utama yang menjadi pilihan dalam memilih Perguruan Tinggi;
3. Tersedia informasi ilmiah dalam memilih status rekrutmen.

## **BAB IV METODE PENELITIAN**

### **4.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini bersifat eksplorasi (*exploratory studies*), maka item-item pernyataan yang dikembangkan dari literatur harus diujicobakan terlebih dahulu.

### **4.2 Lokasi Penelitian**

Penelusuran minat masuk ke perguruan tinggi akan dilaksanakan di beberapa sekolah menengah atas/ sederajat dan perguruan tinggi yang ada di wilayah Provinsi Gorontalo. sekolah yang menjadi objek pelaksanaan survey ditentukan secara acak menggunakan aplikasi *Random Number Generator* (RNG). Sedangkan untuk perguruan tinggi mencakup seluruh perguruan tinggi negeri maupun swasta yang ada di provinsi Gorontalo.

### **4.3 Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa perguruan tinggi negeri maupun swasta dan siswa-siswi sekolah menengah atas/ sederajat yang ada di Provinsi Gorontalo. Pemilihan mahasiswa dan siswa SMA sederajat dimaksudkan untuk mendapatkan data mengenai alasan pemilihan perguruan tinggi untuk melanjutkan studi, dan siswa sekolah menengah atas yang merupakan subjek kajian yang akan memilih perguruan tinggi.

#### **b. Sampel**

Penarikan sampel dilakukan dengan metode penarikan sampel jatah. Populasi dibagi menjadi beberapa strata sesuai dengan fokus penelitian. Penarikan sampel jatah dilakukan karena tidak diketahui jumlah yang rinci dari setiap strata populasinya. Dalam kondisi ini peneliti menentukan jatah untuk setiap strata yang kurang-lebih seimbang. Sampel dalam penelitian ini ditetapkan berjumlah 200 (dua ratus) orang yang terdiri atas 100 (seratus) orang mahasiswa dan 100 (seratus) orang siswa.

#### **c. Tingkat ketelitian**

Dalam penentuan sampel sering dikenal istilah *sampling error* dan Tingkat Kepercayaan (derajat ketelitian). *Sampling error* menunjukkan

tingkat presisi yang diinginkan oleh peneliti (berapa derajat perbedaan yang diinginkan antara hasil sampel dengan populasi). *Sampling error* adalah kesalahan (*error*) yang terjadi dari tahap kerangka sampel dan penarikan sampel. Kesalahan ini adalah kesalahan alamiah yang pasti terjadi karena peneliti menggunakan sampel dan tidak mewawancarai semua anggota populasi. Dalam menghitung sampel dapat digunakan beberapa rumus. Antara lain dengan rumus Slovin. Besar kecilnya *sampling error* sangat tergantung pada jumlah sampel yang dipakai. Jika peneliti ingin mendapatkan *sampling error* yang kecil, maka jumlah sampel harus ditambah. Sebaliknya, jika sampel yang dipakai kecil, *sampling error* akan besar.

#### **d. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data akan dilakukan dengan metode wawancara tatap muka menggunakan angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan seputar preferensi mahasiswa dan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.

### **4.4 Analisis Data**

Agar dapat menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesis penelitian, harus dipilih teknik analisis data yang tepat. Karena penelitian survei menyangkut banyak kasus, maka umumnya teknik analisis data berhubungan dengan statistik. Pengujian hipotesis dilakukan dengan memperhatikan skala yang digunakan dalam angket. Untuk angket atau kuesioner dengan sistem tertutup maka kode-kode jawaban yang harus diberikan oleh responden sudah dibuatkan oleh peneliti. Dalam pemberian kode, harus selalu mengacu pada prinsip-prinsip pengukuran atau skala pengukuran. Dalam angket yang digunakan dalam penelitian ini, akan digunakan skala nominal dan ordinal. Variabel yang diukur dengan skala nominal atau ordinal dianalisis dengan uji statistik nonparametrik khi kuadrat.

Analisis data dilakukan dengan membaca data serta menghubungkan data yang diperoleh dari hasil pengolahan data dan sejumlah informasi lainnya, yang kemudian dilakukan komparasi teoritis untuk mengkritisi fenomena yang dikaji, atau sebaliknya, mengkritisi teori yang ada.

## **BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **5.1 Deskripsi Responden**

Melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi atau kuliah tentunya adalah idaman setiap orang. Meskipun tidak semua berfikiran seperti itu, namun mayoritas. Pendidikan yang semakin tinggi tentu dalam masyarakat umum lebih dipandang dan terjamin. Apalagi sebagai orang tua, memiliki anak yang kuliah hingga menyangang status sarjana adalah idaman sekaligus kebanggaan yang tak ternilai harganya.

Begitupun dengan mereka calon mahasiswa, ada ketertarikan tersendiri sebagai seorang anak kuliah. Bukan hanya untuk belajar dan menerima segudang tugas dari para dosen, namun lebih dari itu lagi. Menjadi anak kuliah memiliki “nilai lebih”. Menemukan dan mengalami hal-hal baru dalam dinamika kampus yang penuh dengan gejolak akademis dan non akademis yang menantang. Ketertarikan untuk menjadi anak kuliah, memang tak sekadar hanya untuk mengejar cita-cita semata.

Survey preferensi mahasiswa dan calon mahasiswa dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden, yang terdiri dari 100 orang mahasiswa dari seluruh perguruan tinggi yang ada di wilayah Provinsi Gorontalo dan 100 orang siswa/siswi SMA sederajat se-provinsi yang tersebar di seluruh kabupaten/kota yang dipilih secara acak dengan menggunakan Aplikasi *Random Number Generator* (RNG) yang terinstal di *smartphone* milik surveyor.

Tujuan pemilihan mahasiswa dan calon mahasiswa sebagai subjek penelitian adalah mengkaji alasan yang dijadikan dasar oleh mahasiswa dalam hal pemilihan Perguruan Tinggi untuk melanjutkan studi, sebab mahasiswa dianggap sebagai orang yang telah melalui proses pemilihan Perguruan Tinggi sebelumnya. Hasil kajian tersebut dapat dimanfaatkan sebagai informasi dalam penyusunan strategi sosialisasi Perguruan Tinggi Swasta. Strategi sosialisasi yang tepat diharapkan dapat meningkatkan jumlah peminat (calon mahasiswa) yang dapat direkrut oleh Perguruan Tinggi Swasta.

Umumnya responden merupakan anak dari keluarga dengan tingkat ekonomi menengah, dengan penghasilan minimal Rp 2.000.000 perbulan. Pekerjaan orang tua bervariasi dan mayoritas adalah petani dan sebagian adalah Pegawai dan wiraswasta yang berdomisili di wilayah Provinsi Gorontalo.

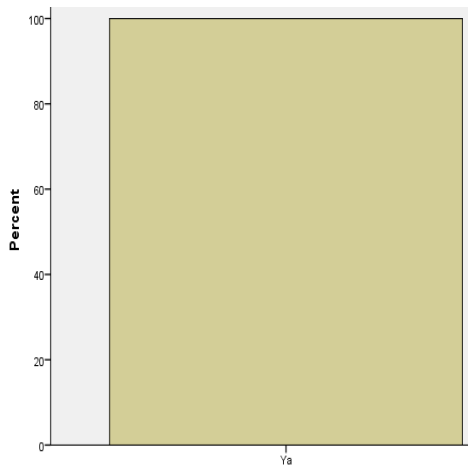
Responden dalam penelitian ini telah dipilih mewakili wilayah pedesaan dan perkotaan untuk melihat karakteristik pemilihan perguruan tinggi dari masing-masing responden. Dengan pemilihan responden yang mewakili kawasan ini, hasil penelitian mampu mendeskripsikan sejauh mana informasi seputar perguruan tinggi khususnya Universitas Muhammadiyah telah masuk dan diterima oleh responden.

## **5.2 Preferensi Mahasiswa dan Calon Mahasiswa**

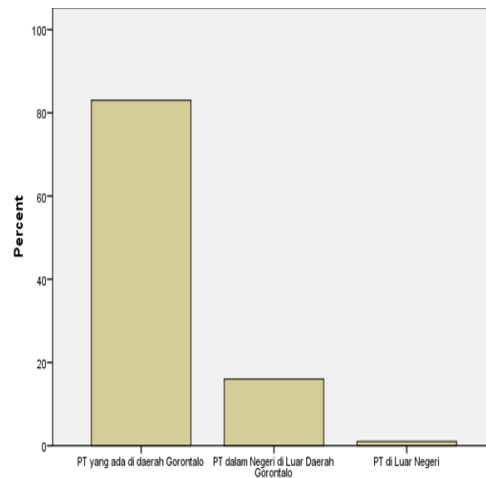
Preferensi adalah pilihan-pilihan (*Choiches*) yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang diinginkan. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka minati untuk dimiliki atau dimasuki dari pendapatan disposabel mereka yang terbatas. Bersamaan dengan pemilihan terhadap produk-produk apa yang dibeli, para konsumen juga akan menyatakan preferensi terhadap *Brand* tertentu dari suatu produk yang diminati. Untuk mengetahui apa yang menjadi preferensi mahasiswa dan calon mahasiswa dalam memilih Perguruan Tinggi adalah dengan melakukan survey peninjauan. Adapun hasil survey dijabarkan sebagai berikut:

### **1) Pilihan Perguruan Tinggi untuk melanjutkan studi**

Hasil peninjauan terhadap keinginan atau antusiasme responden siswa untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi sangat tinggi, hal ini dibuktikan oleh 100% responden menyatakan bahwa mereka akan melanjutkan studi ke perguruan tinggi bila nanti dinyatakan lulus dari sekolah asalnya. Sedangkan lokasi perguruan tinggi yang menjadi tujuan responden, 83% memilih untuk melanjutkan studi di dalam provinsi Gorontalo, 16% memilih perguruan tinggi dalam negeri di luar daerah provinsi Gorontalo dan 1% memilih untuk melanjutkan studi di luar negeri.



Gambar 2 Pilihan siswa untuk melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi



Gambar 2 Lokasi Perguruan Tinggi yang diminati responden

Khusus untuk responden yang memilih melanjutkan studi di perguruan tinggi di daerah Gorontalo, 62% memilih untuk melanjutkan studi di Universitas Negeri Gorontalo, 8% memilih IAIN Sultan Amai, dan 5% memilih Universitas Muhammadiyah Gorontalo. Hal ini menunjukkan bahwa untuk kategori perguruan tinggi swasta yang diminati, Universitas Muhammadiyah Gorontalo menjadi pilihan utama dibanding universitas swasta lainnya yang berada di Provinsi Gorontalo. Gambaran pilihan PT yang menjadi pilihan responden ditampilkan Pada Tabel 1

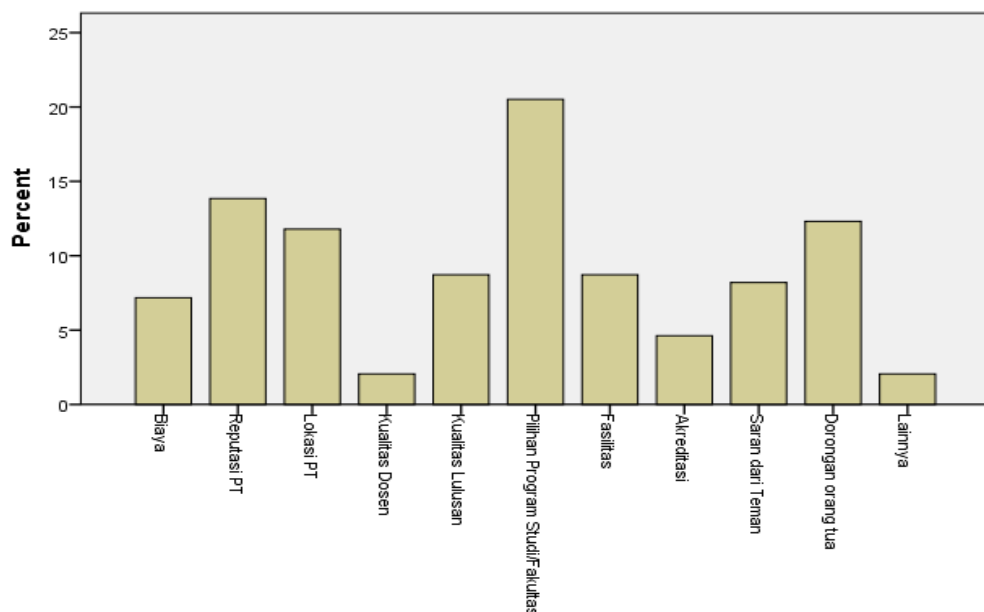
Tabel 1. Perguruan Tinggi pilihan responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
UNG	62	62,0	62,0	62,0
UMG	5	5,0	5,0	67,0
Univ Ichsan Gorontalo	1	1,0	1,0	68,0
Universitas Gorontalo	3	3,0	3,0	71,0
Universitas Terbuka	1	1,0	1,0	72,0
Politeknik Kesehatan Gorontalo	2	2,0	2,0	74,0
IAIN Sultan Amai	8	8,0	8,0	82,0
STITEK dan STIA Bina Taruna	1	1,0	1,0	83,0
STIM Ichsan Gorontalo	3	3,0	3,0	86,0
Lainnya	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

## 2) Alasan memilih Perguruan Tinggi

Hasil survey menunjukkan bahwa faktor utama yang menjadi dasar pertimbangan responden siswa maupun mahasiswa adalah faktor pilihan program studi/fakultas yang terdapat di Perguruan Tinggi, kemudian faktor reputasi perguruan tinggi, dorongan orang tua, lokasi perguruan tinggi, fasilitas, saran dari teman, biaya, akreditasi, kualitas dosen dan faktor lainnya. Pertimbangan pilihan program studi/fakultas yang terdapat di suatu universitas menjadi faktor utama yang dipertimbangkan kemungkinan besar disebabkan oleh kesesuaian dengan cita-cita responden sejak awal. Pilihan program studi/Fakultas yang beragam di suatu universitas menjadi keunggulan tersendiri, yang dapat menarik minat calon mahasiswa untuk masuk dan melanjutkan studi.

Selain pilihan program studi, reputasi perguruan tinggi menjadi alasan yang dijadikan alasan untuk memilih Perguruan Tinggi baik responden Mahasiswa maupun calon mahasiswa. Reputasi yang baik menjadi brand tersendiri dimata responden. Reputasi adalah akumulasi dari citra citra organisasi perguruan tinggi dalam kurun waktu yang lama dan khalayak yang luas. Reputasi memang seringkali melekat pada perguruan tinggi yang telah lama berdiri dan mapan.



Gambar 3. Preferensi Responden dalam memilih Perguruan Tinggi

Reputasi terbentuk oleh citra, oleh sebab itu, untuk membangun reputasi harus diawali dengan membangun citra yang baik di mata masyarakat luas, yang diharapkan akan mampu membentuk reputasi perguruan tinggi yang baik. Perguruan tinggi dapat memulai membangun citra dalam koridor manajemen merek karena perguruan tinggi merupakan usaha yang bergerak dalam sektor jasa.

Salah satu keunikan pembentukan citra adalah kurangnya peran referensi dari orang lain, words of mouth (WOM). Bagi perguruan tinggi, WOM dapat menjadi sarana promosi paling efektif, karena kredibilitasnya lebih tinggi. Dianggap lebih objektif dan tidak ditunggangi oleh kepentingan tertentu. Apalagi jika pemberi informasi adalah orang terdekat. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hampir 9% responden menyatakan bahwa dalam memilih perguruan tinggi, mereka mendapatkan saran dari teman

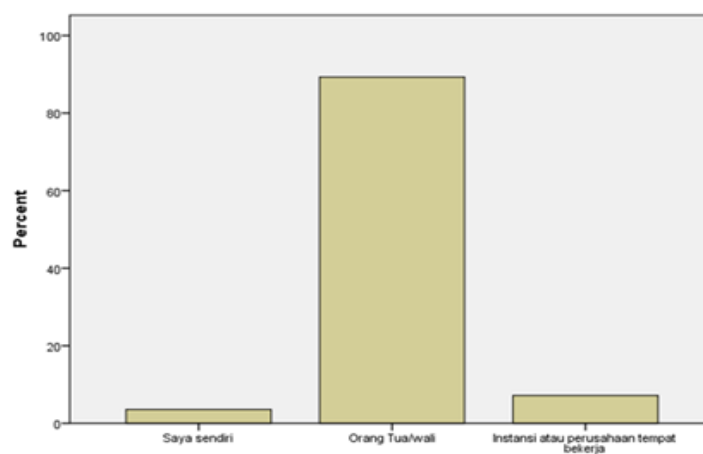
Karena perguruan tinggi dianggap sebagai perusahaan jasa, kinerja bukti jasa semisal fasilitas, kualitas tenaga pengajar, pelayanan akademik dan administrasi, dan kualitas lulusan juga dapat berpengaruh terhadap ekuitas merek suatu perguruan tinggi. Menurut Zeithami, Bitner, dan Gremler, konsumen akan menilai jasa yang mereka dapatkan berdasarkan 3 elemen, yaitu: people, process, dan physical evidence. Ketiga elemen inilah yang disebut sebagai the evidence of service yang merepresentasikan jasa sehingga mudah dirasakan oleh para mahasiswa.

Faktor ketiga yang menjadi pertimbangan responden dalam memilih perguruan tinggi adalah dorongan orang tua. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase responden yang menjadikan dorongan orang tua sebagai preferensi dalam memilih perguruan tinggi sebesar 14.2%. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh sebagian besar orang tua telah memupuk harapan sejak anak masih kecil akan jadi apa mereka setelah lulus pendidikan menengah, ada orang tua yang erobsesi agar anaknya menjadi dokter, ada yang ingin anaknya menjadi insinyur, jadi sarjana dan lain sebagainya. Sebagian besar anak akan memilih untuk tetap dengan pilihan orang tua karena mereka berpikir bahwa



orang tua lah yang akan membiayai segala sesuatu yang menjadi kebutuhan di perguruan tinggi kelak jika dia melanjutkan studi. Dengan persentase sekitar 14.2%, sudah selayaknya pihak perguruan tinggi menasar orang tua sebagai target sosialisasi. Sosialisasi dapat dilakukan dikala ada pertemuan antara orang tua siswa dengan pihak sekolah.

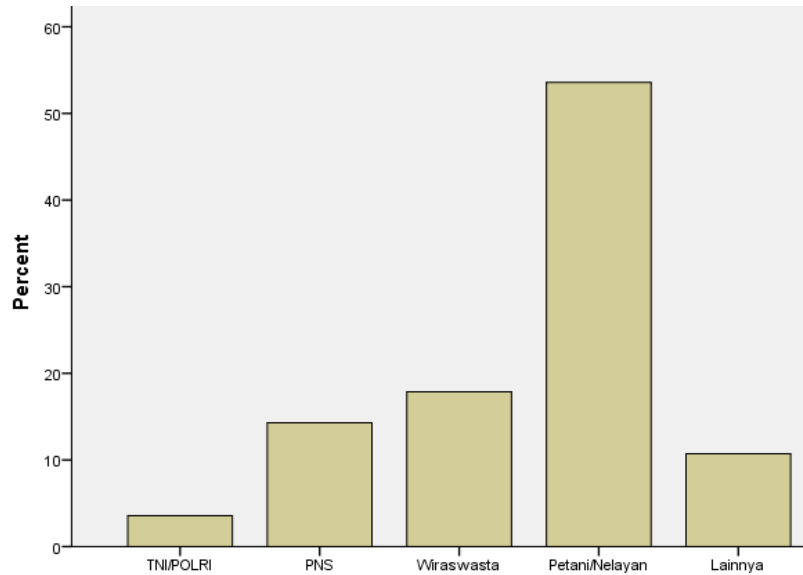
Selain beberapa faktor preferensi yang telah dipaparkan di atas, faktor biaya yang bagi sebagian orang mungkin menjadi faktor utama, dalam penelitian ini ditemukan bahwa biaya tidak lagi menjadi faktor utama yang menjadi bahan pertimbangan dalam memilih perguruan tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat telah memahami kewajibannya jika kelak melanjutkan studi di perguruan tinggi. Dalam peraturan perundang-undangan nasional diatur kewajiban setiap peserta didik untuk '*ikut menanggung biaya penyelenggaraan pendidikan*' (Pasal 12 UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional/“UU Sisdiknas”). Masyarakat menjadi salah satu unsur yang bertanggung jawab atas pendanaan pendidikan, selain pemerintah pusat dan daerah. Mahkamah Konstitusi sudah memutuskan anggaran pendidikan minimal 20% dari total Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara ("APBN").



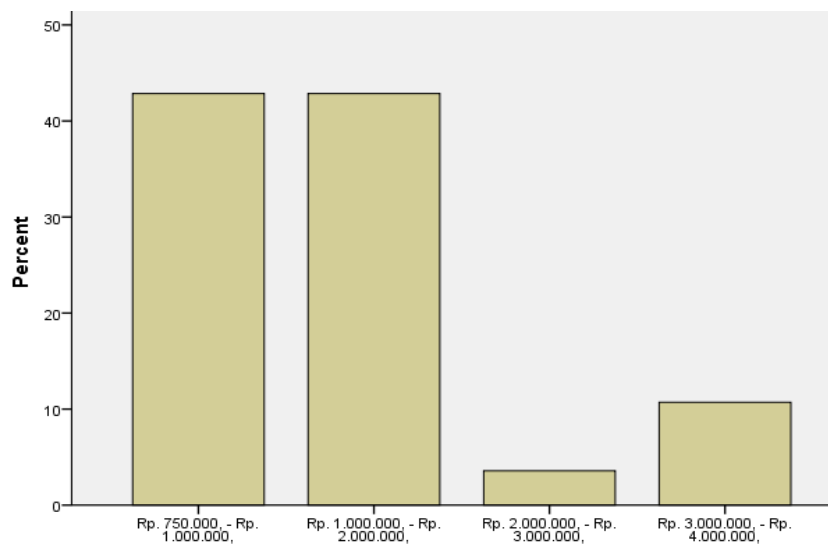
Gambar 4. Pihak yang akan membiayai studi responden

Sebagian besar responden akan melanjutkan studi di perguruan tinggi dengan sumber biaya dari orang tua (89.3%), dengan biaya instansi atau perusahaan tempat bekerja (7.1% dan biaya sendiri sebesar 3.6% seperti yang ditampilkan pada Gambar 4. sedangkan pekerjaan orang tua responden mayoritas adalah

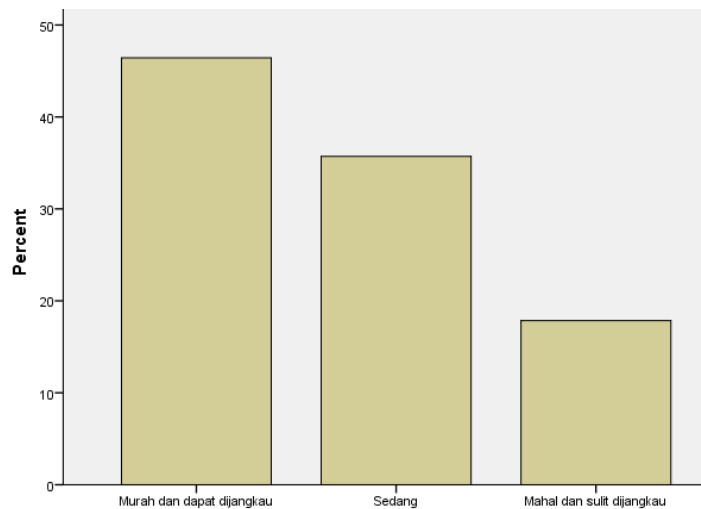
Petani/Nelayan (51.7%), Wiraswasta (17.2%), PNS (13.8%), TNI/POLRI 3,4% dan lainnya (10,8%) dengan pendapatan rata-rata Rp 750.000 hingga Rp 2.000.000 perbulan seperti yang diperlihatkan pada Gambar 5 dan 6.



Gambar 5. Pekerjaan Orang Tua Responden



Gambar 6. Besaran Pendapatan per Bulan Orang Tua Responden



Gambar 7. Tanggapan Responden terhadap Biaya Perkuliahan di perguruan tinggi

Secara umum, responden menyatakan biaya perkuliahan yang ada di perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi yang ada di wilayah provinsi Gorontalo adalah murah dan masih dapat dijangkau seperti yang ditampilkan pada Gambar 7, dimana 48% responden menyatakan biaya perkuliahan yang ada di perguruan tinggi adalah murah, 35% menyatakan sedang, dan hanya 17% yang menyatakan mahal.

### 5.3 Program Studi Pilihan Mahasiswa dan Calon Mahasiswa

Minat Siswa SMA/SMK/MA untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi semakin besar. Akan tetapi, seringkali siswa mengalami kesulitan dalam memilih program studi yang akan diambil sehingga cenderung hanya mengikuti saran orangtua ataupun sekedar ikut-ikutan teman. Kesalahan dalam memilih program studi dapat berdampak negatif terhadap hasil studi mahasiswa, baik dalam nilai IPK maupun lamanya masa kuliah (Susilowati, 2008).

Hasil penelitian yang ditampilkan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa program studi yang paling diminati oleh calon mahasiswa adalah program studi keperawatan dengan persentase sebesar 13.86%, kebidanan dan kesehatan masyarakat yang masing-masing dengan persentase 6.93%, informatika 5.94%, agribisnis dan perikanan masing-masing 4.95%, dan sebagainya.

Tabel 2. Program Studi yang diminati oleh Responden

No	Program Studi	Persentase Peminat (%)	No	Program Studi	Persentase Peminat (%)
1	Administrasi	0,99	15	keperawatan	13,86
2	Agribisnis	4,95	16	Kesehatan Masyarakat	6,93
3	Ahli Gizi	2,97	17	Manajemen	0,99
4	Akuntansi	4,95	18	Manajemen Pendidikan	1,98
5	Analisis Kesehatan	3,96	19	Pendidikan Olahraga	1,98
6	Arsitek	1,98	20	Perikanan	4,95
7	Biologi	2,97	21	Peteranakan	0,99
8	Ekonomi	1,98	22	PGSD	4,95
9	Farmasi	2,97	23	Sastra Arab	1,98
10	Geografi	1,98	24	Sastra Inggris	1,98
11	Hukum	3,96	25	Sistem Informasi	4,95
12	informatika	5,94	26	Tehnik Informatika	1,98
13	Kebidanan	6,93	27	Tehnik Sipil	1,98
14	Kedokteran	2,97	28	Radiologi	0,99

## **BAB VI. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA**

Rencana tahapan berikutnya dalam proses kegiatan penelitian ini adalah melakukan finalisasi laporan akhir penelitian dan menyusun draft artikel ilmiah untuk persiapan submit ke salah satu jurnal ilmiah nasional .

## **BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil kajian dan analisis data, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Faktor yang paling dipertimbangkan oleh responden (siswa dan mahasiswa) dalam memilih perguruan tinggi untuk melanjutkan studi adalah pilihan program studi. Hal ini disebabkan oleh kesesuaian antara cita-cita dan keinginan responden.
2. Faktor-faktor lainnya yang menjadi preferensi dalam memilih perguruan tinggi adalah reputasi perguruan tinggi dan dorongan orang tua. Orang tua cenderung menyarankan anak-anaknya untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi yang telah dikenal memiliki keunggulan.
3. lokasi perguruan tinggi, saran dari teman, biaya, fasilitas, kualitas dosen serta akreditasi menjadi pertimbangan lain yang tidak secara signifikan mempengaruhi calon mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi.
4. Biaya tidak lagi menjadi faktor yang paling diperhitungkan dalam pemilihan perguruan tinggi.

### **5.2 Saran**

1. Perguruan tinggi perlu menyusun strategi sosialisasi melalui media *online* karena media sosialisasi rutin lewat Koran/Surat kabar yang diterbitkan oleh media massa tidak efektif karena sangat jarang diakses pembaca khususnya kalangan siswa dan mahasiswa.
2. Sosialisasi melalui media *online* patut dipertimbangkan sebagai media promosi perguruan tinggi mengingat akses responden terhadap media *online* cukup tinggi.
3. Civitas Aademika terutama dosen dan mahasiswa harus lebih intensif mensosialisasikan Perguruan Tinggi Swasta.
4. Kegiatan riset yang berkaitan dengan pengembangan kampus harus sering dilaksanakan dalam upaya peningkatan jumlah mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M, (2007). *Preferensi Mahasiswa dalam Memilih Program Magister Melalui Penggunaan Metode analisa GAPS dan QFD (Studi Kasus di Program Magister Fakultas Teknik-Universitas "Y".* Jurnal Inovisi<sup>TM</sup>. 6 (1) 59-72
- Eko Indrajit dan Djoko Pranoto, (2006). *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*, Yogyakarta : Andi
- Hasyim, Rina Anindita, (2007). *Preferensi Calon Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta*. Forum Ilmiah Indonusa. 4 (1) 54-59.
- Kotler, Philip, (1999). *The Consumer Behavior in Marketing Management*. (Published by Simon & Schuster Pte.Ltd.
- Masyhuri, Zainuddin M, (2008). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama
- Marwan, Asri, (1990). *Marketing*. Cetakan Kedua, (Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada.
- Susilowati, Pudji. 2008. *Memilih Jurusan di Perguruan Tinggi*. <http://www.e-psikologi.com/artikel/pendidikan/memilih-jurusan-di-perguruan-tinggi> (21 Januari 2014)
- Tunggal, Amid Widjaja., (2005)*Tanya Jawab: Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategi*. (Jakarta: Penerbit Harvarindo.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 2. Susunan Organisasi Tim Peneliti

No	Nama/NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (Jam/Minggu)	Uraian Tugas
1	Umar Sako, SE, M.Si NIDN: 0915088203	Universitas Muhammadiyah Gorontalo	Manajemen	8	– Mengkoordinir penelitian secara keseluruhan. – Identifikasi dan pengumpulan data – Pengolahan data dan analisis lapangan
2	Sofyan Ishak, SE, MM NIDN: 0917028101	Universitas Muhammadiyah Gorontalo	Manajemen Sumber Daya Manusia	5	– Identifikasi dan pengumpulan data – Pengolahan data dan Analisis lapangan



Lampiran 3. Biodata Ketua dan Tim Peneliti

**Biodata Ketua Peneliti**

**A. Identitas Diri**

1	Nama Lengkap	Umar Sako, SE, MM
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NBM	10 774 419
5	NIDN	09 150882 03
6	Tempat Tanggal Lahir	Gorontalo, 15 Agustus 1982
7	Email	<a href="mailto:USBaderan@gmail.com">USBaderan@gmail.com</a>
8	Nomor Telp/HP	0852 1888 5938
9	Alamat Kantor	Jl. Prof Dr. Mansoer Pateda Desa Pentadio Timur Kabupaten Gorontalo
10	Nomor Telp/Fax	(0435) 881135/(0435) 881136
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S1 = 8 Orang S1=dalam pembimbingan 1 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Ekonomi Koperasi dan UKM 2. Manajemen Pelayanan Publik 3. Ekonomi Syariah 4. Kewirausahaan

**B. Riwayat Pendidikan**

	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Sam Ratulangi	STIA Bina Taruna Gorontalo	-
Bidang Ilmu	Manajemen	Ilmu Administrasi	-
Tahun Masuk-Lulus	2001-2006	2013-2015	-
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Pengaruh Diferensiasi Citra Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Panasonic Gobel Indonesia Cabang Manado	Pengaruh Kebutuhan Pegawai dan Disiplin Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai di Universitas Muhammadiyah Gorontalo	-
Nama Pembimbing/Promotor	Lisbeth Mananeke, SE.,MS Adolfina, SE.,M.Si	Dr. Jamal Nganro, M.Si Dr. Lisda Van Gobel, M.PA	-

### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2010	Pengaruh Diferensiasi Citra Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Panasonic Gobel Indonesia Cabang Manado	By Sendiri	10
	2015	Pengaruh Kebutuhan Pegawai dan Disiplin Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai di Universitas Muhammadiyah Gorontalo	By Sendiri	10
2	2015	Implementasi program keluarga berencana Di kecamatan kabila Kabupaten bonebolango	DIKTI	11.600
3	2016	Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan terhadap Kualitas Penyajian Laporan Keuangan pada Pemerintah Kabupaten Gorontalo.	DIKTI	20.000

### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2014	Anggota pengelola desa binaan di Desa Tuladenggi	Mandiri	1
2	2014	Penyuluhan tentang kewirausahaan di Desa Pentadio Timur	Mandiri	1

### E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2015	Pengaruh Diferensiasi Citra Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Panasonic Gobel Indonesia Cabang Manado	-	-

	2015	Kompetensi Pegawai dalam Pelayanan Publik di Kantor Camat Kabila Kabupaten Bone Bolango	-	-
	2015	Peran Pemerintah dalam Pemberantasan Buta Aksara di Kecamatan Lemito Kabupaten Pohuwato		

**F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir**

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	Narasumber pada Kegiatan Seminar Internasional Pendidikan	Education and Culture as a Movemant of Caracter Gemilang Generation	09 Mei 2017 / Gedung Pertemuan Kasmat Lahay Kabupaten Gorontalo

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan penelitian dosen pemula.

Gorontalo, 06 Juni 2017

Pengusul,

Umar Sako, SE.,M.Si

## Biodata Tim Peneliti

### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Sofyan Ishak, SE, MM
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	-
4	NBM	-
5	NIDN	0917028101
6	Tempat Tanggal Lahir	Gorontalo, 17 Februari 1981
7	Email	<a href="mailto:sofyan.ishak@gmail.com">sofyan.ishak@gmail.com</a>
8	Nomor Telp/HP	082236630300
9	Alamat Kantor	Jl. Prof Dr. Mansoer Pateda Desa Pentadio Timur Kabupaten Gorontalo
10	Nomor Telp/Fax	(0435) 881135/(0435) 881136
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S1 = 5 Orang S1=dalam pembimbingan 3 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Perekonomian Indonesia 2. Manajemen Sumber Daya Manusia 3. Teori Organisasi 4. Ekonomi Internasional

### B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Gorontalo	Universitas Muslim Indonesia Makassar	-
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen SDM	-
Tahun Masuk-Lulus	1999-2005	2011-2013	-
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Pengaruh Diferensiasi Citra Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Panasonic Gobel Indonesia Cabang Manado	Pengaruh Pembagian Kerja, Motivasi dan Wewenang Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Dinas Pertambangan dan energi Kabupaten Bone Bolango	-
Nama Pembimbing/Promotor	Lisbeth Mananeke, SE.,MS Adolfina, SE.,M.Si	Prof. H. Murdisin Haming, SE, M.Si, Ph.D Dr. Junaidin Zakaria, SE, M.Si	-

### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2016			

### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)

### E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)

### F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

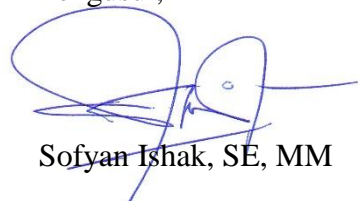
No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan penelitian dosen pemula.

Gorontalo, 06 Juni 2017

Pengusul,



Sofyan Ishak, SE, MM