

Jurnal Ilmiah **ZONA EKONOMI**

Volume 11, Nomor 2, Agustus 2017

ISSN : 1978-1733

Determinasi Fasilitas, Kedisiplinan dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan B'right PLN Batam Unit Logistik *Service Bussiness Unit*

Erlangga Saputra dan Sri Langgeng Ratnasari

Determinasi Motivasi Kerja, Budaya Organisasi, dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai di Kecamatan Bengkong

Yuliana dan Jemmy Rumengan

Determinasi Kompensasi, Motivasi dan Sistem Karir Terhadap Kinerja Karyawan PT. Batam Aero Technic

Nursaleha dan Diana Titik Windayati

Determinasi Motivasi, Disiplin dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Wika Citra Lautan Teduh

Egik Irwan Herlambang dan Indrayani

Determinasi Disiplin, Kompensasi dan Mutasi Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Sekretariat DPRD Kota Batam

Wenny Efrianti dan Chablullah Wibisono

Kompensasi, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Sebagai Prediktor Terhadap Kinerja Karyawan PT. Telkom Tbk. Sekupang Batam

Prima Wilcox Branata M dan Ngaliman

Analisis Pengaruh Jarak, Keamanan, *Brand Image*, Fasilitas Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh.

Nelvia Iryani

Analisis Sistem Pengendalian *Intern* Piutang Usaha Pada PT. BPR Banda Raya Batam.

Sai'ul Huda dan Mursal

Pengaruh Motivasi, Komunikasi dan Kompetensi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara Batam.

Adi Wardaya dan Bambang Satriawan

Kontribusi Disiplin, Pengembangan dan Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Halliburton Batam

Hasnan dan Sri Yanti

Zona Ekonomi

Vol. 11

No. 2

**Agustus
2017**

**Halaman
1-134**

**ISSN
1978-1733**

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPDM)
UNIVERSITAS BATAM**

JURNAL ILMIAH

“ZONA EKONOMI”

ISSN 2087-6998

Frekuensi Terbitan :

Zona Ekonomi Terbit Sejak Bulan Februari 2007 dengan frekuensi terbitan 2 (dua) kali dalam 1 tahun, yaitu di bulan Februari dan Agustus.

Diterbitkan oleh :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Batam.

Alamat Redaksi :**UNIVERSITAS BATAM**

Jl. Abulyatama No 5, Batam 29464
Telepon & Fax (0778) 7485055, 7785054
Home Page: <http://www.univbatam.ac.id>
<http://lppm.univbatam.ac.id>
Email : univbatam1@gmail.com

Pelindung :**(Rektor Universitas Batam):**

Prof. Dr. Ir. Novirman Jamarun, MSc

Penanggung jawab:

Dekan Fakultas Ekonomi

Pemimpin Redaksi :

Prof. Dr. Jemmy R. S.E., M.M

Redaksi ahli :

Prof. Dr. Yunazar Manjang, M.S. (UNAND)
Dr. Ir. H. Chablullah Wibisono, M.M. (UNIBA)
Dr. Sri Langgeng Ratna Sari, S.E., M.Si (UNIBA)
Dr. Ir. Wan Darussalam (UNIBA)

Redaksi pelaksana :

Nona Jane Onoyi, S.E., M.M.
Andi M. Lutfi, S.E., M.Si.

Editor :

H. Ngaliman, S.E., M.Si.
Bambang Satriawan, S.E., M.Si.
Sri Yanti, S.E., M.Si.

Sekretariat :

Nolla Puspita Dewi, S.E., M.Ak.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji Syukur Alhamdulillah dengan Rahmat dan Karunia Allah SWT telah terbit Jurnal Ilmiah Zona Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Batam, Volume 11 No. 2 Agustus 2017, yang berisi tentang hasil penelitian maupun berupa tulisan ilmiah populer yang dilakukan mahasiswa dan dosen Fakultas Ekonomi Universitas Batam, maupun diluar Universitas Batam.

Kami mengharapkan untuk terbitan yang selanjutnya mahasiswa dan dosen dapat meningkatkan kualitas publikasi karya ilmiah, yang sesuai dengan kaidah penulisan jurnal ilmiah.

Pada kesempatan ini Redaksi mengucapkan terimakasih kepada dosen yang telah berpartisipasi dalam penulisan Zona Ekonomi terutama pada Volume 11 No 2 Agustus 2017 dan untuk kesempurnaan jurnal ini kritikan dan saran sangat diharapkan.

Wabillahittaufiq Walhidayah
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam,

Redaksi

JURNAL ILMIAH ZONA EKONOMI
VOLUME 11 NOMOR 2, AGUSTUS 2017.
ISSN : 1978-1733

DAFTAR ISI		Halaman
1	Determinasi Fasilitas, Kedisiplinan dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan B'right PLN Batam Unit Logistik <i>Service Bussiness Unit</i> . <i>Erlangga Saputra</i> <i>Sri Langgeng Ratnasari</i>	1-12
2	Determinasi Motivasi Kerja, Budaya Organisasi, dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai di Kecamatan Bengkong. <i>Yuliana</i> <i>Jemmy Rumengan</i>	13-29
3	Determinasi Kompensasi, Motivasi dan Sistem Karir Terhadap Kinerja Karyawan PT. Batam Aero Technic. <i>Nursaleha</i> <i>Diana Titik Windayati</i>	30-40
4	Determinasi Motivasi, Disiplin dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Wika Citra Lautan Teduh. <i>Egik Irwan Herlambang</i> <i>Indrayani</i>	41-56
5	Determinasi Disiplin, Kompensasi dan Mutasi Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Sekretariat DPRD Kota Batam. <i>Wenny Efrianti</i> <i>Chablullah Wibisono</i>	57-69
6	Kompensasi, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Sebagai Prediktor Terhadap Kinerja Karyawan PT. Telkom Tbk. Sekupang Batam. <i>Prima Wilcox Branata M</i> <i>Ngaliman</i>	70-82
7	Analisis Pengaruh Jarak, Keamanan, <i>Brand Image</i> , Fasilitas Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh. <i>Nelvia Iryani</i>	83-96
8	Analisis Sistem Pengendalian <i>Intern</i> Piutang Usaha Pada PT. BPR Banda Raya Batam. <i>Sai'ul Huda</i> <i>Mursal</i>	97-108
9	Pengaruh Motivasi, Komunikasi dan Kompetensi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara Batam. <i>Adi Wardaya</i> <i>Bambang Satriawan</i>	109-120
10	Kontribusi Disiplin, Pengembangan dan Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Halliburton Batam. <i>Hasnan</i> <i>Sri Yanti</i>	121-134

ANALISIS PENGARUH JARAK, KEAMANAN, *BRAND IMAGE*, FASILITAS DAN BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MELANJUTKAN STUDI PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS KAMPUS II PAYAKUMBUH

Nelvia Iryani

Department of Management, Faculty of Economic
Universitas Andalas, Indonesia
Jl. Rangkayo Rasuna Said, Kubu Gadang, Kota Payakumbuh,
Sumatera Barat 26218, Phone : 0752 95066
nelvia.iryani@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether the distance factor, safety factor, brand image, educational facilities and cost of education affects student decisions to continue his studies at Economic Faculty of Andalas University in Payakumbuh. This research data were collected from 100 students Economic Faculty of Andalas University in Payakumbuh. The techniques used was accidental sampling. Based on research result, obtained by regression equation as follows : $Y = -0,842 - 0,323X_1 + 0,305X_2 + 0,374X_3 + 0,200X_4 - 0,224X_5$. Variable independent of the most influential variable on the dependent variable is brand image (0,374), followed by variabel of distance factor (0,323), then variable of safety factor (0,305), cost of education (0,224), and the last is the variable of educational facilities (0,200). The coefficient of determination obtained 0,616 for this case means 61,6% of the decision to continue their studies can be explained by the variable of distance factor, safety factor, brand image, cost of educational, and educational facilities, while remaining 38,4% is influenced by other variables not examined in this study.

Key words : Higher education, brand image, decisions, educational facilities

PENDAHULUAN

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamanatkan kepada Pemerintah untuk mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional yang meningkatkan keimanan, ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan akhlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa serta memajukan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai-nilai agama dan persatuan bangsa untuk kemajuan peradaban serta

kesejahteraan umat manusia (UU No. 12/2012).

Salah satu aspek dari sistem pendidikan nasional itu adalah pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi merupakan impian sebagian besar lulusan sekolah menengah khususnya sekolah menengah umum. Terdapat banyak pilihan bagi calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang perguruan tinggi dan berbagai pertimbangan dalam memilih perguruan tinggi sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan calon

mahasiswa baik dari sisi calon mahasiswa sendiri maupun dari sisi perguruan tinggi serta dari aspek eksternal keduanya. Pertimbangan itu antara lain bakat, minat, jarak, keamanan, *image*, biaya pendidikan, ketersediaan fasilitas dan sebagainya. Pertimbangan-pertimbangan inilah yang akan menentukan seorang calon mahasiswa melanjutkan pendidikannya ke jenjang perguruan tinggi yang selanjutnya membentuk angka partisipasi pendidikan tinggi.

Universitas Andalas adalah salah satu perguruan tinggi yang dipilih oleh calon mahasiswa dari 45 PTN yang ada di Indonesia. Pada tanggal 9 April 2010 Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Prof. dr. H. Fasli Jalal, Sp. GK., M. Sc., Ph. D. meresmikan pendirian Kampus II Universitas Andalas di Payakumbuh. Peresmian multi kampus ini adalah yang pertama di Indonesia, menyusul kemudian kampus II UGM di Jakarta. Pendirian dan pengoperasian Kampus II Unand di Payakumbuh menambah daftar pilihan yang dapat diambil oleh calon mahasiswa di Indonesia secara umum dan di Sumatera serta Sumatera Barat secara khusus.

Pencapaian jumlah mahasiswa tergantung kepada seberapa baik pengelolaan kampus yang sudah berjalan serta langkah-langkah perbaikan apa yang dilakukan untuk meningkatkan mutu dan pengelolaan tersebut. Di samping itu, faktor dari internal calon mahasiswa itu sendiri juga berpengaruh kepada keputusan calon mahasiswa untuk memilih

Kampus II Unand di Payakumbuh. Di antara faktor-faktor tersebut adalah jarak kampus dengan tempat tinggal, faktor keamanan, *brand image*, biaya dan fasilitas.

Penelitian ini mencoba menelusuri faktor-faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa untuk memilih melanjutkan pendidikan tingginya pada Kampus II Universitas Andalas di Kota Payakumbuh.

KAJIAN TEORI DAN METODE

Pemasaran Jasa

Pada sektor jasa, strategi pemasaran mutlak diperlukan untuk meningkatkan volume penjualannya. Pemasaran jasa harus dapat menafsirkan kebutuhan konsumen dan mengkombinasikan atau melihat keadaan pasar (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Pemasaran jasa lebih bersifat *intangibel* dan *immaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Disamping itu produk jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan dengan segera. Dan interaksi antara konsumen dan petugas adalah penting untuk mewujudkan produk (Rangkuti, 2004).

Keputusan konsumen, yang diasumsikan sebagai keputusan mahasiswa merupakan salah satu faktor penting bagi keberadaan perguruan tinggi. Keputusan yang diambil oleh mahasiswa pada prinsipnya merupakan keputusan konsumen dalam memilih perguruan tinggi sebagai tempat untuk

menuntut ilmu. Dalam pembuatan keputusan, konsumen lebih banyak dipengaruhi oleh kredibilitas sumber informasi yang lebih bersifat personal dengan jalan mendorong konsumen untuk merekomendasikan jasa tersebut kepada rekan-rekannya (Rosita, 2009).

Jarak

Jarak dalam perspektif penelitian ini adalah jarak antara tempat domisili dengan lokasi dimana kampus berada. Pengertian lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan dari suatu badan usaha.

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan itu didirikan. Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi antara lain kemudahan (aksesibilitas) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi.

Keamanan

Kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*) menampilkan diri dalam kategori kebutuhan akan kemandirian, perlindungan, rasa takut, cemas, kekalutan, kebutuhan akan struktur, ketertiban, hukum, batas-batas dan sebagainya. Orang yang merasa tidak aman memiliki kebutuhan akan keteraturan dan stabilitas serta berusaha keras menghindari hal-hal yang bersifat asing dan tidak diharapkan.

Faktor keamanan termasuk salah satu variabel yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi sebagai

tempat untuk melanjutkan pendidikan pada jenjang pendidikan tinggi. Keamanan dimaksud adalah keamanan di kota dimana perguruan tinggi berdiri, termasuk juga situasi keamanan di internal kampus dan di lingkungan di sekitar kampus.

Brand Image

Brand image atau citra merek merupakan suatu asosiasi/persepsi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Menurut Kotler (2005), merek sebenarnya merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberi *feature*, manfaat dan jasa tertentu pada pembeli. Bahkan pada tingkatan yang lebih tinggi, merek dapat mencerminkan 6 dimensi yaitu: atribut, manfaat, nilai, budaya, keperibadian, dan pemakai.

Citra merek dalam hal ini adalah citra dari sebuah institusi pendidikan atau citra universitas. Jika sebuah universitas memiliki citra yang positif di mata masyarakat, maka secara otomatis akan terbentuk pemikiran dibenak masyarakat bahwa universitas tersebut memiliki kualitas yang bagus. Yang kemudian akan berdampak pada keputusan masyarakat atau konsumen melanjutkan studi pada universitas tersebut.

Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2005). Fasilitas yang kurang memadai misalnya seperti toilet, ruang kelas, tempat istirahat serta tempat ibadah, membuat orang

enggannya untuk berlama-lama apabila berada di suatu tempat.

Fasilitas pendidikan yang lengkap dibutuhkan oleh universitas untuk mendukung proses kegiatan belajar mengajarnya. Mahasiswa akan merasa nyaman dalam menempuh studi apabila semua fasilitas yang dibutuhkan dapat tersedia disekitarnya.

Biaya Pendidikan

Biaya dalam pengertian ini memiliki cakupan yang luas, yakni semua jenis pengeluaran yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan, baik dalam bentuk uang maupun barang dan tenaga (yang dapat dihargakan dengan uang).

Dari segi pengaturan keuangan, sumber pendapatan dan pembiayaan perguruan tinggi berasal dari dukungan dana (*block grant*) pemerintah, SPP, royalti, dan dividen dari usaha/kontrak dan layanan yang diselenggarakan PTN, sponsor penelitian, dan lain-lain (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006).

Dalam penelitian ini, biaya pendidikan adalah keseluruhan pengorbanan finansial yang dikeluarkan oleh konsumen (orangtua mahasiswa atau mahasiswa) untuk keperluan selama menempuh pendidikan dari awal sampai berakhirnya pendidikan.

Baik itu biaya registrasi dan SKS tiap semester, biaya sumbangan pembangunan gedung, dan biaya-biaya perkuliahan lainnya yang

digunakan dalam menunjang perkuliahan.

Metode

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Kampus II Unand Payakumbuh yang masih aktif sebagai mahasiswa. Sampel diukur dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2002):

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

Keterangan:

n = sampel

N = Jumlah populasi

e = α (tingkat sig)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini teknik *non-probability* sampling dimana setiap elemen dari populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode *accidental sampling*.

Data dikumpulkan dengan mengajukan lembaran angket yang berisi daftar pertanyaan kepada responden. Kuesioner dibagikan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi Kampus II Unand Payakumbuh yang akan dijadikan responden.

Teknik Analisa Data

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: jarak, keamanan, *brand image*, biaya dan fasilitas terhadap keputusan melanjutkan studi (Y) pada mahasiswa FE Unand Payakumbuh.

Adapun bentuk persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

- Y = keputusan melanjutkan studi
- β = koefisien regresi variabel bebas
- X₁ = variabel jarak
- X₂ = variabel keamanan
- X₃ = variabel *brand image*
- X₄ = variabel fasilitas
- X₅ = variabel biaya
- e = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Penghitungan dengan bantuan program SPSS menghasilkan uji validitas yang diujikan pada beberapa variabel, yaitu X₁ (Jarak), X₂ (Keamanan), X₃ (*Brand Image*), X₄ (Fasilitas), dan X₅ (Biaya Pendidikan). Apabila nilai korelasi memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa variabel tersebut valid.

Berikut ini merupakan Tabel Hasil Uji Validitas berdasarkan penelitian yang dilakukan:

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator	Korelasi	Sig	Keterangan
1	Jarak (X ₁)			
	a. Indikator	0.531	0.000	Valid
	b. Indikator	0.641	0.000	Valid
	c. Indikator	0.801	0.000	Valid
	d. Indikator	0.594	0.000	Valid
2	Keamanan (X ₂)			
	e. Indikator	0.590	0.000	Valid
	a. Indikator	0.794	0.000	Valid
	b. Indikator	0.850	0.000	Valid
	c. Indikator	0.641	0.000	Valid
	d. Indikator	0.611	0.000	Valid
	e. Indikator	0.658	0.000	Valid
f. Indikator	0.597	0.000	Valid	
3	Brand Image (X ₃)			
	g. Indikator	0.656	0.000	Valid
	a. Indikator	0.720	0.000	Valid
	b. Indikator	0.745	0.000	Valid
	c. Indikator	0.649	0.000	Valid
	d. Indikator	0.792	0.000	Valid
	e. Indikator	0.648	0.000	Valid
	f. Indikator	0.563	0.000	Valid
	g. Indikator	0.578	0.000	Valid
	h. Indikator	0.415	0.000	Valid
	i. Indikator	0.552	0.000	Valid
j. Indikator	0.446	0.000	Valid	
k. Indikator	0.777	0.000	Valid	

No	Indikator	Korelasi	Sig	Keterangan
4	Fasilitas (X_4)			
	a. Indikator	0.602	0.000	Valid
	b. Indikator	0.793	0.000	Valid
	c. Indikator	0.649	0.000	Valid
	d. Indikator	0.760	0.000	Valid
	e. Indikator	0.514	0.000	Valid
	f. Indikator	0.647	0.000	Valid
	g. Indikator	0.704	0.000	Valid
	h. Indikator	0.712	0.000	Valid
	i. Indikator	0.695	0.000	Valid
	j. Indikator	0.619	0.000	Valid
5	Biaya (X_5)			
	a. Indikator	0.880	0.000	Valid
	b. Indikator	0.896	0.000	Valid
	c. Indikator	0.645	0.000	Valid
6	Biaya (X_5)			
	a. Indikator	0.758	0.000	Valid
	b. Indikator	0.867	0.000	Valid
	c. Indikator	0.705	0.000	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai korelasi yang dimiliki oleh semua variabel indikator memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan semua item pernyataan valid.

Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.6. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel diringkas pada tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Jarak	0.633	Reliable
Keamanan	0.814	Reliable
Brand Image	0.846	Reliable
Fasilitas	0.864	Reliable
Biaya	0.746	Reliable
Keputusan	0.662	Reliable

Sumber: data primer yang diolah 2015

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien *Cronbach Alpha* yang cukup besar yaitu diatas 0,60, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing

variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

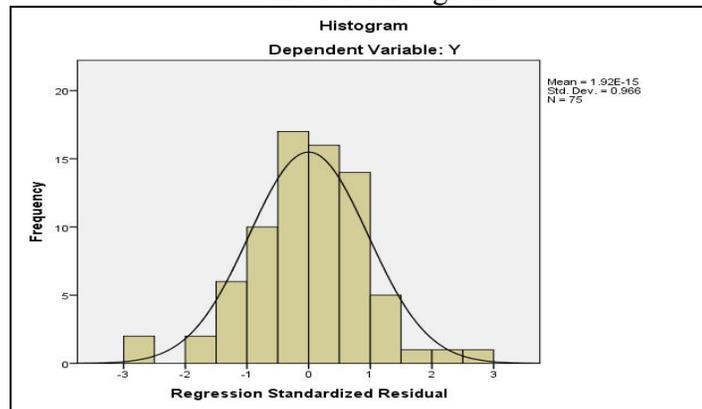
Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus bebas dari masalah penyimpangan terhadap asumsi klasik. Adapun uji asumsi yang dilakukan adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

1. Uji Normalitas

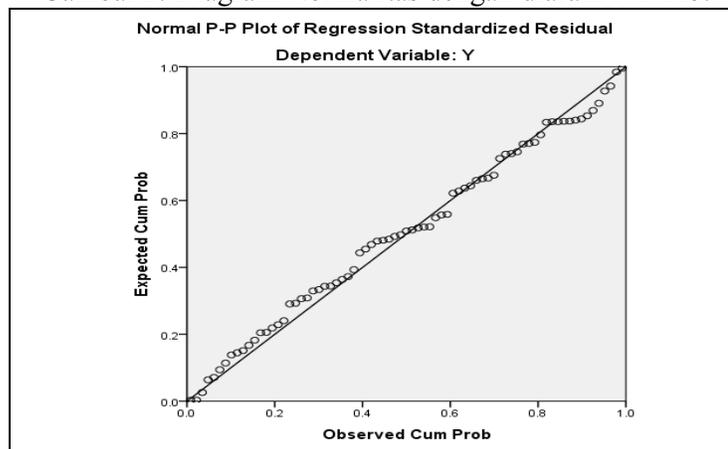
Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Cara untuk melihat adanya normalitas residual adalah dengan melihat histogram dan grafik normal plot.

Gambar 1. Histogram



Sumber: data primer yang diolah 2015

Gambar 2. Diagram Normalitas dengan diaram P-P Plot



Sumber: data primer yang diolah 2015

Pada gambar dapat diketahui bahwa tampilan histogram maupun grafik terlihat memenuhi asumsi normalitas. Histogram menunjukkan pola distribusi normal dan pada garis

normal plot, data menyebar di sekitar garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bila nilai VIF lebih besar dari 10. Hasil

pengujian multikolinieritas dengan nilai VIF adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Jarak	1.336	0.748	Bebas Miltikolinier
Keamanan	1.899	0.526	Bebas Miltikolinier
Brand Image	1.624	0.616	Bebas Miltikolinier
Fasilitas	1.304	0.767	Bebas Miltikolinier
Biaya	1.309	0.764	Bebas Miltikolinier

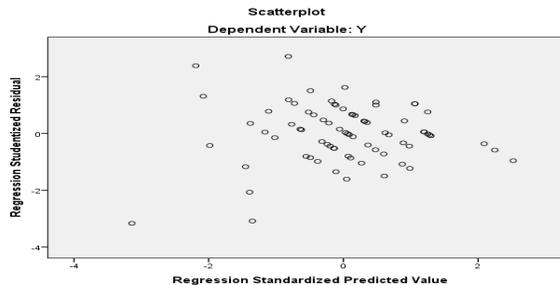
Sumber: data primer yang diolah 2015

Pada tabel dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%, selain itu hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatter plot*. Jika tidak terdapat variabel yang tidak signifikan maka dapat disimpulkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Berikut ini diagram heteroskedastisitas sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan:

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3. Diagram Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer yang diolah 2015

Pada gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, dapat dikatakan bahwa model regresi layak dipakai untuk

memprediksi keputusan melanjutkan studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh berdasarkan masukan variabel independen yang digunakan yaitu jarak, keamanan, *brand image*, fasilitas, dan biaya pendidikan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error				
	(Constant)	-.842	.445			
1	J	-.323	.100	.267	-3.240	.001
	K	.305	.140	.217	2.182	.001
	BR	.374	.114	.302	3.292	.000
	F	.200	.085	.196	2.351	.022
	B	-.224	.089	.207	-2.515	.014

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: data primer yang diolah 2015

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi standardized adalah sebagai berikut:

$$Y = -0.842 - 0.323X_1 + 0.305X_2 + 0.374X_3 + 0.200X_4 - 0.224X_5$$

Keterangan;

Y = Keputusan memilih Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh

X₁ = Jarak

X₂ = Keamanan

X₃ = *Brand Image*

X₄ = Fasilitas

X₅ = Biaya

Dari hasil analisis juga dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh adalah variabel *brand image* dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.374, kemudian

diikuti oleh variabel jarak dengan koefisien korelasi sebesar 0.323, variabel keamanan 0.305. Sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu biaya dengan koefisien

korelasi 0.224 dan variabel fasilitas dengan koefisien korelasi 0.200.

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05.

Hal ini berarti bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Coefficients ^a			
	Model	T	Sig.
	(Constant)	-1.892	.012
	J	-3.240	.001
1	K	2.182	.001
	BR	3.292	.000
	F	2.351	.022
	B	-2.515	.014

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: data primer yang diolah 2015

1. Variabel Jarak

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel jarak - 3.240 dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,005$. Nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 75 - 6 - 1 = 68$ adalah -1.9955 (two tailed). Dengan demikian diperoleh t hitung (-3.240) > t tabel (-1,9955) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa jarak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh sebagai tempat untuk melanjutkan studi dapat diterima.

2. Variabel Keamanan

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel keamanan menunjukkan nilai t hitung = 2.182 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,005$. Nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 75 - 6 - 1$ diperoleh nilai t sebesar 1,9955 (two tailed). Dengan demikian diperoleh t hitung (2.182) > t tabel (1.9955) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh sebagai tempat melanjutkan studi dapat diterima.

3. Variabel Brand Image

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel *Brand Image* menunjukkan nilai t hitung = 3.292 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 75 - 6 - 1 = 68$ dan diperoleh nilai t tabel sebesar 1,9955 (two tail). Dengan demikian diperoleh t hitung $(3,292) > t$ tabel $(1,9955)$ yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih Fakultas Ekonomi Kampus II Unand Payakumbuh sebagai tempat untuk melanjutkan studi dapat diterima.

4. Variabel Fasilitas

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel fasilitas menunjukkan nilai t hitung = 2.351 dengan nilai signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 75 - 6 - 1 = 68$ diperoleh nilai t sebesar 1,9955 (two tailed). Dengan demikian diperoleh t hitung

$(2.351) > t$ tabel $(1,9955)$ yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih Fakultas Ekonomi Kampus II Unand Payakumbuh sebagai tempat untuk melanjutkan studi dapat diterima.

5. Variabel Biaya

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel biaya menunjukkan nilai t hitung = -2.515 dengan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,005$. Nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 75 - 6 - 1 = 68$ diperoleh nilai t sebesar 1,9955 (two tailed). Dengan demikian diperoleh t hitung $(-2.515) > t$ tabel (-1.9955) .

Berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa biaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih Fakultas Ekonomi Kampus II Unand Payakumbuh dapat diterima.

Hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh pada tabel berikut :

Tabel 6. Hasil Analisa Regresi Secara Simultan

F	24.734
Sig F	0,000
R ²	0,642
Adjusted R ²	0,616

Sumber : data primer yang diolah tahun 2015

Pengujian variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan F hitung = 24.734 dengan signifikansi

sebesar $0,000 < 0,005$. Nilai F tabel dengan $df_1 = n - k = 6$ dan $df_2 = 173$ diperoleh sebesar 1,8085. Dengan demikian nilai F hitung 55,791 lebih besar dari nilai f tabel 1,8085. Hal ini berarti bahwa

hipotesis yang menyatakan bahwa secara simultan jarak, keamanan, brand image, biaya dan fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh sebagai tempat untuk melanjutkan studi dapat diterima.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya dapat dilihat dari koefisien determinasi. Dari hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,616. Hal ini berarti 61.6 % keputusan memilih Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh sebagai tempat melanjutkan studi dapat dijelaskan oleh variabel jarak, keamanan, *brand image*, fasilitas, dan biaya pendidikan, sedangkan sisanya yaitu 38.4% keputusan memilih dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data diperoleh bahwa lima variabel yaitu jarak, keamanan, *brand image*, fasilitas dan biaya pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh, maka sebaiknya baik pengelola, staf, karyawan, elemen-elemen dalam Universitas Andalas Fakultas Ekonomi Universitas Andalas terutama Kampus II Payakumbuh

memperhatikan kelima faktor tersebut.

Dari kelima faktor tersebut yang perlu mendapat perhatian serius adalah variabel fasilitas karena walaupun memiliki pengaruh yang signifikan, variabel fasilitas memiliki pengaruh yang kecil terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh.

REKOMENDASI

Penekanan yang lebih serius perlu diberikan pada variabel fasilitas, karena meskipun pengaruhnya signifikan tetapi nilai koefisiennya rendah, hal ini dapat saja terjadi karena fasilitas yang ditawarkan dan dimiliki oleh Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh sejak awal berdiri sampai saat ini masih belum memadai. Keterbatasan sarana dan prasarana seperti ruangan kelas, perpustakaan, tenaga dosen dan administrasi, serta penyelesaian gedung baru yang belum rampung di masa datang dapat mengurangi minat para calon mahasiswa untuk memutuskan melanjutkan studinya pada Fakultas Ekonomi Kampus II Payakumbuh ini.

Agar para calon mahasiswa lebih tertarik untuk melanjutkan studi pada Fakultas Ekonomi Kampus II Payakumbuh ini, maka berbagai fasilitas penunjang pendidikan perlu ditingkatkan lagi seperti mempercepat pembangunan gedung kuliah yang baru di Kubu Gadang karena gedung yang sekarang digunakan memiliki keterbatasan

ruang kelas, dan sudah tidak dapat lagi menampung jumlah mahasiswa yang setiap tahun terus mengalami peningkatan, menambah jumlah dosen tetap, dan tenaga administrasi akademik, serta memperbaiki fasilitas penunjang lain seperti AC, infocus, laptop, dan lain-lainya.

Variabel yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh paling besar signifikannya adalah brand image. Oleh sebab itu, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh perlu menjaga dan meningkatkan *brand image* yang dimiliki oleh Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh.

REFERENSI

Arikunto, Suharsimi.2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 2010. Jakarta: Rineka Cipta

B, Alfian. 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Inova Pada PT*

Haji Kalla Cabang Polman. Makasar

Fandy Ciptono.2003. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Freddy Rangkuti. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Kanuk., Schiffman., dalam Sulistian., Ogi(2011:33). *Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek*

Kotler dan Amstrong.2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1 dan 2*, Edisi 12. Jakarta: ErlanggaPT Indeks.

Kotler dan Keller.2009. *Manajemem Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran 2*, Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga

Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*.Ed.2. Jakarta:Salemba Empat

Nazir, Muhammad. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Suliyanto. 2011. *Ekonomi Terapan:Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi