

**KEPUASAAN PENGGUNA PADA LIMA BESAR
PERGURUAN TINGGI SWASTA DI KOTA SEMARANG**

Djauhar Edi Purnomo, SE, MSi.

ABSTRACT

User satisfaction is a user's respon to the disconformity that sensed between previous hopes (or other performance norm) and actual product performance which tested by the users. This konsumen is becoming a key succes factor (KSF) of an organization to keep on survive on it's field.

Population and sample being used in this research are the student of five private university in Semarang. Those university are : UNISSULA, USM, UDINUS, UNIKA, and UNISBANK. The sample that is being use are at the number of 100 respondent divided into 20 respondent in each university.

This research users the conjoint analysis, the result shows that in an Academic factor, accreditation sub factor are tend to be liked than curriculum sub factor. In a Non Academic, facilities sub factor are tend to be liked than financing sub factor. Menwhile in Other factors, leadership sub factor are temnd to be liked than location sub factor. The preferences shows by the respondent in this research are also shows that knowledge background and available information influence the satisfaction which become the basis for choosing the university to be a place to study in other to obtain bachlor degree (strata 1). The result of this research can be used by the university to get new student in the next year of study.

Key word :conjoint analysis, user satisfaction, private university, preferences, and survive.

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi di Indonesia sebagai salah satu organisasi jasa, saat ini mengalami suatu perubahan yang fundamental. Tuntutan terhadap perguruan tinggi dewasa ini bukan hanya sebatas kemampuan untuk menghasilkan lulusan yang diukur secara akademik, melainkan keseluruhan program dan lembaga-lembaga perguruan tinggi harus mampu membuktikan kualitas yang tinggi dengan didukung akuntabilitas

yang ada. Bukti prestasi, penilaian, sertifikasi kualitas, keberhasilan alumni dalam mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan bidang ilmunya, serta hasil evaluasi juga dibutuhkan untuk memperoleh pengakuan dan masyarakat.

Untuk memenuhi tuntutan itu, maka perguruan tinggi melalui program-program studinya perlu memperoleh kepercayaan masyarakat dengan jaminan kualitas (*quality assurance*), pengendalian kualitas (*quality control*), perbaikan kualitas (*quality improvement*). Jaminan, pengendalian, dan pembinaan atau perbaikan kualitas dapat diberikan kepada perguruan tinggi atau program studi yang telah dievaluasi secara cermat melalui program akreditasi secara nasional (Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi 1998).

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kepuasan pengguna pada lima besar perguruan tinggi swasta di kota Semarang dengan menggunakan analisis konjoin. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat: (a) untuk mendapatkan kerangka konseptual mengenai berbagai dimensi kepuasan mahasiswa terhadap jasa pendidikan tinggi; (b) masukan bagi pemerintah untuk dasar pengembangan sistem evaluasi dalam rangka menentukan akreditasi di perguruan tinggi swasta; (c) masukan dan bahan evaluasi bagi pengguna jasa pendidikan swasta; (d) untuk pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini dapat menambah pustaka bagi mereka yang mempunyai minat untuk mendalami pengetahuan dalam bidang pemasaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Perguruan tinggi/pendidikan tinggi merupakan sebuah jenjang yang secara struktural ditempuh setelah siswa menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Umum (SMU) (Badudu, 1994 dalam <http://digilib.petra.ac.id>). Kesuksesan suatu

perguruan tinggi khususnya swasta dalam menjaring mahasiswa baru ini dipengaruhi oleh kepuasan pemakai (mahasiswa) dengan beberapa preferensi yang ada dalam perguruan tinggi tersebut. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan oleh pemakai". (Tjiptono (2004) yang mengutip pendapat Day).

Dengan bahasa yang lebih sederhana Kotler (1994) menyebutkan kepuasan pelanggan sebagai: "tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya".

Pada hakekatnya konsumen yang menghidupi seluruh karyawan. Perusahaan memproduksi barang atau jasa ditujukan kepada konsumen. Konsumen membayar manfaat yang diperoleh dari produk barang atau jasa yang dinikmatinya. Bila pasar berjalan dengan sempurna, di mana konsumen mempunyai banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhannya, maka produsen harus benar-benar mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen. Produsen yang mampu memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen, dan konsumen merasa puas terhadap kinerja dan layanan yang diberikan akan mampu bertahan di era global. Konsumen merupakan faktor kunci sukses (*key succes factor/KSF*).

Memahami karakteristik konsumen merupakan hal yang sangat fundamental. Maka pola pikir yang dibangun perusahaan atau organisasi juga harus mengikuti logika konsumen. Pada tataran ini akan timbul konsep yang dikenal dengan *customer value* (nilai konsumen). Mulyadi (2001:230) mendefinisikan *customer value* sebagai selisih antara manfaat yang diperoleh konsumen dari produk barang atau jasa yang dikonsumsi dengan pengorbanan yang dilakukan konsumen untuk memperoleh manfaat itu.

Manfaat yang diperoleh dan pengorbanan yang dilakukan oleh konsumen ditentukan oleh tingkat kualitas hubungan yang dibangun antara produsen dan konsumen.

Praktik di dunia pemasaran dan jasa tersebut juga terjadi di ranah perpustakaan. Pembeli atau konsumen di perpustakaan disebut pengunjung atau pemakai (*user*). Perpustakaan harus jeli melihat pasar dan menentukan segmentasi pemakainya. Di perpustakaan perguruan tinggi, sivitas akademika perguruan tinggi merupakan segmen utama yang harus dilayani. Pada perpustakaan umum pemakai utamanya adalah penduduk di wilayah perpustakaan umum tersebut, terutama penduduk yang tidak dapat lagi memperoleh akses pada pendidikan formal.

Preferensi yang menjadi acuan para pengguna (mahasiswa) dalam memilih perguruan tinggi swasta di kota Semarang ini dilihat dari sisi: (1) **Akademik** terdiri dari Akreditasi dan Kurikulum. Akreditasi merupakan pengakuan terhadap lembaga pendidikan yang diberikan oleh badan yang berwenang setelah lembaga itu memenuhi syarat kebakuan atau kriteria tertentu atau merupakan pengakuan oleh suatu jawatan tentang adanya wewenang seseorang untuk melaksanakan atau menjalankan tugasnya (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ke-3, 2003). Akreditasi ini mencakup (a) Internal akreditasi, merupakan tindakan mawas diri atau self assessment yang dilakukan oleh institusi berdasarkan keadaan institusi yang sebenarnya dengan menggunakan Borang akreditasi yang telah ditentukan dan (b) eksternal akreditasi, adalah proses evaluasi terhadap institusi yang dilakukan oleh pihak luar institusi melalui akreditasi dengan menggunakan borang akreditasi yang telah ditentukan. Kurikulum merupakan seperangkat rencana dan pengaturan mengenai isi maupun bahan kajian dan pelajaran serta cara penyampaian dan penilaian yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan belajar mengajar di Perguruan Tinggi (Artawan, 2005 dalam

<http://digilib.petra.ac.id>). Kurikulum dibagi menjadi dua yaitu : (a) kurikulum inti, adalah bagian dari kurikulum pendidikan tinggi yang berlaku secara nasional untuk setiap program studi yang memuat tujuan pendidikan, isi pengetahuan, dan kemampuan minimal yang harus dicapai peserta didik, dalam penyelesaian suatu program studi; (b) kurikulum lokal, merupakan bagian dari kurikulum pendidikan tinggi yang berkenaan dengan keadaan dan kebutuhan lingkungan serta ciri khas perguruan tinggi yang bersangkutan.

Sisi **Non Akademik** terdiri dari Fasilitas dan Pembiayaan. Untuk menghasilkan kualitas tenaga lulusan tinggi maka harus bekerjasama dengan pihak dunia usaha sebagai penyerap dan pemakai tenaga lulusan perguruan tinggi (Artawan, 2005 dalam <http://digilib.petra.ac.id>). Laboratorium sebagai ajang latihan dan praktek mahasiswa perlu dilengkapi dengan fasilitas yang cukup serta program pelatihannya harus disesuaikan dengan perkembangan dunia industri dan jasa. Sedangkan Perpustakaan sebagai jantungnya perguruan tinggi perlu diperkaya dan dilengkapi dengan berbagai jurnal dan literatur yang terbaru. Demikian pula gedung perkuliahan serta perlengkapannya sebagai penunjang proses pendidikan sangat perlu mendapat perhatian dari segi kebersihan, keindahan, serta kenyamanannya. Pembiayaan pendidikan di Perguruan Tinggi merupakan salah satu variabel yang menyumbang tercapainya tujuan pendidikan. Salah satu tujuan pendidikan dalam mengelola variabel biaya pendidikan adalah pengelolaan secara efektif dan efisien guna menghasilkan output sesuai dengan cita-cita konstitusi.

Studi Psacharopoulos (Teguh, 2004:5) mengenai pembiayaan pendidikan memaparkan hal yang amat mengagetkan, di mana rata-rata biaya seorang mahasiswa di Negara Sedang Berkembang (NSB) setara dengan 88 kali biaya seorang siswa SD.

Kenyataan ini berbeda dengan di negara maju seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Selandia Baru yang perbandingannya mencapai 17,6. Sayangnya, tingginya biaya pendidikan tinggi di NSB tidak diikuti secara proporsional pendapatan yang diperoleh dari seseorang lulusan PT. Kondisi tersebut menjadikan cermin bagi PT di Indonesia untuk terus meningkatkan efisiensi pendidikannya.

Sisi **Lainnya** mencakup Kepemimpinan dan Lokasi. Studi pada “*new leadership*” yang berdasar pada behavioral, menunjukkan bahwa *Transformational Leadership* atau kepemimpinan transformasional, lebih dapat memberikan outcome yang diharapkan dibandingkan dengan *Transactional Leadership*. Pemimpin yang menerapkan gaya *Transactional Leadership* yang berdimensi *contingent reinforcement reward* ; *active management by exception* dan *passive management by exception* (Bass, 1985 ; Bass and Avolio, 1989, dalam Pounder 2001), sangat aktif mencari penyimpangan yang berdampak besar untuk segera dikoreksi. Dengan kepemimpinan ini transaksi, relasi yang terbentuk terbatas pada relasi akibat pertukaran : pertukaran antara keberhasilan dengan penghargaan, kegagalan dengan punishment, tanpa membangun antusiasme dan komitmen kepada tujuan tugas (Yukl, 2002). Gaya kepemimpinan ini memiliki enam dimensi sebagai berikut :*Inspirational Motivation*, *Integrity*, *Innovation*, *Impression Management*, *Intelectual Stimulation* dan *Individual Consideration*. Pada dimensi *Inspirational Motivation*, pemimpin bertindak sebagai model bagi sub-ordinatnya, sehingga upaya kearah visi organisasi akan dilakukan dengan fokus oleh sub-ordinat. Sedangkan lokasi merupakan suatu tempat dimana organisasi (perguruan tinggi) melakukan kegiatan fisik (<http://organisasi.org>). Lokasi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: letak dari pasar konsumen,

ketersediaan tenaga kerja, ketersediaan pengangkutan atau transportasi, dan ketersediaan energi.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah **Analisis Konjoin**(*Conjoint Analysis*), merupakan salah satu metode analisis dalam analisis multivariat, yang mulai dikembangkan sejak tahun 1970. Analisis ini digunakan untuk membantu mendapatkan kombinasi atau komposisi atribut-atribut suatu produk atau jasa baik baru maupun lama yang paling disukai konsumen (Scott M. Smith). Dalam prosesnya analisis konjoin akan memberikan ukuran kuantitatif terhadap tingkat kegunaan (*utility*) dan kepentingan relatif (*relative importance*) suatu atribut dibandingkan dengan atribut lain. Hal ini dilakukan melalui pertimbangan psikologis atau preferensi konsumen (Green & Tull, 1988). Lebih lanjut, nilai-nilai ini dapat digunakan untuk membantu menyeleksi atribut-atribut suatu produk yang akan ditawarkan.

Tahapan yang umumnya dilakukan dalam merancang dan melaksanakan analisis konjoin secara umum mencakup: **Tahap I Perumusan Masalah** yakni dengan identifikasi faktor dan sub faktornya; dan skala sub faktor dari faktor dan model preferensi. **Tahap II Merancang Kombinasi Atribut (Stimuli)**, terdapat dua pendekatan yang sering digunakan, yaitu kombinasi berpasangan (*pairwise combination*) dan kombinasi lengkap (*full profile*). **Tahap III Penentuan Jenis Data Yang diperlukan**, yang terdiri dari data metrik maupun data nonmetrik. **Tahap IV Menentukan Metode Analisis**; dan terakhir **Tahap V Hasil Analisis dan Interpretasinya**.

HIPOTESIS

Pengujian hipotesis dalam pengujian statistik dengan menggunakan alat analisis konjoin ini adalah :

H_o = Ada Korelasi yang kuat antara variabel ESTIMATES dengan RESPONDEN(RANK)

H_i= Tidak ada Korelasi yang kuat antara Variabel ESTIMATES denganRESPONDEN(RANK)

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswapada lima Universitas Swasta di Kota Semarang, yang terdiri dari Universitas Islam Sultan Agung, Universitas Dian Nuswantoro, Universitas Kristen Soegiapranata, Universitas Semarang, dan UNISBANK. Sedangkan sampel diambil secara acak dari mahasiswa kelima Universitas tersebut dengan kriteria yaitu Mahasiswa baru angkatan 2009/2010 dari berbagai Fakultas yang ada. Sampel yang diambil berjumlah 100 Responden dengan pembagian sebanyak 20 Responden setiap Universitas.

Penggunaan sampel mahasiswa tersebut didasari oleh beberapa alasan (1) mahasiswa tersebut adalah mahasiswa baru angkatan 2009/2010, (2) mempunyai preferensi yang berbeda dalam memilih perguruan tinggi untuk melanjutkan sekolah, (3) penggunaan perguruan tinggi khususnya swasta yang terdapat di Semarang dimaksudkan agar implikasi dari penelitian ini dapat memberikan informasi bagi orang tua mahasiswa maupun untuk perguruan itu sendiri khususnya di bidang pemasaran.

Data yang digunakan adalah data primer yang dilakukan dengan metode langsung (penyebaran kuesioner) dan lingkungan risetnya adalah lingkungan *rill (field setting)* dengan unit analisis adalah mahasiswa baru angkatan 2009/2010.

Indikator preferensi yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari preferensi yang digunakan oleh BAN PT untuk mengetahui sesuai dengan Peraturan bank Indonesia No. 6/10/PBI/2004. yang meliputi: (1) **Akademik** terdiri dari Kurikulum dan Akreditasi; (2) **Non Akademik** terdiri dari Pembiayaan dan Fasilitas; (3) **Lainnya** terdiri dari Kepemimpinan dan Lokasi. Setelah mengetahui faktor dan sub faktor yang diinginkan maka selanjutnya adalah merancang kombinasi sub faktor atribut kemudian memasukkan ranking dari semua responden terhadap stimuli yang ada, dengan **angka 1** adalah preferensi yang paling disukai diantara kualitas dari faktor Akademik, Non Akademik dan Faktor Lainnya, dan **angka yang terakhir atau angka 8** (tergantung jumlah stimuli yang dihasilkan) adalah yang paling tidak disukai dari faktor-faktor tersebut. Dari stimuli yang terbentuk, proses dilanjutkan dengan proses konjoin.

HASIL PENELITIAN

Dari hasil pengujian SPSS 16 dengan menggunakan alat analisis konjoin untuk faktor **AKADEMIK** didapatkan bahwa secara umum responden yang diambil dari UNISSULA, UDINUS, UNIKA, USM, dan UNISBANK lebih menyukai Sub Faktor AKREDITASI dibandingkan KURIKULUM. Hal ini dapat dilihat dari masing-masing nilai Sub Faktor AKREDITASI yakni sebesar -0,844; -0,925; -0,812; -0,482; dan -0,275. Faktor **NON AKADEMIK** didapatkan bahwa secara umum responden yang diambil dari UNISSULA, UDINUS, UNIKA, USM, dan UNISBANK lebih menyukai Sub Faktor FASILITAS dibandingkan PEMBIAYAAN. Hal ini dapat dilihat dari

masing-masing nilai Sub Faktor FASILITAS sebesar -0,456; -0,537; -0,525; -0,125; dan -0,875. Faktor **LAINNYA** didapatkan kesimpulan bahwa secara umum responden yang diambil dari UNISSULA, UDINUS, UNIKA, USM, dan UNISBANK lebih menyukai Sub Faktor KEPEMIMPINAN dibandingkan LOKASI. Hal ini dapat dilihat dari masing-masing nilai Sub Faktor KEPEMIMPINAN sebesar -0,544; -0,550; -0,650; -1,185; dan -1,050.

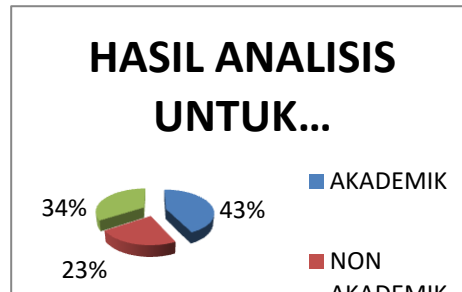
Hasil pengujian diatas sama dengan hasil pengujian secara keseluruhan yakni dari faktor **AKADEMIK** secara umum responden lebih menyukai Sub Faktor AKREDITASI dibandingkan KURIKULUM dengan nilai sebesar -0,672, Faktor **NON AKADEMIK** didapatkan bahwa secara umum responden lebih menyukai Sub Faktor FASILITAS dibandingkan PEMBIAYAAN dengan nilai Sub Faktor FASILITAS sebesar -0,340; Faktor **LAINNYA** didapatkan bahwa secara umum responden lebih menyukai Sub Faktor KEPEMIMPINAN dibandingkan LOKASI dengan nilai Sub Faktor KEPEMIMPINAN sebesar -0,808.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas (tabel 14 lampiran 2) dapat dijelaskan bahwa secara umum responden yang diambil dari UNISSULA menganggap faktor AKADEMIK memberikan kepuasan sebesar 42,842%; faktor NON AKADEMIK sebesar 23,008% dan faktor LAINNYA sebesar 34,150%. Kemudian dari tabel 15 (lampiran 2), *Correlations^a* menunjukkan bahwa hasil pengujian statistik di dapatkan perhitungan *PEARSON* yaitu 0,018 dan *KENDALL* yaitu 0,017; angka signifikansi keduanya jauh di bawah 0,05 atau data signifikan pada $\alpha = 5\%$, sehingga dapat

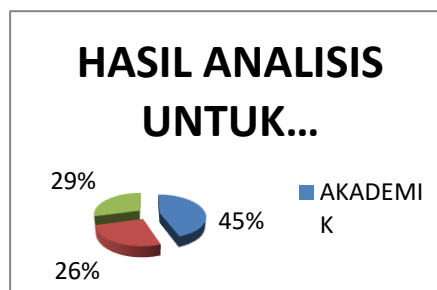
disimpulkan bahwa H_0 diterima. Artinya memang ada korelasi yang nyata antara hasil konjoin dengan pendapatsecara umum responden yang diambil dari UNISSULA.

Grafik 3. Factor Importance UNISSULA



Tabel 17 (lampiran 2) menunjukkan bahwa secara umum responden yang diambil dari UDINUS menganggap faktor AKADEMIK memberikan kepuasan sebesar 44,544%; faktor NON AKADEMIK sebesar 26,174% dan faktor LAINNYA sebesar 29,272%.Kemudian dari tabel 18 (lampiran 2), *Correlations^a* menunjukkan bahwa hasil pengujian statistik di dapatkan perhitungan *PEARSON* yaitu 0,014 dan *KENDALL* yaitu 0,013; angka signifikansi keduanya jauh di bawah 0,05 atau data signifikan pada $\alpha = 5\%$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima. Artinya memang ada korelasi yang nyata antara hasil konjoin dengan pendapatsecara umum responden yang diambil dari UDINUS.

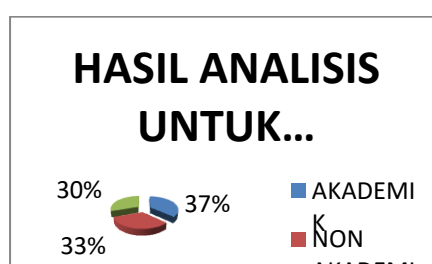
Grafik 4. Factor Importance UDINUS



Dari tabel 20 (lampiran 2) dapat diketahui bahwa secara umum responden yang diambil dari UNIKA menganggap faktor AKADEMIK memberikan kepuasan sebesar 36,699%, faktor NON AKADEMIK sebesar 32,994% dan faktor LAINNYA sebesar

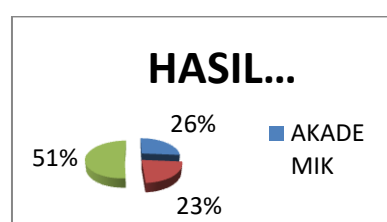
30,307%.Kemudian dari tabel 21(lampiran 2), *Correlations^a* menunjukkan bahwa hasil pengujian statistik di dapatkan perhitungan *PEARSON* yaitu 0,012 dan *KENDALL* yaitu 0,024; angka signifikansi keduanya jauh di bawah 0,05 atau data signifikan pada $\alpha = 5\%$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima. Artinya memang ada korelasi yang nyata antara hasil konjoin dengan pendapatsecara umum responden yang diambil dari UNIKA.

Grafik 5. Factor Importance UNIKA



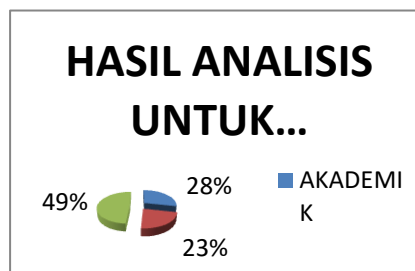
Tabel 23 (lampiran 2) dapat disimpulkan bahwa secara umum responden yang diambil dari USM menganggap faktor AKADEMIK memberikan kepuasan sebesar 26,308%, faktor NON AKADEMIK sebesar 22,765% dan faktor LAINNYA sebesar 50,927%.Kemudian dari tabel 24 (lampiran 2), *Correlations^a* menunjukkan bahwa hasil pengujian statistik di dapatkan perhitungan *PEARSON* yaitu 0,003 dan *KENDALL* yaitu 0,007; angka signifikansi keduanya jauh di bawah 0,05 atau data signifikan pada $\alpha = 5\%$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima. Artinya memang ada korelasi yang nyata antara hasil konjoin dengan pendapatsecara umum responden yang diambil dari USM.

Grafik 6. Factor Importance USM



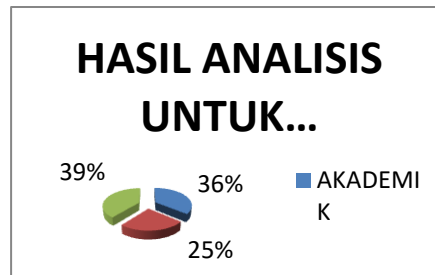
Tabel 26 (lampiran 2) menunjukkan bahwa secara umum responden yang diambil dari UNISBANK menganggap faktor AKADEMIK memberikan kepuasan sebesar 28,272%, faktor NON AKADEMIK sebesar 22,936% dan faktor LAINNYA sebesar 48,792%. Kemudian dari tabel 27 (lampiran 2), *Correlations^a* menunjukkan bahwa hasil pengujian statistik di dapatkan perhitungan *PEARSON* yaitu 0,012 dan *KENDALL* yaitu 0,013; angka signifikansi keduanya jauh di bawah 0,05 atau data signifikan pada $\alpha = 5\%$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima. Artinya memang ada korelasi yang nyata antara hasil konjoin dengan pendapat secara umum responden yang diambil dari UNISBANK.

Grafik 7. Factor Importance UNISBANK



Tabel 29 (lampiran 2) dapat dijelaskan bahwa secara umum responden menganggap faktor AKADEMIK memberikan kepuasan sebesar 35,998%, faktor NON AKADEMIK sebesar 24,803% dan faktor LAINNYA sebesar 39,199%. Kemudian dari tabel 30, *Correlations^a* menunjukkan bahwa hasil pengujian statistik di dapatkan perhitungan *PEARSON* yaitu 0,012 dan *KENDALL* yaitu 0,013; angka signifikansi keduanya jauh di bawah 0,05 atau data signifikan pada $\alpha = 5\%$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima. Artinya memang ada korelasi yang nyata antara hasil konjoin dengan pendapat secara umum untuk semua responden.

Grafik 8. Factor Importance Semua Responden



KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana kepuasan pengguna pada lima besar perguruan tinggi swasta di kota Semarang dengan menggunakan analisis konjoin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapat responden mempunyai ketepatan akurasi yang tinggi dan pada uji signifikansi diketahui signifikan, maka dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa pada faktor Akademik, sub faktor Akreditasi lebih disukai dari pada sub faktor Kurikulum; pada faktor Non Akademik, sub faktor Fasilitas lebih disukai dari pada sub faktor Pembiayaan. Sedangkan pada faktor Lainnya, sub faktor Kepemimpinan lebih disukai dari pada sub faktor Lokasi.

Preferensi yang ditunjukkan oleh responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *back ground* pengetahuan dan informasi yang ada mempengaruhi kepuasan yang menjadi dasar pilihan universitas yang menjadi tempat untuk menepuh pendidikan S1. Dari hasil penelitian tersebut, dapat menjadi acuan bagi universitas dalam menjangkau mahasiswa baru untuk tahun ajaran masa mendatang.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut: (1) penelitian ini hanya dapat menggeneralisasi pada perguruan tinggi swasta di kota Semarang, hasilnya mungkin berbeda apabila digunakan sampel perguruan tinggi swasta di kota lain; (2) terbatasnya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini; dan (3) terbatasnya waktu dalam penyebaran kuesioner (berdekatan dengan libur Hari Raya Idul Fitri)

Saran Bagi Penelitian Mendatang

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan di atas, maka saran untuk penelitian yang akan datang antara lain: memperbanyak sampel dan memperpanjang waktu dalam penyebaran kuesioner. Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan kepuasan pengguna pada lima besar perguruan tinggi swasta di kota lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. Kepemimpinan dalam Otonomi Perguruan Tinggi. *Artikel* (www.lisip.ac.id)
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 1998. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset
- Imam Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BPUD. Semarang.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2003. Jakarta.
- L. Christian Schaupp. France Belanger. A Conjoint Analysis of Online Consumer Satisfaction. 2005. *Journal of Electronic Commerce Research* VOL. 6, NO.2.
- Lembaga Penjamin Mutu Pendidikan. 2008. Penjamin Mutu Pendidikan. *Artikel*.
- Philip Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran jilid I*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- PNPM Mandiri Perdataan (P2KP). 2007. Globalisasi dan Perbaikan Pembiayaan Perguruan Tinggi. *Artikel*.
- Teguh Triwiyanto. Pemerhati P2KP. (<http://nevatera.blogspot.com>); Nina).