



Riset Ekonomi Manajemen

<http://jurnal.untidar.ac.id>

PENGARUH PERILAKU MAHASISWA DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI MAHASISWA DI UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG

Ajat Sudrajat

ajat.sudrajat@feb.unsika.ac.id

Abdul Yusuf

abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima
Disetujui
Dipublikasikan

Kata Kunci:
perilaku mahasiswa, citra
lembaga dan keputusan
menjadi mahasiswa

Abstrak

Tatanan kehidupan masyarakat Karawang mengalami pergeseran mata pencaharian dari sisi pertanian menjadi pegawai perusahaan hal ini menimbulkan persaingan dalam segi kemampuan sumber daya manusia dalam menempati jabatan fungsional yang harus diimbangi dengan kemampuan secara akademik maupun teknologi secara memadai bagi para pegawai maupun calon pegawai perusahaan.

Universitas Singaperbangsa Karawang sebagai lembaga perguruan tinggi harus senantiasa meningkatkan mutu pendidikan yang akan diberikan kepada peserta didik/mahasiswa, hal ini guna memahami perilaku mahasiswa dan "mengenal mahasiswa" bukan masalah yang sederhana serta menghindari pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap menghasilkan citra lembaga yang tidak sempurna yang berorientasi terhadap keputusan menjadi mahasiswa. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perilaku mahasiswa, citra lembaga dan keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang dengan metode penelitian menggunakan deskriptif veripikatif dengan teknik analisis jalur, dengan respondennya adalah mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang dengan jumlah populasi 9.305 mahasiswa aktif yang sudah melakukan pembayaran registrasi ulang 2014 dan diambil sampel sebanyak 263 orang.

Adapun hasil penelitian mengenai variabel perilaku mahasiswa dan citra lembaga berada pada skala cukup setuju, keputusan menjadi mahasiswa berada pada skala setuju, pengaruh parsial secara langsung variabel perilaku mahasiswa (X_1) sebesar 4,7% (ρ^2_{yx1}). Adapun variabel citra lembaga (X_2) sebesar 30,8% (ρ^2_{yx2}) sedangkan pengaruh tidak langsung terhadap keputusan menjadi mahasiswa (Y) sebesar 8,9%. Pengaruh perilaku mahasiswa (X_1) dan citra lembaga (X_2) secara simultan terhadap keputusan menjadi mahasiswa (Y) sebesar 53,3%, sedangkan pengaruh variabel lain di luar model adalah sebesar 46,7%.

ajat.sudrajat@feb.unsika.ac.id
abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id

ISSN
2580-8893 (cetak)
2614-2953 (online)

A. Latar belakang

Saat ini Kabupaten Karawang sebagai daerah penyangga ibu kota sedang mengalami peningkatan pembangunan di bidang industri hal ini terlihat dengan banyaknya perusahaan-perusahaan asing yang menginvestasikan dan membangun usahanya di daerah Karawang sehingga besar dan kecilnya berpengaruh terhadap tatanan kehidupan masyarakat Karawang yang mengalami pergeseran mata pencaharian dari sisi pertanian menjadi pegawai perusahaan yang ada di daerah Karawang hal ini menimbulkan persaingan dalam segi kemampuan sumber daya manusia masyarakat Karawang dalam menempati jabatan fungsional yang dibutuhkan oleh perusahaan tersebut yang tentunya harus diimbangi dengan kemampuan secara akademik maupun teknologi secara memadai bagi para pegawai maupun calon pegawai perusahaan.

Universitas Singaperbangsa Karawang merupakan perguruan tinggi satu-satunya yang ada di Kabupaten Karawang yang senantiasa mendapat dukungan positif baik secara moril maupun materil dari pemerintah daerah dalam meningkatkan mutu pendidikan yang dikembangkan oleh Universitas Singaperbangsa Karawang serta adanya nilai kebanggaan yang dimiliki masyarakat Karawang untuk senantiasa melanjutkan proses pendidikan ke perguruan tinggi di Universitas Singaperbangsa Karawang. Hal tersebut merupakan bagian kecil dari sikap maupun perilaku yang ditunjukkan oleh ma-

sarakat Kabupaten Karawang dalam mendapatkan pendidikan tinggi di Universitas Singaperbangsa Karawang.

Selain itu adanya daya tarik dari Universitas Singaperbangsa Karawang yang dapat memikat para calon mahasiswa untuk senantiasa dapat memilih dan menggunakan jasa pendidikan yang ditawarkan baik melalui promosi yang dilakukan oleh Universitas Singaperbangsa Karawang maupun kekuatan citra lembaga (*corporate image*) yang memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah mahasiswa yang akan kuliah. Berdasarkan uraian tersebut di atas penulis tertarik untuk melakukan sebuah kajian penelitian yang berjudul "Pengaruh Perilaku Mahasiswa dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa di Universitas Singaperbangsa Karawang.

B. Tinjauan Pustaka Perilaku Konsumen

Kotler (2005:201) Mengatakan Bahwa Memahami Perilaku Konsumen Dan "Mengenal Pelanggan" Bukan Masalah Yang Sederhana. Para Pelanggan Mungkin Menyatakan Kebutuhan Dan Keinginan Mereka Namun Bertindak Sebaliknya. Para Pelanggan Tersebut Mungkin Tidak Memahami Motivasi Mereka Yang Lebih Dalam. Mereka Mungkin Menanggapi Pengaruh Yang Mengubah Pikiran Mereka Pada Menit-Menit Terakhir. Perusahaan-Perusahaan Kecil Seperti Toko Makanan Di Ujung Jalan, Dan Perusahaan Besar Seperti Whirlpool Corporation Senan-

tiasa Mendapat Laba Dari Memahami Cara Dan Alasan Pelanggan Membeli.

Kotler (2005:202) Mengatakan Bahwa Perilaku Pembelian Konsumen Di-pengaruhi Faktor-Faktor Sebagai Berikut:

1. Faktor Budaya
2. Faktor Sosial
3. Keluarga
4. Peran Dan Status
5. Faktor Pribadi
6. Faktor Psikologis

Citra Perusahaan

Khasali Dalam Yusrina (2013) Mengemukakan Pemahaman Yang Berasal Dari Suatu Informasi Yang Tidak Lengkap Menghasilkan Citra Yang Tidak Sempurna. Adapun Harrison Dalam Suwandi Dalam Yusrina (2013) Menyatakan Informasi Yang Lengkap Mengenai Citra Perusahaan Meliputi Empat Elemen Sebagai Berikut :

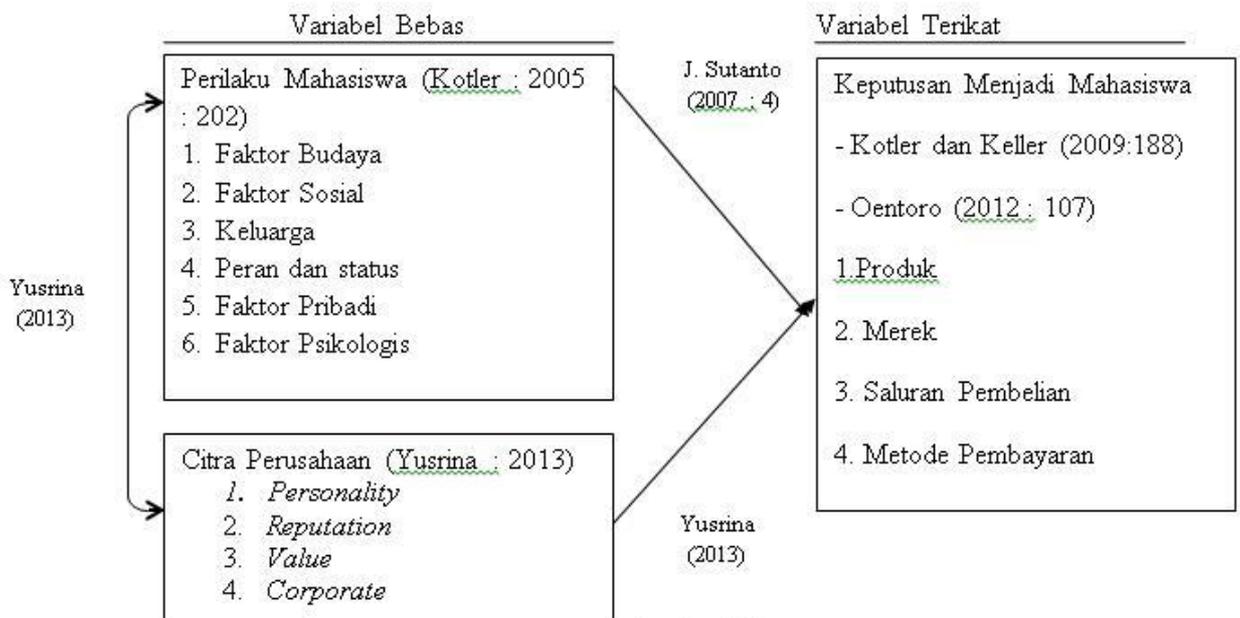
1. Personality
2. Reputation
3. Value
4. Corporate

Keputusan Pembelian

Kotler Dan Keller (2009 : 188) Mengatakan Bahwa Dalam Melaksanakan Maksud Pembelian, Konsumen Dapat Membentuk Lima Sub Keputusan Yaitu Merek (Merek A), Penyalur (Penyalur 2), Kuantitas (Satu Komputer), Waktu (Akhir Minggu) Dan Metode Pembayaran (Kartu Kredit).

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Kerangka Pemikiran Tersebut Di Atas Mengenai Perilaku Mahasiswa Dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa Di Universitas Singaperbangsa Karawang Dapat Digambarkan Sebagai Berikut :



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

Hipotesis

Adapun hipotesis dalam hal ini berdasarkan identifikasi masalah dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan adalah sebagai berikut :

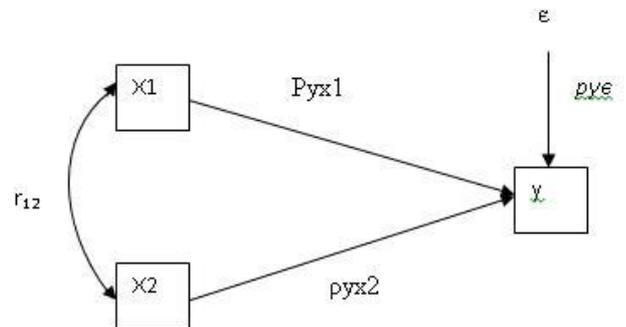
1. Terdapat Pengaruh Perilaku Mahasiswa Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa
2. Terdapat Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa
3. Terdapat Pengaruh Perilaku Mahasiswa Dan Citra Lembaga Secara Simultan Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif verifikatif dengan populasinya adalah mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang yang sudah melakukan transaksi pembayaran di Biro Keuangan Universitas Singaperbangsa Karawang pada tahun 2014 yang berjumlah 9.305 orang dan menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampelnya sebanyak 263 orang.

Penelitian menggunakan analisis jalur ini akan dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat

suatu variabel independen menuju variabel dependen yang terakhir dan juga untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*). Dapat dilihat pada Gambar 3.3



Gambar 3.3
Analisis Jalur

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Perilaku Mahasiswa

Rekapitulasi distribusi tanggapan responden tentang variabel perilaku mahasiswa yang terdiri dari dimensi variabel faktor budaya, faktor sosial, keluarga, peran dan status, faktor pribadi dan faktor psikologis yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.13 Rekapitulasi Variabel Perilaku Mahasiswa (X1)

No	Dimensi	Indikator	Skor	Keterangan
1	Faktor Budaya	Kebiasaan memilih Unsika	636	Tidak Setuju
		Pikiran memilih Unsika sejak masa SMA	734	Cukup Setuju
		Kepercayaan masyarakat sangat baik	908	Setuju
		Letak kampus yang dekat	960	Setuju
		Mendapatkan kemudahan kerja	981	Setuju
		Penampilan mahasiswa yang sopan	831	Cukup Setuju
2	Faktor Sosial	Dorongan yang kuat dari teman sekolah	677	Tidak Setuju
		Masukan positif dari alumni Unsika	763	Cukup Setuju
		Dorongan yang kuat dari rekan kerja	672	Tidak Setuju
3	Keluarga	Dorongan yang kuat dari ayah	881	Cukup Setuju
		Dorongan yang kuat dari saudara/istri/suami	755	Cukup Setuju
4	Peran dan Status	Aktivitas sebagai karyawan	938	Setuju
		Peningkatan karir di perusahaan	878	Cukup Setuju
		Peningkatan status sosial	941	Setuju
5	Faktor Pribadi	Faktor Usia	1040	Setuju
		Biaya kuliah terjangkau karyawan	885	Cukup Setuju
		Biaya kuliah terjangkau keluarga	904	Setuju
		Gaya hidup yang sopan dan sederhana	854	Cukup Setuju
		Mudah berinteraksi dengan masyarakat	883	Cukup Setuju
6	Faktor Psikologis	Sarjana yang berhasil dan sukses	959	Setuju
		Lulusan yang berhasil di dunia kerja	890	Cukup Setuju

		Memudahkan bersaing di dunia kerja	907	Setuju
		Kebanggaan menjadi mahasiswa PTN	987	Setuju
		Peningkatan karir di perusahaan	948	Setuju
		Menjadi wirausahawan yang sukses	984	Setuju
		Perubahan status Unsika menjadi PTN	849	Cukup Setuju
		Memberikan kebanggaan bagi keluarga	980	Setuju
		Banyaknya program bea siswa yang ditawarkan	754	Cukup Setuju
		Memudahkan pengawasan orang tua	925	Setuju
		Keberhasilan keluarga jadi sarjana unsika	826	Cukup Setuju
		Keyakinan berhasil di dunia kerja	1001	Setuju

Sumber : Data primer diolah, 2015

Kategori : (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) cukup setuju, (4) setuju, (5) sangat setuju

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa nilai yang sering muncul yang diberikan oleh responden untuk setiap indikator pada variabel perilaku mahasiswa berada pada skala cukup setuju artinya responden menilai sudah cukup setuju terhadap perilaku mahasiswa yang ditunjukkan terhadap Universitas Singaperbangsa Karawang

sebagai lembaga perguruan tinggi yang dipilih.

2. Gambaran Citra Lembaga

Rekapitulasi distribusi tanggapan responden tentang variabel citra lembaga yang terdiri atas dimensi variabel *personality*, *reputation*, *value* dan *corporate* yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.18

Rekapitulasi Variabel Citra Lembaga (X_2)

No	Dimensi	Indikator	Skor	Keterangan
1	<i>personality</i>	popularitas dan nama baik Unsika	906	Setuju
2		inovasi penambahan prodi	942	Setuju
3		bea siswa pendidikan Unsika	930	Setuju
4		pengabdian masyarakat	966	Setuju
5		Penerimaan mahasiswa tanpa melihat status sosial	1005	Setuju
6	<i>Reputation</i>	Prosedur keamanan parkir	724	Cukup Setuju
7		kinerja petugas keamanan kampus	789	Cukup Setuju

8		lulusan sarjana Unsika mudah diserap	853	Cukup Setuju
9		kepercayaan yang tinggi masyarakat	889	Cukup Setuju
10		hubungan kerjasama Unsika dengan pemerintah	918	Setuju
11	Value	kepedulian pimpinan lembaga	797	Cukup Setuju
12		etos kerja staf tu	773	Cukup Setuju
13		penampilan dosen	913	Setuju
14		penerapan nilai kedisiplinan	884	Cukup Setuju
15		penerapan nilai kesederhanaan dan kesopanan	910	Setuju
16		penerapan sifat kekeluargaan	917	Setuju
17		budaya tepat waktu	781	Cukup Setuju
18		layanan informasi akademik	853	Cukup Setuju
19	Corporate	Nama Unsika	885	Cukup Setuju
20		logo Unsika	835	Cukup Setuju
21		warna almamater	810	Cukup Setuju
22		perayaan dies natalis	777	Cukup Setuju
23		gedung kuliah	778	Cukup Setuju

Sumber : Data primer diolah, 2015

Kategori : (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) cukup setuju, (4) setuju, (5) sangat setuju

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa variabel citra lembaga berada pada skala cukup setuju artinya responden cukup setuju terhadap citra lembaga yang dimiliki Universitas Singaperbangsa Karawang.

3. Gambaran Keputusan Menjadi Mahasiswa

Rekapitulasi distribusi tanggapan responden tentang variabel keputusan menjadi mahasiswa yang terdiri atas dimensi variabel produk, merek, saluran pembelian dan cara pembayaran sebagai berikut.

Tabel 4.23

Rekapitulasi Variabel Keputusan Menjadi Mahasiswa (Y)

No	Dimensi	Indikator	Skor	Keterangan
1	Produk	Banyak program studi	902	Setuju
		Memiliki jenjang pendidikan	928	Setuju
		Kualitas jasa pendidikan	994	Setuju
		Mahasiswa yang banyak	873	Cukup Setuju

2	Merek	Dosen yang berkualitas	896	\$setuju
		Proses kuliah yang fleksibel	1004	Setuju
		Biaya kuliah yang terjangkau	901	Cukup Setuju
		Perubahan status	943	Setuju
3	Saluran pembelian	Lokasi kampus yang strategis	974	Setuju
		Akses yang mudah	927	Setuju
		Mudahnya proses pendaftaran	915	setuju
4	Cara pembayaran	Keragaman dalam metode pembayaran	876	Cukup Setuju
		Kemudahan dalam transaksi	851	Cukup Setuju
		Sistem pembayaran	880	Cukup Setuju

Sumber : Data primer diolah, 2015

Kategori : (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) cukup setuju, (4) setuju, (5) sangat setuju

Berdasarkan Tabel 4.23 di atas menunjukkan bahwa variabel keputusan menjadi mahasiswa berada pada skala setuju artinya responden setuju terhadap keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang.

4. Deskriptif

1) Perilaku mahasiswa berada pada skala cukup setuju. Dan indikator yang memiliki nilai urutan tiga paling kecil yaitu pada indikator kebiasaan secara turun temurun memilih kuliah di Unsika sebesar 637, doronga yang kuat dari rekan kerja untuk kuliah di Unsika sebesar 672 serta dorongan yang kuat dari te-

man sekolah untuk kuliah di Unsika sebesar 677.

2) Citra lembaga berada pada skala cukup setuju. Dan indikator yang memiliki nilai urutan tiga paling kecil yaitu pada indikator pada prosedur keamanan parkir sebesar 724, etos kerja Staf TU sebesar 773 serta perayaan dies natalis Unsika sebesar 777

3) Keputusan menjadi mahasiswa Unsika pada skala Setuju Dan indikator yang memiliki nilai urutan tiga paling kecil yaitu pada indikator kemudahan dalam transaksi pembayaran sebesar 851, jumlah mahasiswa yang banyak serta tempatnya yang luas sebesar 873 dan keragam-

an dalam metode pembayaran yang terjangkau oleh mahasiswa sebesar 876

5. Verifikatif

- 1) Hubungan diantara variabel bebas yaitu X_1 dan X_2 menunjukkan korelasi sebesar 0,738, hal ini menunjukkan bahwa antara perilaku mahasiswa dengan citra lembaga Universitas Singaperbangsa Karawang mempunyai hubungan dengan keeratan kuat dan searah karena nilainya positif artinya perilaku mahasiswa secara kuat mendorong citra lembaga untuk menghasilkan keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang
- 2) Korelasi parsial antara variabel X_1 dengan Y sebesar 0,217 dan antara X_2 dengan Y sebesar 0,555 Hal ini menunjukkan variabel citra lembaga lebih banyak memberikan kontribusi terhadap keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang
- 3) Pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel perilaku mahasiswa dan citra lembaga dengan keputusan menjadi mahasiswa adalah sebesar 53,3%. Artinya bahwa masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan menjadi mahasiswa sebesar 47,7% oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.
- 4) Pengujian hipotesis setuju secara parsial maupun simultan menunjukkan tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), artinya H_0 ditolak, menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan an-

tara variabel X_1 dengan Y , X_2 dengan Y dan X_1 dan X_2 dengan Y . berarti hipotesis dalam penelitian ini telah dapat dibuktikan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Variabel perilaku mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang berada pada skala cukup setuju, hal ini ditunjukkan dari hasil rekapitulasi jawaban responden yang kebanyakan menjawab cukup setuju.
- 2) Variabel citra lembaga Universitas Singaperbangsa Karawang berada pada skala cukup setuju, hal ini ditunjukkan dari hasil rekapitulasi jawaban responden yang kebanyakan menjawab cukup setuju .
- 3) Variabel keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang berada pada skala setuju, hal ini ditunjukkan dari hasil rekapitulasi jawaban responden yang kebanyakan menjawab setuju
- 4) Pengaruh parsial secara langsung variabel perilaku mahasiswa (X_1) terhadap keputusan menjadi mahasiswa (Y) sebesar 4,7% (Q_{2yx_1}) sedangkan pengaruh tidak langsung variabel perilaku mahasiswa (X_1)

terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 8,9%. Dalam pengujian hipotesis diketahui perilaku mahasiswa secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang.

- 5) Pengaruh parsial secara langsung variabel citra lembaga (X_2) terhadap keputusan menjadi mahasiswa (Y) sebesar 30,8% (Q_{2YX_2}) sedangkan pengaruh tidak langsung variabel citra lembaga (X_2) terhadap keputusan menjadi mahasiswa (Y) sebesar 8,9%. Dalam pengujian hipotesis diketahui citra lembaga secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang.
- 6) Pengaruh perilaku mahasiswa (X_1) dan citra lembaga (X_2) secara simultan terhadap keputusan menjadi mahasiswa (Y) sebesar 53,3%, sedangkan pengaruh variabel lain di luar model adalah sebesar 46,7%. Dalam pengujian hipotesis diketahui terdapat hubungan yang signifikan secara simultan antara variabel perilaku mahasiswa dan variabel citra lembaga terhadap variabel keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang.

2. Saran

Adapun saran-saran yang dapat dipertimbangkan sehubungan dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Variabel perilaku mahasiswa memberikan pengaruh terhadap variabel keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang, ada beberapa indikator perilaku mahasiswa yang harus menjadi perhatian sebagai berikut :
 - a. Kebiasaan secara turun temurun memilih kuliah di Unsika masih kecil diharapkan kepada pimpinan lembaga senantiasa memprioritaskan masyarakat Karawang untuk diterima kuliah di Unsika meski melalui jalur tes penerimaan mahasiswa secara mandiri
 - b. Dorongan yang kuat dari rekan kerja untuk kuliah di Unsika sebesar 672 diharapkan kepada pimpinan lembaga senantiasa membuka kelas jauh guna menyerap kelas karyawan yang mempunyai harapan untuk kuliah di Unsika
 - c. Dorongan yang kuat dari teman sekolah untuk kuliah di Unsika sebesar 677 diharapkan kepada pimpinan lembaga senantiasa berupaya melakukan promosi ke sekolah-sekolah di Kabupaten Karawang dalam upaya jemput bola (bidik misi) untuk kuliah di Unsika.

2) Variabel citra lembaga memberikan pengaruh terhadap variabel keputusan menjadi mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang, ada beberapa indikator citra lembaga yang harus menjadi perhatian sebagai berikut :

- a. prosedur keamanan parkir sebesar 724 diharapkan kepada pimpinan lembaga khususnya staf keamanan kampus senantiasa memperhatikan prosedur keamanan parkir lebih baik lagi guna menghindari tindakan pencurian kendaraan bermotor.
- b. Etos kerja Staf TU sebesar 773 diharapkan kepada pimpinan lembaga memperhatikan kinerja Staf TU dalam mengoptimalkan peranannya sebagai tenaga kependidikan.
- c. Perayaan dies natalis Unsika sebesar 777 diharapkan kepada pimpinan lembaga mengoptimalkan perayaan dies natalis Unsika sebagai wujud eksistensi lembaga yang merupakan bagian dari masyarakat Kabupaten Karawang.

3) Variabel keputusan menjadi mahasiswa merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel perilaku mahasiswa dan citra lembaga. Ada beberapa indikator citra lembaga yang harus menjadi perhatian sebagai berikut :

- a. Kemudahan dalam transaksi pembayaran sebesar 851 diharapkan kepada pimpinan lembaga membuat prosedur kebijakan

yang mempermudah mahasiswa dalam melakukan transaksi pembayaran yang lebih baik.

- b. Jumlah mahasiswa yang banyak serta tempatnya yang luas sebesar 873 diharapkan kepada pimpinan lembaga senantiasa memperhatikan sarana dan prasarana kampus seiring dengan meningkatnya mahasiswa yang kuliah di Unsika
- c. Keragaman dalam metode pembayaran yang terjangkau oleh mahasiswa sebesar 876 diharapkan kepada pimpinan lembaga diharapkan adanya kebijakan mengenai pembayaran perkuliahan yang beragam serta terjangkau oleh mahasiswa.

F Daftar Pustaka

Buku

- Adrian payne. 2009 : The essence of service marketing Pemasaran jasa. Edisi II. Penerbit Andi and Pearson Education (asia). Yogyakarta.
- Basu swastha : 2008 : Menejemen Pemasaran Modern : Liberty, Yogyakarta
- Fajar Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Henry S. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ke-3. Yogyakarta : Aditya Media
- Husein Umar. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*

- Bisnis*. Edisi Kedua, Jakarta, Rajawali Press
- J. Supranto. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Jefkins, Frank dan Daniel Yadin. 2004. Public Relations. Erlangga. Jakarta
- Malayu Hasibuan : 2009 : Manajemen Dasar pengertian dan masalah. Pt Bumi aksara. Jakarta
- Malayu SP Hasibuan 2012 : edisi revisi, Manajemen sumber daya manusia PT Bumi Aksara Jakarta
- Nina Rahmayanty 2010 ; Manajemen pelayanan prima mencegah pembelotan dan membangun customer setujuty, graha ilmu . Yogyakarta
- Oentoro, deliyanti. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Laksbang Presindo. Yogyakarta
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2 Edisi 4. Diterjemahkan oleh : Damos Sihombing. Erlangga Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. PT Intan Sejati, Klaten.
- , 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Philip Kotler dan Lane Keller (2009). Edisi 13 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Philip Kotler dan Garry Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. Erlangga Jakarta
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. 2008. *Cara menggunakan dan memaknai Analisis Jalur*. Bandung. Alfabeta
- Riduwan. 2010. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta. Bandung
- Stanton William J. 2005. Prinsip-prinsip pemasaran, erlangga. Jakarta.
- Sudjana. 2005. Metoda Statistika, Cetakan Keenam,, Tarsito, Bandung, h. 273.
- Sugiyono. 2002. *Statistika untuk Penelitian*, Cetakan Keempat. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2005. *Statistika untuk Penelitian*, Cetakan Keempat. CV. Alfabeta, Bandung.
- , 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Ujang Sumarwan, dkk. 2011. *Pemasaran Strategik*. IPB Press. Bogor
- Wibowo. 2010. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Tesis

- Eva Sheilla Rahma. Tesis. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi pada pengguna telepon seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang) Program Pascasarjana Magister

- Manajemen Universitas
Diponegoro. Semarang.
- Ni Putu Cempaka Dharmadewi
Atmaja. Tesis. 2011. Pengaruh
Kewajaran Harga, Citra
Perusahaan terhadap Kepuasan
dan Loyalitas Pengguna Jasa
Penerbangan Domestik Garuda
Indonesia Di Denpasar. Program
Pascasarjana. Universitas
Udayana. Denpasar
- Yohanes Lawalata. 2011.
*Disertasi. Implementasi e-
Business Technologies, Integrasi
Dan Kolaborasi Dalam Supply
Chain Management Terhadap
Daya Saing Dan Kinerja
Pemasaran Industri Komponen
Otomotif Berstandar Iso 9000 Di
Indonesia.* Universitas Persada
Indonesia YAI. Program
Doktor Ilmu Ekonomi. Jakarta
- Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Yogyakarta.
Yusrina. 2013. Jurnal ekonomi
manajemen dan bisnis. Volume 1
nomor 2 Desember 2013, hal 203-
213. Fakultas Ekonomi
Abulyatama Aceh

Sumber Internet :

www.karawangkab.go.id

Jurnal

- Dessy Amelia F. Jurnal. Jurnal Ilmu
Administrasi Bisnis, Jurusan
Ilmu administrasi Bisnis.
Universitas Diponegoro.
Semarang
- Handy. 2010. Jurnal. Icom Tech, Jurnal
telekomunikasi dan Komputer,
vol. 1 no. 2. Universitas
Mercubuana. Jakarta.
- Ratna Roostika. 2012. Jurnal. Citra
Merek Tujuan Wisata dan
Perilaku Wisatawan Yogyakarta
Sebagai Daerah Tujuan Wisata.
Jurnal Manajemen dan Akuntansi
Volume 1 Nomor 1 April 2012.

