



**ANALISIS PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1  
Universitas Pakuan Bogor)**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Choirunnisa Fajriyati  
021114032

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

**AGUSTUS 2018**

**ANALISIS PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1  
Universitas Pakuan Bogor)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program  
Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA.)

Ketua Program Studi

(Tutus Rully, SE., MM.)

**ANALISIS PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1  
Universitas Pakuan Bogor)**

Skripsi

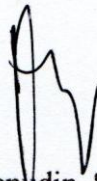
Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada Hari : Selasa, Tanggal : 17 / Juli / 2018

Choirunnisa Fajriyati

021114032

Menyetujui

Dosen Penilai,



(Jaenudin, SE., MM.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Hj. Dra. Sri Hartini, MM.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Aditya Prima Yudha, SPi., MM.)

## ABSTRAK

CHOIRUNNISA FAJRIYATI. 021114032. Analisis Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor), dibawah bimbingan Ibu HJ SRI HARTINI dan Bapak ADITYA PRIMA YUDHA. 2018.

Ramainya persaingan jasa pendidikan perguruan tinggi sangat kompetif dan berusaha untuk menjadi perguruan tinggi yang terbaik. Masyarakat semakin selektif dalam memilih perguruan tinggi yang akan dipilihnya. Persaingan yang ketat mengakibatkan menurunnya jumlah mahasiswa. Universitas Pakuan salah satu PTS terbesar di Kota Bogor. Fakultas terbesar di Universitas Pakuan adalah Fakultas Ekonomi, FE memiliki dua Prodi yaitu Manajemen dan Akuntansi. Prodi Akuntansi berakreditasi A, fasilitas yang dimiliki selalu diperbaiki, dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai. Jumlah Registrasi FE Prodi Akuntansi mengalami ketidakstabilan atau fluktuasi dan cenderung menurun pada tahun ajaran 2015/2016 hingga 2016/2017 ialah mencapai 91 mahasiswa. Adanya perhatian yang kurang terhadap kepuasan mahasiswa tercermin dari penurunan jumlah mahasiswa.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi harga yang ada pada Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor, dan menganalisis indikator mana yang paling dominan terhadap kepuasan mahasiswa pada Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor.

Metode Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang merupakan data primer dan data sekunder dimana metode pengumpulan data menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 300 responden dimana responden merupakan mahasiswa Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor. Metode penarikan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *cluster random sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reabilitas dan tabulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga pada Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor dinilai baik. Dan hasil analisis persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa pada Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor berdasarkan tabulasi indikator yang paling dominan terhadap kepuasan mahasiswa adalah indikator kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan presentase responden yaitu sebesar 78,90%.

Kata Kunci : *Persepsi Harga, Kepuasan Mahasiswa.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dalam bentuk maupun isinya. Penulisan Skripsi dengan judul “Analisis Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu persyaratan kelulusan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Pakuan Bogor.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari arahan, bimbingan, bantuan, dan saran dari semua pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Terkhusus untuk kedua orang tuaku yang tersayang ialah Alm. Papah Marfuin Ahmad S.Pd.I yang sudah tenang di surganya Allah dan Mamah Acah Sumiati S.Pd yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan baik secara moril, materil serta doanya yang tidak pernah putus disetiap harinya untuk kesuksesan anak-anaknya.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
3. Ibu Tutus Rully, SE., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Ibu Yudhia Mulya, SE., M.M. Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
5. Ibu Hj. Dra. Sri Hartini, SE., M.M. Selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Aditya Prima Yudha, SPi., M.M. Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan arahan, masukan dan motivasi kepada penulis.
6. Seluruh Staf Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) yang sudah memberikan data pendaftar dan registrasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Akuntansi Universitas Pakuan Bogor.
7. Seluruh Staf Tata Usaha yang sudah memberikan data mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Prodi Akuntansi dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
8. Para dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmunya.
9. Kakakku Nurafriani Ramdhian S.Pd, Adikku Salsa Maulida Ramadhani, Kakak iparku Serka R.Agung Syafa’at, Keponakanku Muhammad Dyegta Restu Syafa’at dan Shareena Dyenka Restu Syafa’at serta keluarga besarku semua terutama sepupuku yaitu Mutiara Iqlima dan Yayang Andrea Priska.

10. Yang terkasih Bripda Rizal Nurerofoiq yang tak pernah lelah menemani dan mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan, motivasi, serta do'a kepada penulis selama penyusunan skripsi.
11. Sahabat karib dari masa ke masa dan terbaik dalam suka maupun duka diantaranya Desy Puspita Handayani dan Erlina Tanjung serta Febrina Tresna Fitria, Nurul Anisa, Kadita Ardiani dan Fatmawati.
12. Sahabatku dari Smp yaitu NOUBIE diantaranya Neng Liza, Neng Isma, Neng Fitri, Ocie, Indah, Irna, Iema, dan Mae serta semua teman-teman seperjuangan TK, SMP, dan SMA yang selalu memberi dukungan dan doa.
13. Semua teman-teman angkatan 2014 seluruh teman-teman kelas A dan B Manajemen.

Menyadari masih terdapat kekurangan baik dari segi materi, bahasa, dan pembahasan. Untuk itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperbaiki kesalahan yang mungkin terjadi dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi penulis, pembaca, dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya.

Bogor, Agustus 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	9
1.2.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.3.1 Maksud Penelitian .....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran .....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.3 Fungsi Pemasaran .....	12
2.1.4 Konsep Pemasaran .....	13
2.2 Jasa .....	14
2.2.1 Pengertian Jasa .....	14
2.2.2 Karakteristik Jasa .....	15
2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa .....	16
2.3 Harga .....	17
2.3.1 Pengertian Harga .....	17
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga .....	18
2.4 Persepsi Harga .....	18
2.4.1 Pengertian Persepsi Harga .....	18
2.4.2 Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga .....	19
2.4.3 Indikator Persepsi Harga .....	20
2.5 Kepuasan Pelanggan .....	20
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	20
2.5.2 Teori Kepuasan Pelanggan .....	21
2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	23
2.5.4 Faktor-faktor timbulnya Ketidakpuasan Pelanggan .....	24

2.5.5	Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan ..	25
2.6	Karakteristik Perguruan Tinggi .....	26
2.7	Penelitian Sebelumnya .....	26
2.8	Kerangka Pemikiran .....	28
2.9	Hipotesis Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian .....	30
3.2	Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian .....	30
3.2.1	Objek Penelitian .....	30
3.2.2	Unit Analisis .....	30
3.2.3	Lokasi Penelitian .....	30
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	30
3.4	Operasionalisasi Variabel .....	30
3.5	Metode Penarikan Sampel .....	31
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	32
3.7	Metode Pengolahan Data / Analisis Data .....	33
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
3.7.2	Analisis Deskriptif .....	36
3.7.3	Tabulasi .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	38
4.1.1	Sejarah Program Studi Akuntansi S-1 Fakultas Ekonomi .....	38
4.1.2	Visi, Misi, dan Tujuan Program Studi Akuntansi S-1 Fakultas Ekonomi .....	38
4.1.3	Fungsi dan Tugas Pokok Organisasi .....	39
4.2	Analisis Deskriptif .....	41
4.2.1	Profil Responden .....	41
4.3	Pembahasan .....	45
4.3.1	Penerapan Persepsi Harga Universitas Pakuan Bogor ...	45
4.3.2	Indikator yang paling dominan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor .....	69
4.4	Intrepretasi Hasil Penelitian .....	71
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan .....	72
5.2	Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		74
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Jumlah Rekapitulasi Registrasi Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Pakuan Tahun Ajaran 2013/2014-2017/2018 .....	2
Tabel 2	: Data Biaya Kuliah Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bogor .....	7
Tabel 3	: Penelitian Sebelumnya .....	26
Tabel 4	: Operasionalisasi Variabel .....	31
Tabel 5	: Bagan Cluster Random Sampling .....	32
Tabel 6	: Skala Likert .....	33
Tabel 7	: Hasil Uji Validitas .....	33
Tabel 8	: Hasil Uji Reabilitas .....	35
Tabel 9	: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 10	: Profil Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 11	: Profil Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	43
Tabel 12	: Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Orang tua/pribadi.....	43
Tabel 13	: Profil Responden Berdasarkan Pernah/tidak pernah mendaftar di Perguruan Swasta lain di Kota Bogor.....	44
Tabel 14	: Kriteria penilaian Tanggapan Responden.....	45
Tabel 15	: Pernyataan Responden Harga yang dikeluarkan oleh mahasiswa sesuai dengan kondisi ekonomi mahasiswa.....	46
Tabel 16	: Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	46
Tabel 17	: Pernyataan Responden Syarat pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak menyulitkan bagi mahasiswa.....	47
Tabel 18	: Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	47
Tabel 19	: Pernyataan Responden Pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat dicicil sebanyak dua kali atau lebih.....	48
Tabel 20	: Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	48
Tabel 21	: Pernyataan Responden Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak terdapat pungutan ataupun biaya lain selain yang tercantum pada brosur atau sejenisnya .....	49
Tabel 22	: Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	49
Tabel 23	: Pernyataan Responden Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan yang diberikan.....	50
Tabel 24	: Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	50
Tabel 25	: Pernyataan Responden Kebersihan ruangan di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini terjaga dengan sangat baik.....	51
Tabel 26	: Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	51

Tabel 27 :	Pernyataan Responden Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini memiliki kenyamanan ruangan, sehingga menimbulkan ketenangan dalam proses perkuliahan .....	52
Tabel 28 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	52
Tabel 29 :	Pernyataan Responden Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan kurikulum standar pendidikan.....	53
Tabel 30 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	53
Tabel 31 :	Pernyataan Responden Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan harapan mahasiswa .....	53
Tabel 32 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	54
Tabel 33 :	Pernyataan Responden Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan cepat dan tepat yang diberikan oleh Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan .....	54
Tabel 34 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	55
Tabel 35 :	Pernyataan Responden Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perlengkapan pembelajaran modern yang ada di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.....	55
Tabel 36 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	55
Tabel 37 :	Pernyataan Responden Biaya pendidikan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta lainnya di Kota Bogor .....	56
Tabel 38 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	56
Tabel 39 :	Pernyataan Responden Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan citra/nama Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.....	57
Tabel 40 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	57
Tabel 41 :	Pernyataan Responden Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan mutu jasanya .....	58
Tabel 42 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	58
Tabel 43 :	Pernyataan Responden Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mempengaruhi daya minat mahasiswa....	58
Tabel 44 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	59
Tabel 45 :	Pernyataan Responden Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan pendidikan yang diperoleh.....	59
Tabel 46 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	60
Tabel 47 :	Pernyataan Responden Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima.....	60
Tabel 48 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	60
Tabel 49 :	Pernyataan Responden Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa dan memenuhi kebutuhannya.....	61
Tabel 50 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	61

Tabel 51 :	Pernyataan Responden Tidak pernah terjadi kekosongan perkuliahan dengan alasan dosen sibuk diluar.....	62
Tabel 52 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	62
Tabel 53 :	Pernyataan Responden Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mendorong semangat mahasiswa dan dosen dalam melakukan kegiatan ilmiah.....	63
Tabel 54 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	63
Tabel 55 :	Pernyataan Responden Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan sering melakukan talkshow dengan mahasiswa sebagai bentuk demokratisasi dan tukar pikiran antara manajemen kampus dan mahasiswa.....	64
Tabel 56 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	64
Tabel 57 :	Pernyataan Responden Mahasiswa Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan bisa merasakan fasilitas lain yang ada dikampus.....	65
Tabel 58 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	65
Tabel 59 :	Pernyataan Responden Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan salah satu jurusan yang memudahkan untuk masuk dunia kerja .....	66
Tabel 60 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	66
Tabel 61 :	Pernyataan Responden Hoby dan bakat mahasiswa tersalurkan dengan baik pada UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang ada di Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan .....	67
Tabel 62 :	Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	67
Tabel 63 :	Hasil Penerapan Persepsi Harga Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan .....	68
Tabel 64 :	Hasil tabulasi indikator Keterjangkauan Harga .....	69
Tabel 65 :	Hasil tabulasi indikator Kesesuaian antara harga dengan kualitas ..	69
Tabel 66 :	Hasil tabulasi indikator Daya saing harga .....	70
Tabel 67 :	Hasil tabulasi indikator Kesesuaian antara harga dengan manfaat..	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Grafik Rekapitulasi Registrasi dan Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Tahun Ajaran 2013/2014-2017/2018 .....	3
Gambar 2	Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2013/2014 Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan .....	4
Gambar 3	Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2014/2015 Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan .....	4
Gambar 4	Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2015/2016 Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan .....	5
Gambar 5	Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2016/2017 Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan .....	6
Gambar 6	Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2017/2018 Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan .....	6
Gambar 7	Fungsi Manajemen Pemasaran .....	13
Gambar 8	Faktor-faktor Ketidakpuasan Pelanggan .....	24
Gambar 9	Konstelasi Penelitian .....	29
Gambar 10	Jenis Kelamin Responden.....	42
Gambar 11	Usia Responden .....	42
Gambar 12	Tahun Angkatan Responden.....	43
Gambar 13	Pendapatan orangtua/pribadi Responden.....	44
Gambar 14	Mahasiswa yang mendaftar di Perguruan Tinggi Swasta selain Universitas Pakuan .....	44

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Awal
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Struktur Organisasi Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan
- Lampiran 4 Coding
- Lampiran 5 Cara perhitungan sampel

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perguruan tinggi merupakan satuan penyelenggara pendidikan tinggi sebagai tingkat lanjut dari jenjang pendidikan menengah di jalur pendidikan formal. Hal ini sesuai dengan pengertian perguruan tinggi menurut UU No. 12 tahun 2012 pasal 3 ayat 2 yang menyatakan bahwa: Perguruan Tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah mencakup program pendidikan diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia.

Perguruan Tinggi yang ada di Indonesia dapat berbentuk Universitas, Politeknik, Sekolah Tinggi, Akademik, dan Institut. Pada setiap jenis perguruan tinggi tersebut biasanya memiliki sejumlah jurusan atau program studi yang ditawarkan. Setiap calon mahasiswa yang akan memasuki suatu perguruan tinggi, akan dihadapkan kepada pemilihan program studi atau jurusan yang akan dimasukinya. Pemilihan program studi bagi mahasiswa merupakan saat-saat yang menentukan masa depan dalam setiap fase kehidupan.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan lembaga penyedia pendidikan tinggi di Indonesia terdapat dua jenis perguruan tinggi, yaitu perguruan tinggi negeri sebagai perguruan tinggi yang diselenggarakan oleh pemerintah dan perguruan tinggi swasta yang diselenggarakan oleh masyarakat. Pada tahun 2017, berdasarkan data Kementerian Riset Teknologi dan Perguruan Tinggi (Ristek Dikti), jumlah unit perguruan tinggi yang terdaftar mencapai 4.504 unit. Angka ini didominasi oleh perguruan tinggi swasta (PTS) yang mencapai 3.136 unit. Sedangkan perguruan tinggi negeri (PTN) menjadi unit paling sedikit, yakni 122 unit. Sisanya adalah perguruan tinggi agama dan perguruan tinggi dibawah kementerian atau lembaga Negara dengan sistem kedinasan.

Perkembangan jumlah mahasiswa Perguruan Tinggi dan Akademi di Kota Bogor menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) antara lain pada tahun 2014 ialah 49.967, untuk tahun 2015 yaitu 51.017, tahun 2016 yakni 55.998 dan tahun 2017 mencapai 60.988 mahasiswa.

Di Jawa Barat khususnya Kota Bogor yang menjadi salah satu tempat incaran calon mahasiswa untuk menuntut ilmu dan pengetahuan khususnya pada jenjang pendidikan tinggi, pada saat ini jumlah perguruan tinggi di Kota Bogor sebanyak 31 perguruan tinggi. Universitas di Kota Bogor sebanyak 5 PTS yaitu, Universitas Pakuan (UNPAK) Bogor, Universitas Muhammadiyah Bogor (UMB), Universitas Ibn Khaldun Bogor (UIKA), Universitas Djuanda (UNIDA), Universitas Nusa Bangsa (UNB), dan perguruan tinggi swasta lainnya sebanyak 25 PTS yaitu,

Akademi Kimia Analisis (AKA), Akademi Manajemen Informatika dan Komputer BSI, Akademi Manajemen Kesatuan, Akademi Pariwisata Bogor BHI, Akademi Sekretari Triguna (ASTRI), Akademi Kebidanan Al-Ikhlas, Akademi Kebidanan Prima Husada, Akademi Teknologi Bogor, Akademi Keperawatan Al-Ikhlas, Politeknik Kent Bogor, Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Sirojul Falah Bogor, Sekolah Tinggi Agama Islam Al Hidayah Bogor, Sekolah Tinggi Agama Islam Al Mukhlishin Bogor, Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Aulia Bogor, Sekolah Tinggi Agama Islam Laa Roiba Bogor, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Menara Siswa Bogor, STIE Binaniaga Bogor, STIE Dewantara Bogor, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Islam Tazkia Bogor, STIE Kesatuan Bogor, STIE Triguna Bogor, Sekolah Tinggi MIPA Bogor, Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Bogor, Sekolah Tinggi Teknologi Industri dan Farmasi Bogor.

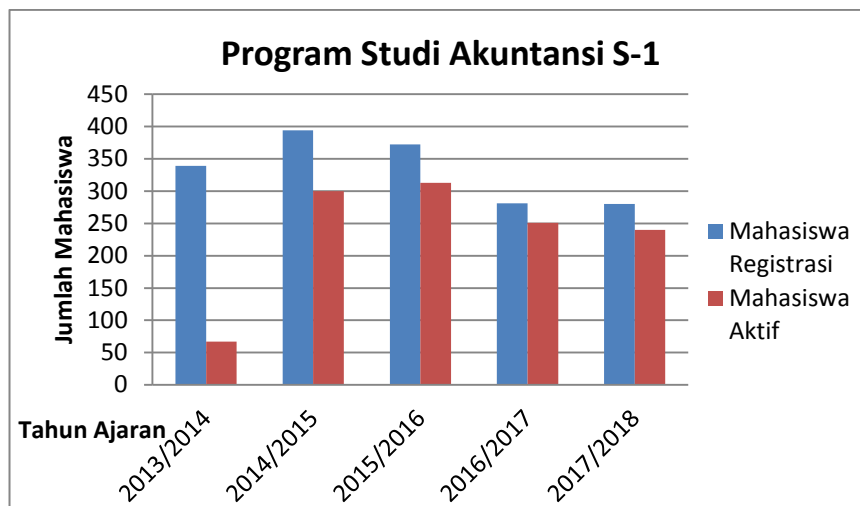
Universitas Pakuan salah satu PTS terbesar di Kota Bogor. Universitas Pakuan merupakan Perguruan Tinggi Swasta yang berdiri sudah lama di Kota Bogor. Universitas Pakuan juga termasuk Universitas Swasta terbaik di Kota Bogor. Universitas Pakuan telah berjalan selama kurang lebih dua dekade, yang berdiri pada tahun 1980. Universitas Pakuan mempunyai enam Fakultas yang meliputi Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Keguruan & Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Budaya, Fakultas Matematika & Ilmu Pengetahuan Alam dan Fakultas Teknik.

Salah satu fakultas terbesar di Universitas Pakuan adalah Fakultas Ekonomi. Fakultas Ekonomi memiliki dua Program Studi yaitu Manajemen dan Akuntansi. Program Studi Akuntansi telah terakreditasi A, fasilitas yang dimiliki selalu diperbaiki, dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai. Tak heran mahasiswa yang mendaftar di Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan setiap tahun ajaran mengalami kenaikan, namun dari tahun ajaran 2014/2015 sampai tahun ajaran 2017/2018 mengalami penurunan jumlah registrasi mahasiswa. Berikut disajikan mengenai Rekapitulasi Registrasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Pakuan dari Tahun Ajaran 2013 sampai 2017 bisa dilihat pada Tabel dan Gambar berikut ini :

Tabel 1  
Jumlah Rekapitulasi Registrasi dan Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Program  
Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan  
Tahun Ajaran 2013/2014-2017/2018

No	Tahun Ajaran	Jumlah Mahasiswa Registrasi	Jumlah Mahasiswa Aktif
1	2013/2014	339	67
2	2014/2015	394	300
3	2015/2016	372	313
4	2016/2017	281	251
5	2017/2018	280	240

*Sumber : BAAK dan Tata Usaha Universitas Pakuan Bogor, 2017*



Sumber : Data diolah Penulis, 2017

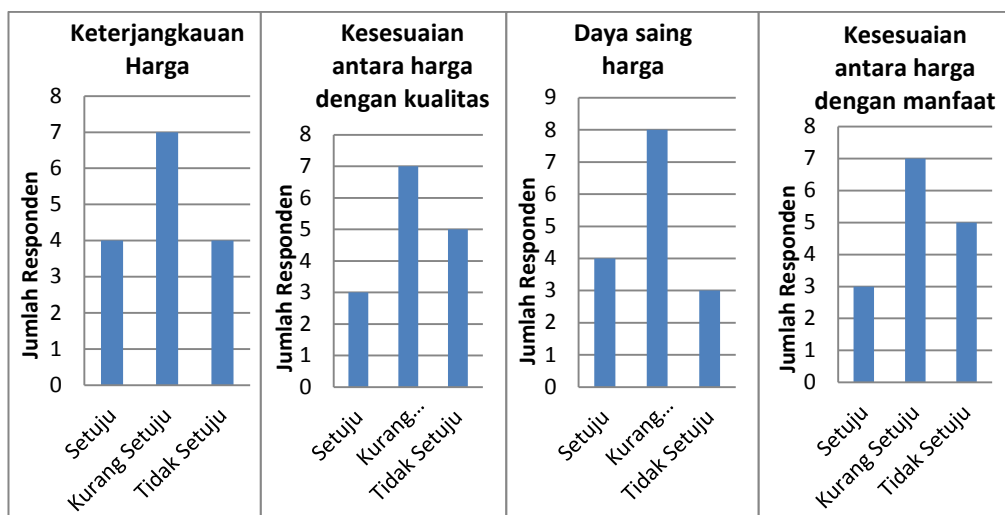
Gambar 1

Grafik Rekapitulasi Registrasi dan Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Tahun Ajaran 2013/2014-2017/2018

Berdasarkan Tabel 1 dan Gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa setiap tahun ajaran jumlah registrasi mahasiswa yang masuk ke Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi mengalami ketidakstabilan atau fluktuasi dan cenderung menurun. Pada tahun ajaran 2013/2014 hingga 2014/2015 mengalami kenaikan 55 registrasi mahasiswa, 2014/2015 hingga 2015/2016 mengalami penurunan 22 registrasi mahasiswa, 2015/2016 hingga 2016/2017 mengalami penurunan 91 registrasi mahasiswa dan yang terakhir 2016/2017 hingga 2017/2018 mengalami penurunan 1 registrasi mahasiswa. Dapat disimpulkan bahwa registrasi mahasiswa yang paling mengalami penurunan yaitu pada tahun ajaran 2015/2016 hingga 2016/2017 ialah mencapai 91 mahasiswa. Adanya perhatian yang kurang terhadap kepuasan mahasiswa tercermin dari penurunan jumlah mahasiswa registrasi dan mahasiswa aktif.

Kebijakan fakultas untuk meningkatkan pelayanan baik dari segi fisik dan non fisik memutuskan untuk meningkatkan biaya atau SKS permata kuliah. Kebijakan ini diduga dapat mempengaruhi jumlah registrasi Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan. Sebagai evaluasi kepuasan antara harga dan manfaat yang diterima dilakukan survey awal, dengan akses sebagai berikut :



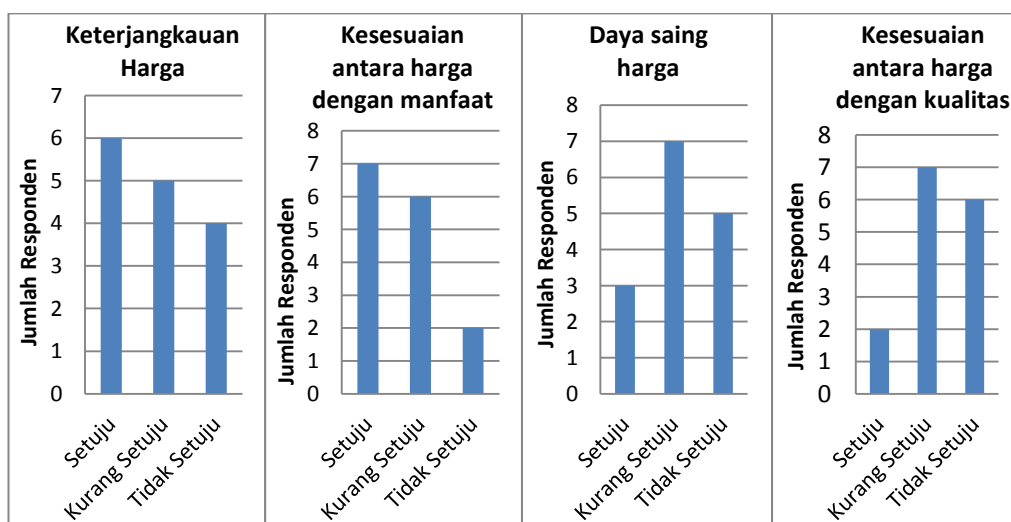


Sumber : Data diolah Penulis, 2018

Gambar 2

Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2013/2014  
Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan

Dari survey awal untuk mahasiswa Tahun Ajaran 2013/2014 sebagian besar responden menyatakan kurang setuju pada variabel keterjangkauan harga dengan pernyataan biaya pendidikan di Universitas Pakuan relatif cukup terjangkau, variabel kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, variabel daya saing harga dengan pernyataan Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Swasta lainnya di Kota Bogor, dan kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima.

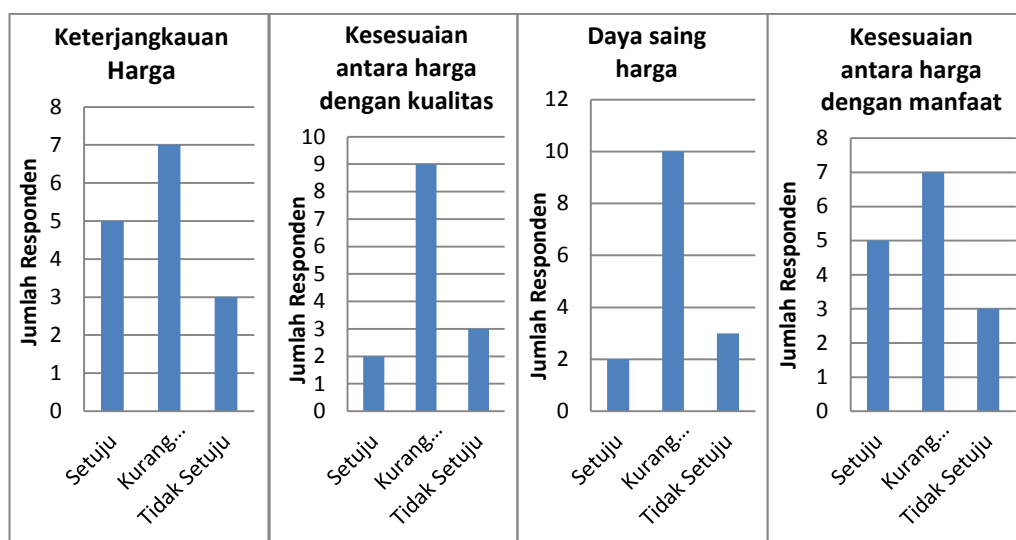


Sumber : Data diolah Penulis, 2018

Gambar 3

Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2014/2015  
Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan

Dari survey awal untuk mahasiswa Tahun Ajaran 2014/2015 yang menyatakan setuju ialah pada variabel keterjangkauan harga dengan pernyataan biaya pendidikan di Universitas Pakuan realtif cukup terjangkau, dan kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima, sedangkan yang menyatakan kurang setuju ialah pada variabel kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, dan variabel daya saing harga dengan pernyataan Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Swasta lainnya di Kota Bogor.

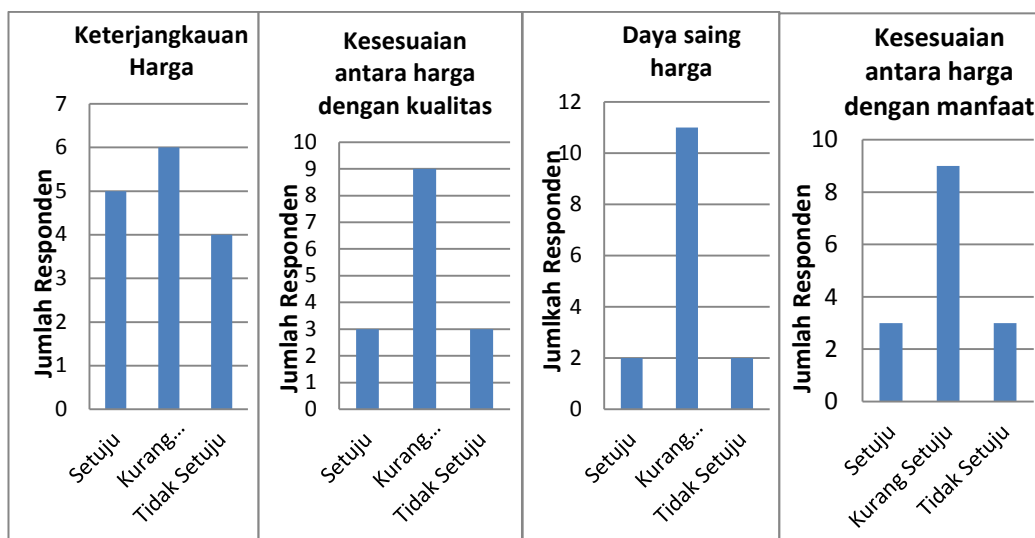


Sumber : Data diolah Penulis, 2018

Gambar 4

Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2015/2016  
Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan

Dari survey awal untuk mahasiswa Tahun Ajaran 2015/2016 sebagian besar responden menyatakan kurang setuju pada variabel keterjangkauan harga dengan pernyataan biaya pendidikan di Universitas Pakuan realtif cukup terjangkau, variabel kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, variabel daya saing harga dengan pernyataan Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Swasta lainnya di Kota Bogor, dan kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima.

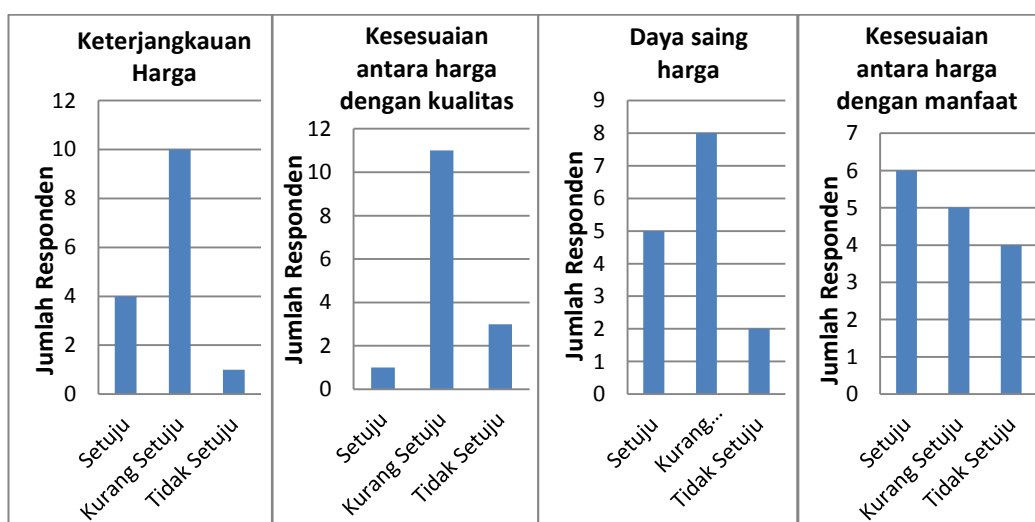


Sumber : Data diolah Penulis, 2018

Gambar 5

Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2016/2017 Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan

Dari survey awal untuk mahasiswa Tahun Ajaran 2016/2017 sebagian besar responden menyatakan kurang setuju pada variabel keterjangkauan harga dengan pernyataan biaya pendidikan di Universitas Pakuan relatif cukup terjangkau, variabel kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, variabel daya saing harga dengan pernyataan Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Swasta lainnya di Kota Bogor, dan kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima.



Sumber : Data diolah Penulis, 2018

Gambar 6

Grafik survey awal Persepsi Harga pada Mahasiswa Tahun Ajaran 2017/2018 Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan

Dari survey awal untuk mahasiswa Tahun Ajaran 2017/2018 sebagian besar responden menyatakan kurang setuju pada variabel keterjangkauan harga dengan pernyataan biaya pendidikan di Universitas Pakuan relatif cukup terjangkau, variabel kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, dan variabel daya saing harga dengan pernyataan Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Swasta lainnya di Kota Bogor, sedangkan pada variabel kesesuaian antara harga dengan manfaat sebagian besar menyatakan setuju yaitu dengan pernyataan harga/biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima.

Dapat disimpulkan mengenai Survey awal kepada mahasiswa Tahun Ajaran 2013/2014-2017/2018, bahwa ada ketidakpuasan mahasiswa atas pelayanan. Maka dari itu, perlu dilakukan evaluasi oleh program studi agar mahasiswa puas/senang dengan manfaat yang diterima dari sejumlah uang yang sudah mereka keluarkan.

Ramainya persaingan jasa pendidikan perguruan tinggi pada saat ini sangat kompetitif dan berusaha untuk menjadi perguruan tinggi yang terbaik, khususnya perguruan tinggi swasta. Perguruan tinggi yang menawarkan jasa pendidikan perlu strategi penetapan harga yang tepat dengan jasa yang diberikan, karena masyarakat semakin selektif dalam memilih perguruan tinggi yang akan dipilihnya. Berikut paparan data biaya kuliah perguruan tinggi swasta di Kota Bogor sebagai berikut :

Tabel 2  
Data Biaya Kuliah Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bogor

Perguruan Tinggi	Tahun Ajaran	Jenis Pembiayaan	
		SPP/Semester	SKS/mata kuliah
Universitas Pakuan	2017/2018	Rp.2.000.000	Rp.150.000
Universitas Muhammadiyah Bogor	2017/2018	Rp.2.200.000	Rp.175.000
Universitas Ibnu Khaldun	2017/2018	Rp.1.700.000	Rp.70.000
Universitas Djuanda	2017/2018	Rp.1.700.000	Rp.100.000
Universitas Nusa Bangsa	2017/2018	Rp.1.250.000	Rp.105.000

Sumber : Data diolah Penulis, 2018

Kesalahan dalam menetapkan harga akan menimbulkan persepsi yang kurang baik mengenai harga yang ditetapkan oleh perusahaan, sehingga akan berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang tentunya akan mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan. Apabila harga yang ditetapkan terlalu tinggi, maka akan terjadi kemungkinan penurunan penjualan, karena konsumen akan mencari produk/jasa yang lebih murah harganya ataupun jika harga terlalu rendah, maka kemungkinan biaya produksi tidak akan tertutupi karena barang yang dijual banyak tetapi pendapatan yang diterima sedikit. Penetapan yang terlalu rendah dan tidak sesuai dengan nilai produk/jasa tersebut akan menimbulkan persepsi terhadap perusahaan.

Schiffman dan Kanuk (2008:174) menjelaskan bahwa persepsi harga adalah bagaimana konsumen memandang harga tertentu tinggi, rendah, dan wajar mempunyai pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) mengatakan bahwa indikator yang digunakan dalam mengukur variabel persepsi harga, ialah : (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian antara harga dengan kualitas, (3) Daya saing harga, dan (4) Kesesuaian antara harga dengan manfaat.

Setiap perguruan tinggi harus dapat menentukan strategi pemasaran apa yang dapat membantu menarik minat calon mahasiswa untuk dapat memilih perguruan tinggi tersebut sebagai tempat melanjutkan pendidikannya. Adapun salah satu strategi yang biasa digunakan adalah dengan aktivitas bauran pemasaran (*marketing mix*).

Menurut Rezeki (2004) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa : “Bauran pemasaran produk dan jasa memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan suatu strategi pemasaran, karena bauran pemasaran memiliki keterkaitan terhadap kebijakan strategi pemasaran. Dalam memahami pemasaran jasa pendidikan tinggi strategi yang diterapkan tidak terlepas dari strategi bauran pemasaran. Strategi bauran pemasaran dalam hubungannya dengan pemasaran jasa Pendidikan Tinggi tidak terlepas dari pembahasan tentang produk (program studi yang diasuh), harga (uang SPP dan SKS), promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan”.

Salah satu faktor yang menjadi kepuasan mahasiswa yaitu harga. Harga yang sesuai dengan kualitas yang didapatkan akan memberikan kepuasan terhadap mahasiswa itu sendiri.

Melihat penurunan jumlah registrasi serta jumlah mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan yang terjadi selama 5 tahun terakhir. Masih timbulnya ketidakpuasan dalam persepsi harga yang diberikan oleh Program Studi Akuntansi. Hal tersebut akan terjadi apabila pihak Program Studi Akuntansi Universitas Pakuan tidak melakukan evaluasi terhadap permasalahan-permasalahan yang ada.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada, maka penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“Analisis Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa” (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor).**

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Harga merupakan bagian penting dalam bauran pemasaran. Penetapan harga merupakan keputusan strategis perusahaan. Harga yang ditetapkan seharusnya sesuai dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen (mahasiswa). Harga yang tepat akan memberikan persepsi yang baik dan akan menimbulkan kepuasan mahasiswa. Salah satu permasalahan yang ada dalam penelitian ini ialah :

1. Penurunan jumlah registrasi mahasiswa Tahun Ajaran 2016/2017 pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.
2. Ada ketidakpuasan terhadap harga.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi harga pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor ?
2. Indikator mana yang paling dominan terhadap kepuasan mahasiswa pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan penulis serta mendapatkan data dan informasi mengenai persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi harga yang ada pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor.
2. Untuk menganalisis indikator mana yang paling dominan terhadap kepuasan mahasiswa pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dari data informasi yang diperoleh melalui penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan baik bagi penulis maupun sebagai bahan masukan atau input bagi perusahaan sebagai objek penelitian. Adapun kegunaan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Kegunaan Teoritik**

Diharapkan dari penelitian ini dapat memperoleh pengetahuan mengenai penerapan ilmu-ilmu manajemen pemasaran dan penelitian ini juga diharapkan

dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai analisis persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa.

2. Kegunaan Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam persepsi harga sehingga mahasiswa puas/senang dengan sejumlah biaya yang sudah mereka keluarkan sesuai dengan manfaat yang diterima atau diperoleh.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pemasaran

##### 2.1.1 Pengertian Pemasaran

Manajemen pemasaran sangat penting bagi perusahaan. Sebuah pemasaran yang dapat mencapai tujuan perusahaan dibutuhkan sebuah manajemen pemasaran yang baik.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) “Pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial”.

Menurut Mursid (2010:26) pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

*Marketing as the process of creating, distributing, promoting, and pricing goods, services, and ideas to facilitate satisfying exchange relationships with customers and to develop maintain favorable relationships with stakeholders in a dynamic environment. (Pride and Ferrell, 2014:3)*

*Marketing is the activity, set of institutions, and process for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, and society at large. (Peter and Donnelly, 2013:5)*

Menurut Handayani (2012:6) mengemukakan bahwa pemasaran mengidentifikasikan kebutuhan dan keinginan konsumen pasar sasarannya. Serta bagaimana memuaskan mereka melalui proses pertukaran dengan tetap memperhatikan semua pihak dan tujuannya terkait dengan kepentingan perusahaan.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan memenuhi kebutuhan serta keinginan individu, kelompok atau organisasi melalui proses pertukaran dengan menghantarkan nilai kepada pelanggan.

##### 2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran

Perusahaan memerlukan berbagai cara untuk dapat mengatur kegiatan pemasarannya agar sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah ditetapkan, dengan demikian diperlukan suatu pengaturan atau manajemen dalam hal ini adalah manajemen pemasaran.

*Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value. (Kotler dan Keller, 2012:5)*

Menurut Sofjan Assuari (2013:12) menyatakan bahwa Manajemen Pemasaran adalah Kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan



pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

*Marketing management is the planning, direction and control of of the enrtire marketing activity of a firms or division of a firms. (William J. Shultz, 2014:132)*

Menurut Jaenudin Ahmad (2015:9) Manajemen Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi.

Berdasarkan definisi diatas bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan melakukan analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program dengan harapan agar tujuan organisasi (perusahaan) dapat tercapai. Manajemen pemasaran adalah faktor penting yang harus perusahaan kuasai agar perusahaan mampu bersaing dengan kompetitor dalam menjalankan aktivitas produksinya.

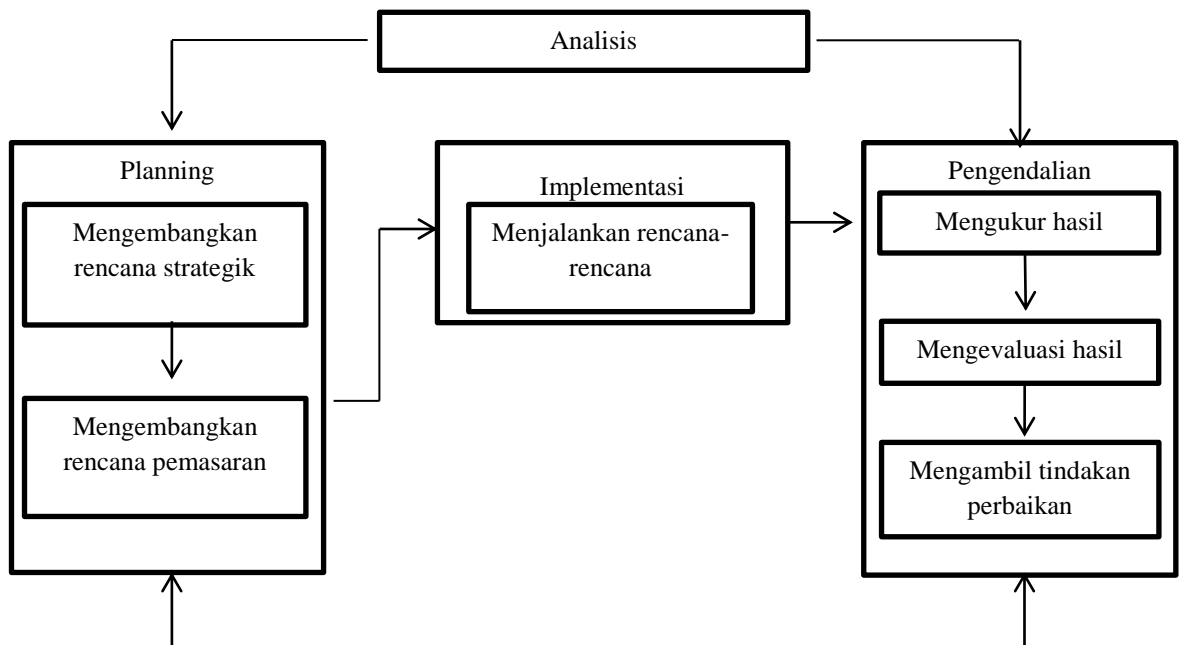
### **2.1.3 Fungsi Manajemen Pemasaran**

Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak sangat besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal, oleh karena itu pemasaran mempunyai fungsi penting dalam pengembangan strategi. Adapun fungsi pemasaran menurut Deliyanti Oentoro (2010:3) fungsi pemasaran dibagi menjadi tiga, yaitu :

1. Fungsi Pertukaran  
Dengan pemasaran pembelian dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.
2. Fungsi distribusi fisik  
Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.
3. Fungsi perantara  
Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melau perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan resiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.

Menurut Agustina Shinta (2011:2) fungsi pemasaran merupakan kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan

pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi. Berikut gambar fungsi manajemen pemasaran.



Sumber : Agustina Shinta (2011:2)

Gambar 7  
Fungsi Manajemen Pemasaran

#### 2.1.4 Konsep Pemasaran

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Menurut Deliyanti Oentoro (2010:6) menyatakan bahwa, dalam pemasaran terdapat tujuh konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi, yaitu :

1. Konsep Produksi

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia di mana-mana dan harganya murah. Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi dan distribusi yang luas. Dalam konteks ini, tugas manajemen adalah memproduksi barang sebanyak mungkin, karena konsumen dianggap akan menerima produk yang tersedia secara luas sesuai dengan daya beli mereka.

2. Konsep Produk

Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. Tugas manajemen dalam konteks ini adalah membuat produk berkualitas, karena

konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri-ciri terbaik.

### 3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen tidak bisa dibiarkan begitu saja, organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

### 4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentusan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

### 5. Konsep Pemasaran sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

### 6. Konsep Pemasaran global

Pada konsep pemasaran global ini, manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap. Tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

### 7. Konsep Pemasaran berwawasan sosial

Tugas organisasi ialah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran dengan jalan memberi kepuasan yang diinginkan secara lebih efisien dan efektif dari pada pesaing dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

## 2.2 Jasa

### 2.2.1 Pengertian Jasa

Keanekaragaman definisi tentang jasa dapat dilihat dari pendapat beberapa ahli ekonomi sebagai berikut :

Menurut Rambat Lupiyoadi (2014:7) Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:26) mengemukakan bahwa “Jasa adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Menurut Buchari Alma (2009:243) menjelaskan bahwa “Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan”.

*Service are economic activities offered by one party to another. Often time-based, performance bring about desired result to recipients, object, or other assets for which purchasers have responsibility. (Lovelock, 2011:37)*

*A service as an intangible product that involves a deed, a performance, or an effort that cannot be physically possessed. Service are usually provided through the application of human and/or mechanical efforts that are directed at people or objects. (Pride dan Ferrell, 2014:418)*

Dapat disimpulkan bahwa Jasa merupakan aktivitas yang tidak berwujud dan tidak berbentuk fisik yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain serta dihasilkan dan dikonsumsi dalam waktu bersamaan.

### **2.2.2 Karakteristik Jasa**

Jasa memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada cara memasarkannya. Menurut Fandy Tjiptono (2014:28) karakteristik tersebut terdiri dari :

1. *Intangibility*  
Jasa berbeda dengan barang, bila barang merupakan obyek, alat, atau benda, maka jasa merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja, atau usaha. Oleh sebab itu jasa dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
2. *Inseparability*  
Barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
3. *Variability*  
Jasa bersifat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.
4. *Perishability*  
Perishability berarti bahwa jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau kapasitas jalur telepon yang tidak dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja karena bisa disimpan.
5. *Information-based services*  
Tipe ini terdiri atas pengumpulan, interpretasi, dan pengiriman data untuk menciptakan nilai tambah, misalnya perbankan, jasa konsultan, akuntansi, dan pendidikan.

### 2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran menurut Fandy Tjiptono (2014:41) adalah seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang program taktik jangka pendek.

Menurut Lovelock (2011:36) Bauran pemasaran jasa meliputi 7P yaitu :

1. *Product*  
Merupakan semua komponen dari tampilan jasa dan menciptakan nilai bagi pelanggan.
2. *Price*  
Adalah pengeluaran anggaran atau biaya. Baik dalam bentuk nominal, waktu dan usaha yang dilakukan pelanggan karena pembelian terhadap jasa yang diinginkan.
3. *Promotion*  
Merupakan aktivitas komunikasi yang mampu diterjemahkan dalam bentuk pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap jasa.
4. *Place*  
Merupakan keputusan manajemen berkaitan dengan kapan, dimana, dan bagaimana menyampaikan jasa pada pelanggan.
5. *People*  
Merupakan penyedia jasa dan pelanggan yang terlihat dalam pembentukan jasa.
6. *Process*  
Yaitu bagian dari metode operasional atau tahapan tindakan dalam perwujudan jasa. *Productivity and quality*, input jasa dapat ditransformasikan menjadi output yang dapat memberikan nilai tambah pada pelanggan.

Sedangkan bauran pemasaran dalam jasa pendidikan menurut Soedijati (2008:303) sebagai berikut :

1. Produk Jasa Perguruan Tinggi  
Jasa perguruan tinggi, produk/jasa yang ditawarkan kepada mahasiswa adalah reputasi, prospek, dan variasi.
2. Harga Jasa Perguruan Tinggi  
Harga dalam jasa pendidikan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh mahasiswa untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu perguruan tinggi. Seperti : SPP, SKS, Biaya Pembangunan, Biaya Laboratorium, Pemberian Beasiswa, Prosedur Pembayaran dan Syarat cicilan.

3. Lokasi Jasa Perguruan Tinggi  
Penentuan lokasi perguruan tinggi akan mempengaruhi referensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi perguruan tinggi perlu mempertimbangkan lingkungan dimana lokasi itu berada, kondisi lahan parkir, lingkungan belajar yang kondusif, jangkauan sarana transportasi, dan lain-lain.
4. Promosi Perguruan Tinggi  
Promosi perguruan tinggi dapat dilakukan dengan periklanan (melalui TV, radio, *spot* dan *billboard*), promosi penjualan (seperti pameran dan investasi) kontak langsung dengan calon mahasiswa, dan melakukan kegiatan hubungan masyarakat.
5. Sumber Daya Manusia Perguruan Tinggi  
Dalam jasa perguruan tinggi yang dimaksud Sumber Daya Manusia adalah administrator, dosen, dan mahasiswa.
6. Bukti fisik/sarana dan prasarana Perguruan Tinggi  
Dalam pendidikan tinggi bukti fisik merupakan suatu lingkungan dimana perguruan tinggi dan mahasiswa dapat berinteraksi dan di dalamnya terdapat komponen-komponen yang tidak berwujud dalam mendukung kinerja atau komunikasi dalam jasa pendidikan tersebut.
7. Proses/ Manajemen Layanan Perguruan Tinggi  
Proses/manajemen layanan perguruan tinggi merupakan serangkaian kegiatan yang dialami mahasiswa dalam pendidikan seperti proses belajar-mengajar, bimbingan skripsi, ujian, wisuda dan sebagainya.

## 2.3 Harga

### 2.3.1 Pengertian Harga

Harga suatu barang atau jasa merupakan suatu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen, karena dalam hal ini secara langsung akan mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang akan dicapai.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:345) harga didefinisikan sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya

Menurut Deliyanti Oentoro (2010:361) mengemukakan bahwa harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Menurut Fandy Tjiptono (2015:291) mendefinisikan harga sebagai alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan antar produk atau merek yang saling bersaing.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

### **2.3.2 Tujuan Penetapan Harga**

Tujuan penetapan harga yang realistis memerlukan pengawasan secara periodik untuk menentukan efektivitas dari strategi perusahaan yang bersangkutan.

Tujuan penetapan harga menurut Fandy Tjiptono (2011:152) sebagai berikut :

1. Tujuan Berorientasi pada Laba Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimisasi laba sangat sulit untuk dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu.
2. Tujuan Berorientasi pada Volume Selain tujuan berorientasi pada laba, adapula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objectives. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan atau pangsa pasar.
3. Tujuan Berorientasi pada Citra suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius.
4. Tujuan Stabilisasi Harga Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga. Bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi (contohnya minyak bumi)
5. Tujuan-tujuan Lainnya Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah.

## **2.4 Persepsi Harga**

### **2.4.1 Pengertian Persepsi Harga**

Menurut Campbell (2010:368) persepsi harga merupakan factor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting dalam reaksi pelanggan kepada harga.

*Price perception concern how price information is comprehended by consumers and made meaningful to them. (Peter and Olson, 2010:447)*

Menurut Lee dan Lawson Body (2011:532) mengemukakan bahwa persepsi harga merupakan penilaian pelanggan dan bentuk emosional yang terasosiasi

mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk akal, dapat diterima atau dapat dijustifikasi.

Menurut Schiffman dan Wisenblit (2015:136) mengatakan bahwa persepsi harga adalah pandangan pelanggan dari nilai yang ia terima dari pembelian. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2008:174) menjelaskan bahwa persepsi harga adalah bagaimana konsumen memandang harga tertentu tinggi, rendah, dan wajar mempunyai pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli.

Menurut Fandy Tjiptono (2011:151) menyebutkan bahwa harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Dari pembahasan persepsi harga diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi harga adalah pandangan pelanggan dan penilaian pelanggan dalam melihat harga dilihat dari tinggi dan rendahnya harga yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan mencoba membandingkan harga produk sejenis serta fasilitas yang didapat dari produk tersebut.

#### **2.4.2 Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga**

Metode penetapan harga menurut Fandy Tjiptono (2011:154) secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu :

1. Metode penetapan harga berbasis permintaan adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan referensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu:
  - a. Kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli)
  - b. Kemampuan pelanggan untuk membeli.
  - c. Suatu produk gaya hidup dalam pelanggan, yakni menyangkut apakah produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk yang digunakan sehari-hari.
  - d. Manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan.
  - e. Harga produk-produk substitusi.
  - f. Pasar potensial bagi produk tersebut.
  - g. Sifat persaingan non harga.
  - h. Perilaku konsumen secara umum.
  - i. Segmen-segmen dalam pasar.
2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya. Dalam metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead dan laba.



3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba. Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi. Metode penetapan harga berbasis laba ini terdiri dari *target profit pricing*, *target return on sales pricing*, dan *target return on investment pricing*.
4. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan. Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri dari *customary pricing* ; *above at or below market pricing* ; *loss leader pricing*; dan *scaled bid pricing*.

### 2.4.3 Indikator Persepsi Harga

Harga suatu barang atau jasa menjadi penentu bagi permintaan pasar. Harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan atau organisasi. Karena ini merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) mengatakan bahwa indikator yang digunakan dalam mengukur variabel persepsi harga, ialah : (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian antara harga dengan kualitas, (3) Daya saing harga, dan (4) Kesesuaian antara harga dengan manfaat.

Menurut Stanton (2010:24), menyatakan ada tiga indikator yang terdapat dalam persepsi harga, yaitu : (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan (3) Daya saing harga.

Menurut Ghanimata F dan Kamal M (2012:4), mengatakan bahwa indikator yang digunakan dalam mengukur variabel persepsi harga, ialah : (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian antara harga dengan kualitas, (3) Persaingan harga, dan (4) Kesesuaian antara harga dengan manfaat.

Menurut *Mc Charty* (2010:125) indikator harga diketahui sebagai berikut : (1) Tingkat harga, (2) Potongan harga, (3) Waktu Pembayaran, dan (4) Syarat pembayaran.

Maka dapat disimpulkan indikator persepsi harga yang dipilih ialah sebagai berikut : (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas, (3) Daya saing harga, dan (4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

## 2.5 Kepuasan Pelanggan

### 2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Produk dan jasa berkualitas mempunyai peran penting untuk membentuk kepuasan pelanggan, semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan. Maka kepuasan yang disarankan oleh pelanggan semakin tinggi dan dapat menimbulkan

keuntungan bagi perusahaan tersebut. Berikut pemaparan menurut beberapa ahli mengenai definisi kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Fandy Tjiptono & Chandra (2011:292) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, ketidakpuasan muncul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Menurut Buttle (2011:45) kepuasan pelanggan adalah respon berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman menggunakan suatu produk (jasa), atau sebagian kecil dari pengalaman itu.

Menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2006:192), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.

Menurut Zulian Yamit (2013:78) kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang (pelanggan) dilihat dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan persepsi produk (atau hasil) yang diterima. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas (*dissatisfaction*).

## 2.5.2 Teori Kepuasan Pelanggan

Saat ini berkembang berbagai teori dan model kepuasan pelanggan sejumlah disiplin ilmu digunakan untuk memahami fenomena kepuasan pelanggan, diantaranya psikologi, ekonomika, sosiologi, komunikasi, dan sebagainya. Menurut Fandy Tjiptono (2015:78) berikut lima teori diantaranya yang seringkali dijadikan acuan dalam literature dan riset kepuasan pelanggan :

### 1. *Expentancy Discomfirmation Model*

Kepuasan pelanggan dipandang sebagai “evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan”. Berdasarkan konsumsi atau pemakaian produk/merek tertentu dan juga merek lainnya dalam kelas produk yang sama, pelanggan membentuk harapannya mengenai kinerja seharusnya dari merek yang bersangkutan. Harapan atas kinerja ini dibandingkan

dengan kinerja actual produk (yakni persepsi terhadap kualitas produk). Jika kinerja lebih rendah dari pada harapan, yang terjadi adalah ketidakpuasan emosional (*negative disconfirmation*). Bila kinerja lebih besar dibandingkan harapa, kepuasan emosional yeng terjadi (*positive disconfirmation*). Sedangkan bila kinerja sama dengan harapan, maka yang terjadi adalah konfirmasi harapan (*simple disconfirmation atau nonstatisfaction*).

## 2. *Equity Theory*

Model tradisional equity theory (dikenal pula dengan istilah keadilan distribute dalam literature sosiologi) berusaha mengoperasionalisasikan prinsip utama “pertukaran” (*exchange*). Equity theory beranggapan bahwa orang menganalisis rasio input dan hasilnya (*outcome*) dengan rasio input dan hasil mitra pertukarannya. Jika ia merasakan bahwa rasionya *unfavorable* dibandingkan anggota lainnya dalam pertunjukan tersebut, ia cenderung akan merasakan adanya ketidakadilan.

Berdasarkan perspektif *equity theory*, perasaan tidak puas disebabkan keyakinan bahwa norma sosial telah dilanggar. Jadi, kepuasan terjadi bila rasio hasil dan input setiap pihak dalam pertukaran kurang sama. Sebaliknya, ketidakpuasan terjadi jika pelanggan meyakini bahwa rasio hasil dan inputnya lebih jelek ketimbang perusahaan/penyedia jasa. Jadi, evaluasi terhadap keadilan keseluruhan (*overall equity*) dalam transaksi pembelian produk berpengaruh terhadap kepuasan/ketidakpuasan pelanggan.

## 3. *Attribution Theory*

*Attribution theory* mengidentifikasi proses yang dilakukan seorang dalam menentukan penyebab aksi/tindakan dirinya, orang lain, dan obyek tertentu. Atribusi yang dilakukan seseorang bisa sangat mempengaruhi kepuasan purnabeli terhadap produk atau jasa tertentu, karena atribusi memoderasi perasaan puas atau tidak puas. Bila kinerja suatu produk gagal memenuhi harapan, pelanggan akan berusaha menentukan penyebab kegagalan tersebut. Bila penyebab kegagalan itu ditimpakan pada produk/jasa itu sendiri, maka perasaan tidak puas akan mungkin sekali muncul. Sebaliknya, jika penyebabnya dibebankan pada faktor keadaan atau tindakan konsumen itu sendiri, perasaan tidak puas lebih kecil kemungkinannya untuk terjadi atau setidaknya ketidakpuasan akan relatif kecil levelnya. Proses atribusi berpengaruh sangat besar terhadap kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan apabila keterlibatan dan pengalaman (serta pengetahuan) pelanggan dengan suatu barang atau jasa relative tinggi. Teori atribusi menyatakan bahwa ada tipe atribusi pelanggan terhadap kejadian atau peristiwa yang tidak diharapkan yakni (*service encounter*) yang tidak memuaskan. Ketiga dimensi tersebut adalah *Causal attribution*, *Control attribution*, dan *Stability attribution*.

4. *Assimilation-Contrast Theory*

Menurut teori ini, konsumen mungkin menerima penyimpangan (deviasi) dari ekspektasinya dalam batas tertentu. Apabila produk atau jasa yang dibeli dan dikonsumsi tidak terlalu berbeda dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kinerja produk/jasa tersebut akan diasimilasi/diterima dan produk/jasa bersangkutan akan dievaluasi secara positif (dinilai memuaskan). Jika produk/jasa melampaui zone penerimaan konsumen (*zone of acceptance*), maka perbedaan yang ada akan dikontraskan sedemikian rupa sehingga akan tampak lebih besar dari sesungguhnya. Implikasinya, pemasar harus cermat dan berhati-hati dalam merancang dan mengimplementasikan komunikasi pemasarannya agar klaim produk/jasanya tidak masuk *dalam zone of rejection* mayoritas pelanggan targetnya.

5. *Opponent Process Theory*

Pengalaman konsumen yang pada mulanya sangat memuaskan cenderung dievaluasi kurang memuaskan pada kejadian atau kesempatan berikutnya. Dasar pemikirannya adalah pandangan bahwa organisme akan beradaptasi dengan stimuli di lingkungannya, sehingga stimulasi berkurang intensitasnya sepanjang waktu. Proses homeostatis serupa terjadi dalam reaksi emosional terhadap kinerja produk/jasa. Apabila *excitement* atau stimulasi (baik positif maupun negatif) mengganggu keseimbangan psikologis konsumen, maka proses sekunder akan berlangsung sehingga konsumen bersangkutan akan kembali ke kondisi homeostatis semula. Proses pertama (emosi awal) disebut proses primer dan proses adaptif berikutnya disebut *opponent process*. *Opponent process* akan menjadi semakin kuat, sehingga individu bersangkutan mengalami *excitement* yang lebih lemah pada pengalaman berikutnya.

### 2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011:117). Adapun faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, diantaranya adalah :

1. Kualitas produk. Pelanggan akan merasakan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan. Pada industri jasa, adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.
3. Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk

yang lebih tinggi, tetapi nilai social atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk/jasa ini.

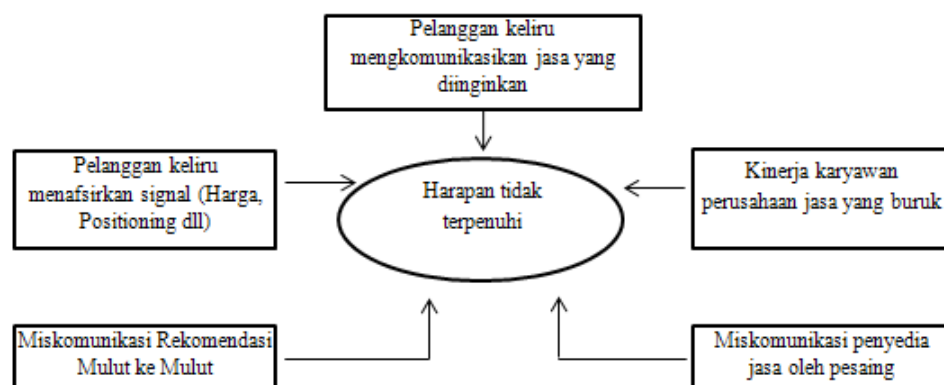
Menurut Irham Fahmi (2011:226) Kinerja adalah hasil yang diperoleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat profit oriented dan non oriented yang dihasilkan selama satu periode waktu.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:27) Harapan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi, selain standar prediksi ada pula yang menggunakan harapan sebagai standart ideal.

Ada dua indikator dalam Kepuasan Pelanggan ialah: Kinerja adalah berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk yang dibeli. Harapan adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk. (Philip Kotler 2009:36)

#### 2.5.4 Faktor-faktor Timbulnya Ketidakpuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2011:11) harapan konsumen mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang/jasa) dan kepuasan pelanggan, ada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapan sebagai standar atau acuan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar tersebut :



Sumber : Tjiptono (2011)

Gambar 8  
Faktor-faktor Ketidakpuasan Pelanggan

### 2.5.5 Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Bagaimana mengetahui hasil yang dirasakan pelanggan melebihi atau kurang dari harapan yang diinginkan, Philip Kotler dan Keller (2012:369) mengemukakan ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain :

1. *Sitem Keluhan dan Saran*  
Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan.
2. *Ghost/Mystery Shopping*  
Salah satu metode ini memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan para pesaing. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah/keluhan pelanggan.
3. *Lost Customer Analysis*  
Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berlatih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer lost rate* yang penting, dimana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Hanya saja kesulitan menerapkan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.
4. *Survai Kepuasan Pelanggan*  
Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung (McNeal & Lamb, dalam Peterson & Wilson). Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

## 2.6 Karakteristik Perguruan Tinggi

Untuk membahas karakteristik jasa pada Perguruan Tinggi, menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2006:117) ada beberapa hal yang perlu diketahui, antara lain :

1. Perguruan tinggi termasuk ke dalam kelompok jasa murni, dimana pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sasaran pendukung semata. Contoh : ruangan kelas, meja, kursi, buku-buku dan sebagainya.
2. Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa), yang dalam hal ini pelanggan mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (meski dalam perkembangannya ada juga yang menawarkan program Universitas Terbuka, kuliah jarak jauh (*distance learning*), dan lain-lain.
3. Penerimaan jasanya adalah orang, jadi merupakan pemberi jasa yang berbasis orang. Atau dalam jasa bisa disebut sistem kontak tinggi, yaitu hubungan antara pemberi jasa dengan pelanggan harus menjadi bagian dari sistem jasa tersebut.
4. Hubungan dengan pelanggan berdasarkan hubungan keanggotaan (*member relationship*), dimana pelanggan telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasanya dilakukan secara terus-menerus dan teratur sesuai kurikulum yang telah ditetapkan.

## 2.7 Penelitian Sebelumnya

Tabel 3  
Penelitian Sebelumnya

No	Judul dan Penulis	Variabel	Hasil	Perbedaan
1	Fransiska Pramita W.A, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum dalam Kemasan (Studi Kasus pada AMDK Jawa Tirta Semarang),2010 Universitas Diponegoro Semarang.	Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), Persepsi Harga (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y).	Ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi dan layak untuk menguji variabel dependen Kepuasan Pelanggan.	Variabel bebas yang diteliti Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), Persepsi Harga (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y) Sedangkan variabel bebas yang saya gunakan adalah Persepsi Harga (X1), dan Kepuasan Pelanggan (Y).
2	Maya Candra, Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan	Persepsi Kualitas Pelayanan (X1),	Persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam melakukan studi	Variabel bebas yang diteliti adalah Persepsi Kualitas Pelayanan (X1),

No	Judul dan Penulis	Variabel	Hasil	Perbedaan
	Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Persepsi Harga (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y)	di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam melakukan studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dan Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam melakukan studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.	Persepsi Harga (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan variabel bebas yang saya gunakan adalah Persepsi Harga (X1), dan Kepuasan Pelanggan (Y)
3	Tri Utami dan Sri Purwantini, Analisis Persepsi Harga, Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Warnet Floop Karangjati, 2014 Universitas Semarang.	Persepsi Harga (X1), Fasilitas (X2), Pelayanan (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y).	Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan.	Variabel bebas yang diteliti adalah Persepsi Harga (X1), Fasilitas (X2), Pelayanan (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y) Sedangkan variabel bebas yang saya gunakan adalah Persepsi Harga (X1), dan Kepuasan Pelanggan (Y).
4	Novia Susanti dan Baruna Hadibrata, Pengaruh Persepsi Harga, Physical Evidence dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Pamulang, 2015, Universitas Pamulang	Persepsi Harga (X1), Physical Evidence (X2), Kualitas Layanan (X3), Kepuasan Mahasiswa (Y)	Pengaruh variabel persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara persepsi harga dengan kepuasan mahasiswa. Variabel <i>physical evidence</i> terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara <i>physical evidence</i> dengan kepuasan mahasiswa. variabel kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas layanan dengan kepuasan mahasiswa. Hasil pengujian simultan diperoleh bahwa persepsi harga, <i>physical evidence</i> dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ , yang artinya bahwa hipotesis keempat ditolak, sehingga ada pengaruh antara persepsi harga, <i>physical evidence</i> dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa UNPAM.	Variabel bebas yang diteliti adalah Persepsi Harga (X1), Physical Evidence (X2), Kualitas Layanan (X3), Kepuasan Mahasiswa (Y) Sedangkan variabel bebas yang saya gunakan adalah Persepsi Harga (X1), dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Jurnal, 2018



## 2.8 Kerangka Pemikiran

Dalam persaingan perguruan tinggi yang semakin kompetitif saat ini, jasa pendidikan harus mampu menarik mahasiswa baru guna menciptakan kepuasan mahasiswa. Berkaitan dengan kepuasan pelanggan, persepsi harga dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa sehingga akan meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi konsumen. Sebab, konsumen biasanya tidak mengevaluasi harga (*exact price*) dari suatu produk ketika hendak melakukan pembelian, namun konsumen mempersepsikan harga produk tersebut sebagai suatu harga yang murah, masuk akal (*reasonable*), atau mahal berdasarkan internal *reference price* konsumen. Maka harga memiliki peranan yang penting terutama dalam jasa pendidikan. Menurut Schiffman dan Wisenblit (2015:136) mengatakan bahwa persepsi harga adalah pandangan pelanggan dari nilai yang ia terima dari pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345), mengatakan bahwa indikator yang digunakan dalam mengukur variabel persepsi harga, ialah : (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian antara harga dengan kualitas, (3) Daya saing harga, dan (4) Kesesuaian antara harga dengan manfaat.

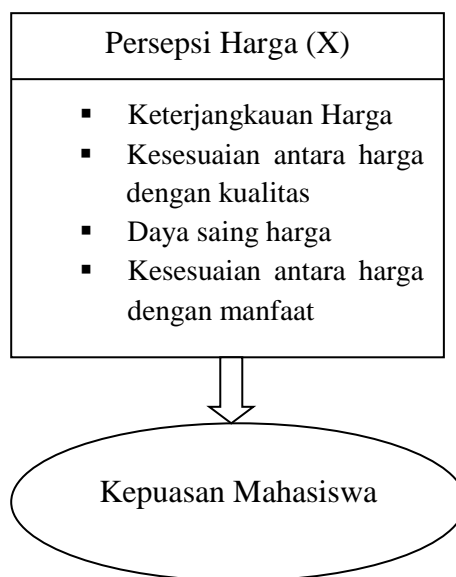
Pelanggan dapat menilai kinerja dengan pelayanan dibanding dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi. Pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan. Kemudian pelanggan akan membandingkan anggapannya terhadap suatu jasa dengan jasa yang diharapkannya ketika hendak membeli suatu jasa. Jika harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan harapan mahasiswa, maka hasilnya mahasiswa akan kecewa atau tidak puas. Tetapi, jika harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan mahasiswa maka hasilnya mahasiswa akan merasa senang atau puas.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Persepsi harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor ini penting karena tergantung para persepsi pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa persepsi harga merupakan variabel yang mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan produsen karena akan menjadi bahan perbandingan bagi konsumen lain untuk memilih perusahaan mana yang akan dikunjungi.

Konstelasi penelitian dapat terlihat dalam gambar berikut ini :



Konstelasi Penelitian  
Gambar 9

## 2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian atau dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2012:64). Berdasarkan konstelasi pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Persepsi Harga pada mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor cukup baik.
2. Diduga terdapat indikator yang paling dominan terhadap kepuasan mahasiswa pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor dari variabel persepsi harga adalah daya saing harga.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah *deskriptif eksploratif* dengan metode studi kasus dengan tujuan penelitian untuk menguraikan secara menyeluruh dari suatu keadaan mengenai Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor) dan teknik penelitian ini digunakan oleh peneliti adalah statistik kualitatif.

#### **3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian**

##### **3.2.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel persepsi harga dengan indikator : Keterjangkauan harga, Kesesuaian antara harga dengan kualitas, Daya saing harga, dan Kesesuaian antara harga dengan manfaat. Serta variabel kepuasan pelanggan dengan indikator : Kinerja dan Harapan.

##### **3.2.2 Unit Analisis**

Unit analisis yang digunakan peneliti adalah *Dyads*, yaitu dengan (dua) unit yang diteliti yaitu konsumen (mahasiswa) Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor dengan sumber data diperoleh dari kuesioner dan data yang diperoleh dari pihak universitas.

##### **3.2.3 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di Universitas Pakuan Bogor. Jl. Pakuan, Tegallega, Bogor Tengah, PO Box 452 Kota Bogor 16143. Jawa Barat Indonesia.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Jenis data yang diteliti pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif, yang merupakan data primer dan data sekunder.

1. Data primer diperoleh dari hasil melakukan survey persepsi harga, dengan cara wawancara dan menyebarkan kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan kepada mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1.
2. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa teori pendukung. Data ini diperoleh dari beberapa sumber seperti : catatan atau dokumentasi perusahaan, jurnal-jurnal, internet dll.

#### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 4  
Operasionalisasi Variabel  
Analisis Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor)

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Persepsi Harga	Keterjangkauan Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dana/budget yang dimiliki</li> <li>2. Tingkat kemudahan dalam syarat pembayaran</li> <li>3. Harga dengan kebijakan</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan informasi diberikan</li> </ol>	Ordinal
	Kesesuaian antara harga dengan kualitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga dengan pelayanan</li> <li>2. Harga dengan kebersihan ruangan</li> <li>3. Harga dengan ketenangan, dan kenyamanan saat belajar</li> <li>4. Harga dengan kurikulum</li> <li>5. Harga dengan akreditasi program studi</li> <li>6. Harga dengan harapan</li> <li>7. Harga dengan pelayanan yang cepat dan tepat</li> <li>8. Harga dengan perlengkapan pembelajaran yang modern</li> </ol>	Ordinal
	Daya saing harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbandingan harga dengan pesaing</li> <li>2. Harga dengan citra merek</li> <li>3. Harga dengan mutu</li> <li>4. Harga mempengaruhi daya beli</li> </ol>	Ordinal
	Kesesuaian antara harga dengan manfaat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga dengan ilmu pendidikan</li> <li>2. Harga dengan fasilitas</li> <li>3. Harga dengan pelayanan prima</li> <li>4. Harga dengan kinerja dosen</li> <li>5. Harga dengan publikasi ilmiah</li> <li>6. Harga dengan kegiatan yang mendukung aktualisasi diri</li> <li>7. Harga dengan jaringan net working</li> <li>8. Kemudahan masuk untuk dunia kerja</li> <li>9. Harga dengan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa)</li> </ol>	Ordinal

Sumber : Data diolah penulis, 2018

### 3.5 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel menggunakan *nonprobability sampling*, bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Slovin, yaitu :

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

Dimana :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

$e^2$  : Error atau nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan, atau tingkat % kesalahan/error yang masih dapat ditolerir (5%)

Jumlah mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan yaitu 1171 orang. Berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel yang diperoleh penelitian ini dengan nilai presisi yang ditetapkan sebesar 5% adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1171}{1 + 1171 \cdot 0,05^2} = \frac{1171}{3,9275} = 298,154 \text{ orang}$$

Maka jumlah sampel adalah 298,154 orang dibulatkan menjadi 300 orang.

Tabel 5  
Bagan Cluster Random Sampling

No	Tahun Ajaran	Jumlah Mhs aktif Prodi Akuntansi S-1	Perhitungan Sampel	Sampel
1	2013/2014	67	$(67/1171) \times 300 = 17,16$	17
2	2014/2015	300	$(300/1171) \times 300 = 76,85$	77
3	2015/2016	313	$(313/1171) \times 300 = 80,18$	80
4	2016/2017	251	$(251/1171) \times 300 = 64,30$	64
5	2017/2018	240	$(240/1171) \times 300 = 62$	62
Total		1171		300

Sumber : Data diolah, 2018

Untuk mendapatkan sampel masing-masing angkatan digunakan *Cluster random sampling* yaitu prosedur untuk mendapatkan unit sampel berdasarkan tingkatan atau kelompok.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini peneliti memerlukan data primer dan data sekunder, dimana data tersebut diperoleh dari :

1. Wawancara langsung dengan pihak Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan untuk mengetahui informasi yang relevan.
2. Observasi/pengamatan langsung di Program Studi Akuntansi Universitas Pakuan untuk mengetahui secara langsung kegiatan di perguruan tinggi tersebut.
3. Menyebarkan daftar pertanyaan/kuesioner yang bertujuan untuk mendapatkan data atau informasi mengenai persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.

Susunan data diolah menggunakan skala likert seperti tabel 6 dibawah ini :

Tabel 6  
Skala Likert

Pilihan	Skor
Sangat Baik (SB)	5
Baik (B)	4
Cukup Baik (CB)	3
Tidak Baik (TB)	2
Sangat Tidak Baik (STB)	1

Sumber : Sugiyono (2014:169)

### 3.7 Metode Pengolahan Data / Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tersebut (kuesioner) mengukur apa yang ingin diukur dalam sebuah penelitian secara tepat.

Untuk menguji variabel tersebut, dapat digunakan rumus *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}}$$

Dimana :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara x dan y

$\sum xy$  = jumlah perkalian antara variabel x dan y

$\sum x^2$  = jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = jumlah dari kuadrat nilai Y

N = jumlah responden

Setelah semua korelasi setiap pertanyaan dengan skor total diperoleh, nilai-nilai tersebut dinyatakan valid pada taraf signifikan sebesar 0,05 (5%). Adapun kriteria pengujian validitas adalah :

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka variabel tersebut valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid

Tabel 7  
Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan	Kesimpulan
<b>Keterjangkauan Harga</b>					
1	Harga yang dikeluarkan oleh mahasiswa sesuai dengan kondisi ekonomi mahasiswa.	0,439	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Syarat pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak menyulitkan bagi mahasiswa.	0,490	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini dapat dicicil sebanyak dua kali atau lebih.	0,423	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan	Kesimpulan
4	Di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak terdapat pungutan ataupun biaya lain selain yang tercantum pada brosur atau sejenisnya.	0,429	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
<b>Kesesuaian antara harga dengan kualitas</b>					
5	Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan yang diberikan.	0,485	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
6	Kebersihan ruangan di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini terjaga dengan sangat baik.	0,462	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
7	Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini memiliki kenyamanan ruangan, sehingga menimbulkan ketenangan dalam proses perkuliahan.	0,475	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
8	Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan kurikulum standar pendidikan.	0,053	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Tidak Valid
9	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan akreditasi Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.	0,503	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
10	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan harapan mahasiswa.	0,414	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
11	Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan cepat dan tepat yang diberikan oleh Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.	0,659	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
12	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perlengkapan pembelajaran modern yang ada di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.	0,502	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
<b>Daya saing harga</b>					
13	Biaya pendidikan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta lainnya di Kota Bogor.	0,447	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
14	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan citra/nama Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.	0,423	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
15	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan mutu jasanya.	0,604	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
16	Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mempengaruhi daya minat mahasiswa.	0,405	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
<b>Kesesuaian antara harga dengan manfaat</b>					
17	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan pendidikan yang diperoleh.	0,496	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
18	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima.	0,428	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
19	Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa dan memenuhi kebutuhannya.	0,495	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
20	Tidak pernah terjadi kekosongan perkuliahan dengan alasan dosen sibuk diluar.	0,520	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
21	Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mendorong semangat mahasiswa dan dosen dalam melakukan kegiatan ilmiah seperti melakukan penelitian dan karya tulis kemudian mempublikasikannya melalui berbagai media (sperti jurnal kampus).	0,450	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
22	Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan sering melakukan talkshow dengan	0,490	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan	Kesimpulan
	mahasiswa sebagai bentuk demokratisasi dan tukar pikiran antara manajemen kampus dan mahasiswa.				
23	Mahasiswa Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan bisa merasakan fasilitas lain yang ada dikampus seperti Perpustakaan Pusat, Perpustakaan Pascasarjana dll.	0,506	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
24	Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan salah satu jurusan yang memudahkan untuk masuk dunia kerja.	0,439	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid
25	Hoby dan bakat mahasiswa tersalurkan dengan baik pada UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang ada di Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.	0,563	0,361	r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub>	Valid

Sumber : Hasil pengolahan peneliti menggunakan SPSS 23, 2018

Berdasarkan hasil uji coba validitas yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian antara harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian antara harga dengan manfaat pada n=30 r<sub>tabel</sub> 0,361 dengan  $\alpha=0,05$ . Maka hasil pengujian validitas instrumen pada tabel diatas menunjukkan dari 25 butir pertanyaan variabel persepsi harga, terdapat 1 butir atribut tidak valid dan 24 atribut valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur dimana reliabilitas instrument dengan teknik tertentu.

Rumus sebagai berikut :

$$r_n = \frac{k}{k-1} + \left( 1 - \frac{\sum ab^2}{a_1^2} \right)$$

Dimana :

r<sub>n</sub> = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

ab<sup>2</sup> = Jumlah varians butir

a<sub>1</sub><sup>2</sup> = Varians total

Tabel 8  
Hasil Uji Reabilitas  
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	25



Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pertanyaan 1	97,97	108,792	,368	,839
pertanyaan 2	97,77	109,495	,437	,838
pertanyaan 3	98,43	108,668	,346	,840
pertanyaan 4	97,83	109,523	,364	,839
pertanyaan 5	97,87	108,257	,421	,837
pertanyaan 6	97,83	108,282	,392	,838
pertanyaan 7	97,80	108,993	,415	,838
pertanyaan 8	98,13	116,326	-,036	,854
pertanyaan 9	98,07	107,995	,441	,837
pertanyaan 10	98,37	107,206	,316	,842
pertanyaan 11	97,83	103,523	,603	,830
pertanyaan 12	98,10	105,403	,417	,838
pertanyaan 13	97,90	107,886	,368	,839
pertanyaan 14	98,00	107,931	,338	,841
pertanyaan 15	98,20	105,752	,548	,833
pertanyaan 16	98,37	108,654	,322	,841
pertanyaan 17	97,87	107,361	,427	,837
pertanyaan 18	98,07	109,375	,360	,839
pertanyaan 19	98,07	106,823	,420	,837
pertanyaan 20	98,00	105,724	,442	,836
pertanyaan 21	98,07	108,961	,384	,839
pertanyaan 22	97,77	109,495	,437	,838
pertanyaan 23	98,03	107,413	,440	,837
pertanyaan 24	98,07	107,789	,357	,840
pertanyaan 25	98,00	106,138	,500	,835

Sumber : Hasil pengolahan peneliti menggunakan SPSS 23, 2018

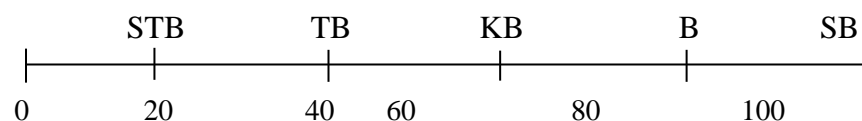
Berdasarkan hasil uji coba koefisien reliabilitas pada tabel 11 diatas maka didapatkan nilai Alpha sebesar 0,844, sedangkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,60, karena  $0,844 > 0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa instrumen soal penelitian tersebut reliabel.

### 3.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dengan data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2014:199). Berdasarkan penelitian analisis deskriptif dilakukan untuk menghitung tanggapan responden mengenai persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor.

Untuk menjawab perumusan masalah, penelitian akan menjawab menggunakan rumus:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$



Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut :

Interval	Kriteria
0 – 19,99	Sangat Tidak Baik
20 – 39,99	Tidak Baik
40 – 59,99	Cukup Baik
60 – 79,99	Baik
80 – 100	Sangat Baik

Sumber : Data diolah Penulis, 2018

$$\text{Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas}}$$

Dimana :

Rentang = % tertinggi - % Rendah

Kelas = 5 (Sesuai dengan Skala Likert)

### 3.7.3 Tabulasi

Pengertian tabulasi adalah penyusunan data ke dalam bentuk tabel. Tujuan tabulasi adalah agar data bisa disusun, dijumlah, dan mempermudah penataan data untuk disajikan serta dianalisa. Proses pembuatan tabulasi bisa dilakukan dengan metode tally, menggunakan kartu, ataupun menggunakan komputer.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Program Studi Akuntansi S-1 Fakultas Ekonomi**

Didirikan sejak tahun 1982 memiliki status “Terakreditasi” berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 001/BAN-PT/Ak-I/VIII/1998 tanggal 11 Agustus 1998 tentang Hasil dan Peringkat Akreditasi Program Studi Sarjana di Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 010/BAN-PT/Ak-V/VI/2002 tanggal 10 juni 2002. Dan pada tahun 2005 kembali melakukan Reakreditasi dengan nilai atau hasil lebih baik dari sebelumnya, sesuai dengan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor:021/BAN-PT/Ak-IX/2005, tanggal November 2005, tentang Hasil dan Peringkat Akreditasi Program Studi untuk Program Sarjana (S1) di Perguruan Tinggi, Status akreditasi Jurusan Akuntansi sampai saat ini tetap bertahan sesuai dengan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional RI Nomor: 047/BAN-PT/Ak-XIV/XII/20011, tanggal 29 Desember 2011.

Saat ini penyelenggaraan program pendidikan pada Jurusan Akuntansi mengacu kepada kurikulum 2009, dimana dalam kurikulum tersebut terdiri dari konsentrasi yang dapat dipilih oleh mahasiswa, diantaranya :

- Konsentrasi Akuntansi Keuangan
- Konsentrasi Akuntansi Perpajakan
- Konsentrasi Auditing
- Konsentrasi Akuntansi Manajemen
- Konsentrasi Akuntansi Sektor Publik

##### **4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Program Studi Akuntansi S-1 Fakultas Ekonomi**

###### **1. Visi**

Menjadi Program Program Studi Akuntansi sebagai Pusat Pengembangan Akademik yang Unggul, Mandiri, dan Berkarakter serta menguasai IPTEKS Tahun 2010.

###### **2. Misi**

- a. Menyelenggarakan pendidikan tinggi di bidang akuntansi yang berkualitas dan berintegritas secara mandiri guna menghasilkan sarjana akuntansi yang kompeten dan profesional sesuai dengan tuntutan profesi terkini.
- b. Meningkatkan produktivitas tenaga pendidik di bidang Tridharma Perguruan Tinggi.

- c. Meningkatkan kontribusi dalam penelitian dibidang akuntansi yang bermanfaat bagi masyarakat.
- d. Menjalin kemitraan yang saling memberi manfaat dengan institusi swasta, pemerintah, dan masyarakat untuk penerapan dan pengembangan ilmu dan profesi akuntansi.

### 3. Tujuan

Menghasilkan lulusan sarjana akuntansi yang mampu bekerja secara individu maupun kelompok, berdaya saing sesuai tuntutan profesi terkini serta memiliki integritas yang tinggi.

#### 4.1.3 Fungsi dan Tugas Pokok Organisasi

Jabatan	Fungsi	Tugas Pokok
Dekan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koordinator penyelenggaraan pendidikan, pengajaran, penelitian, pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Program Studi di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.</li> <li>2. Pembina tenaga pendidik, tenaga kependidikan dan mahasiswa di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyusun dan melaksanakan Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Operasional (Renop) Fakultas.</li> <li>2. Menyusun dan melaksanakan Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan (RKAT) Fakultas.</li> <li>3. Melaksanakan pengembangan pendidikan tinggi sesuai syarat kualitas kelulusan dan kompetensinya.</li> <li>4. Melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi atas kegiatan pendidikan.</li> <li>5. Melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat.</li> <li>6. Melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi atas kerjasama bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.</li> <li>7. Melaksanakan pembinaan civitas akademik.</li> <li>8. Menyusun dan menyampaikan Laporan Tahunan kepada Rektor setelah disetujui oleh Senat Fakultas.</li> </ol>
Wakil Dekan Bidang Akademik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sebagai unsur pimpinan Fakultas yang mewakili Dekan dalam memimpin, melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.</li> <li>2. Apabila Dekan berhalangan, Wakil Dekan sebagai pelaksana harian, sebagai koordinator penyelenggaraan pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Program Studi di lingkungan Fakultas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap penyelenggaraan/perencanaan/pengembangan/kerjasama/pengabdian pada masyarakat/pengelolaan data yang berhubungan dengan pendidikan, penelitian, tenaga pendidik, tenaga kependidikan dan kemahasiswaan.</li> <li>2. Menyampaikan laporan secara periodik kepada atasan langsung/senat di bidang akademik.</li> </ol>

Jabatan	Fungsi	Tugas Pokok
	<p>Ekonomi Universitas Pakuan.</p> <p>3. Melakukan pembinaan pada tenaga pendidik, tenaga kependidikan dan mahasiswa di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.</p>	
<p>Wakil Dekan Bidang Administrasi &amp; Umum</p>	<p>1. Sebagai unsur pimpinan Fakultas yang mewakili Dekan dalam memimpin pelaksanaan kegiatan dan pengawasan di bidang administrasi dan umum, keuangan serta personalia.</p> <p>2. Melaksanakan koordinasi dan pengawasan di bidang kehumasan</p>	<p>Menyusun dan melaksanakan Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Operasional (Renop) Fakultas yang berhubungan dengan pengembangan bimbingan dan penyuluhan, pengembangan daya nalar mahasiswa dan kerjasama dengan bangsa dan kerukunan beragam dan pengelolaan data di bidang pendidikan co-kurikuler dan ekstra kurikuler.</p>
<p>Gugus Mutu Prodi S1 Akuntansi</p>	<p>1. Gugus Mutu Program Studi Strata 1 Akuntansi merupakan unsur independen di Program Studi Strata 1 Manajemen yang menjamin mutu program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan bertanggung jawab langsung kepada Ketua Program Studi Strata 1 Akuntansi Fakultas Ekonomi.</p> <p>2. Koordinator penyelenggaraan pengumpulan : Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Surat Keputusan Rektor, Surat Keputusan Dekan, dan pembuatan SOP di lingkungan Program Studi Strata 1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.</p>	<p>1. Ketua Gugus Mutu melaksanakan koordinasi, pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan tugas yang dilaksanakan oleh Gugus Mutu Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi.</p> <p>2. Sekretaris Gugus Mutu membantu Ketua Gugus Mutu Program Studi Strata 1 Akuntansi dalam perencanaan, koordinasi, pemantauan, evaluasi, dan pelaporan kegiatan.</p>
<p>Ketua Program Studi</p>	<p>1. Sebagai unsur pimpinan di tingkat operasional Fakultas dan bidang Akuntansi dan bertanggung jawab langsung Kepada Dekan.</p> <p>2. Melaksanakan kebijakan-kebijakan penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan program pendidikan yang ada dan perundang-undangan yang berlaku serta pembinaan hubungan alumni Program Studi Strata 1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.</p>	<p>1. Menyusun dan melaksanakan Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Operasional (Renop) Program Studi Strata 1 Akuntansi.</p> <p>2. Menyusun dan melaksanakan Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan (RKAT) Program Studi Strata1/1 Akuntansi.</p> <p>3. Melaksanakan pengembangan pendidikan tinggi sesuai syarat kualitas, kelulusan dan kompetensinya.</p> <p>4. Melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi atas kegiatan pendidikan.</p> <p>5. Melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi atas kegiatan penelitian.</p> <p>6. Melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat.</p> <p>7. Melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi atas kerjasama bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.</p> <p>8. Melaksanakan pembinaan civitas akademik.</p> <p>9. Menyusun dan menyampaikan Laporan Tahunan kepada Dekan.</p>

Jabatan	Fungsi	Tugas Pokok
Sekretaris Program Studi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Membantu Ketua Program Studi dalam menjalankan tugas di tingkat operasional Fakultas dalam bidang Akuntansi yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Ketua Program Studi</li> <li>Membantu Ketua Program Studi dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dalam sebgaiian atau satu cabang ilmu teknologi atau seni tertentu sesuai dengan program pendidikan yang ada dan perundang-undangan yang berlaku serta pembinaan hubungan alumni Program Studi Strata 1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Membantu Ketua Program Studi menyusun dan melaksanakan Rencana Strategi (Renstra) dan Rencana Operasioanal (Renop) Program Studi Strata 1 Manajemen.</li> <li>Membantu menyusun dan melaksanakan Program Kerja dan Anggaran Tahunan (RKAT) Program Studi Strata 1 Akuntansi.</li> <li>Membantu melaksanakan pengembangan pendidikan tinggi sesuai syarat kualitas, kelulusan dan kompetensinya.</li> <li>Membantu Ketua Program Studi melaksanakan koordinasi, monitoring dan evaluasi atas kegiatan pendidikan.</li> <li>Membantu Ketua Program Studi melaksanakan koordinasi monitoring dan evaluasi atas kegiatan penelitian.</li> <li>Membantu Ketua Program Studi Strata 1 Akuntansi melaksanakan koordinas, monitoring dan evaluasi atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat.</li> <li>Membantu Ketua Program Studi melaksanakan koordniasi, mentoring dan evaluasi atas kerjasama bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.</li> <li>Membantu Ketua Program Studi melaksanakan pembinaan cicvitas akademik.</li> <li>Membantu Ketua Program Studi Strata 1 Akuntansi menyusun dalam menyampaikan Laporan Tahunan kepada Dekan.</li> </ol>

## 4.2 Analisis Deskriptif

### 4.2.1 Profil Responden

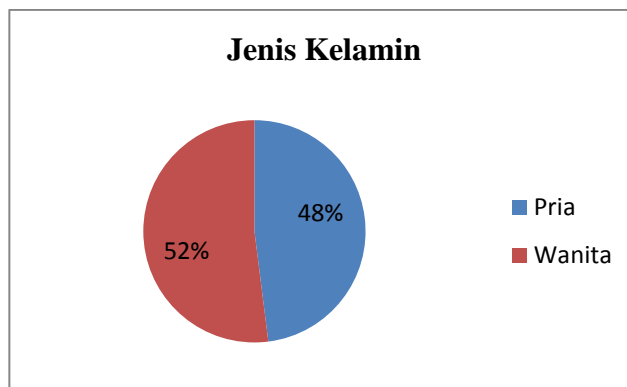
Karakteristik responden yang terbagi dari lima bagian, yaitu jenis kelamin, usia, tahun angkatan, pendapatan orang tua/ pribadi, dan mahasiswa yang pernah mendaftar di Perguruan Tinggi Swasta selain Universitas Pakuan. Berikut hasil data karakteristik responden yang merupakan mahasiswa prodi akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor.

#### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 9  
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	144	48,0
Wanita	156	52,0
Jumlah	300	100

Sumber : Data diolah penulis, 2018



Gambar 10  
Jenis Kelamin Responden

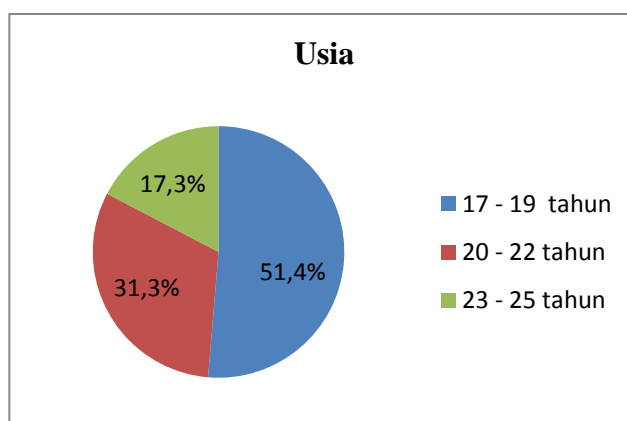
Berdasarkan tabel dan grafik jenis responden dapat dilihat bahwa jenis kelamin wanita lebih banyak sebesar 156 (52,0%) dibanding responden pria yang hanya sebesar 144 (48,0%). Dapat disimpulkan bahwa dari 300 jumlah responden, responden wanita lebih banyak dari pada responden pria.

## 2. Berdasarkan Usia

Tabel 10  
Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
17 - 19 tahun	154	51,4
20 - 22 tahun	94	31,3
23 - 25 tahun	52	17,3
Jumlah	300	100

Sumber : Data diolah penulis, 2018



Gambar 11  
Usia Responden

Berdasarkan tabel dan grafik usia responden dapat dilihat bahwa responden yang berusia 17 - 19 tahun paling banyak dari keseluruhan responden yaitu sebanyak 154 (51,4%), lalu pada usia 20 - 22 tahun sebanyak 94 (31,3%), dan sisanya 23 - 25 tahun sebanyak 52 (17,3%). Dapat disimpulkan bahwa dari 300 responden sebagian besar berusia 17 - 19 tahun.

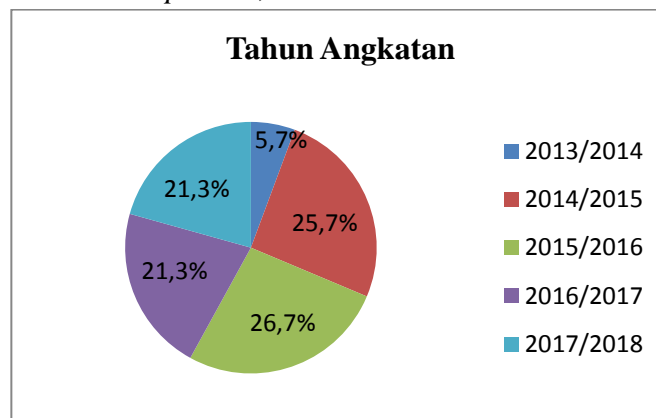
### 3. Tahun angkatan

Tabel 11

Profil Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah Responden	Persentase (%)
2013/2014	17	5,7
2014/2015	77	25,7
2015/2016	80	26,7
2016/2017	64	21,3
2017/2018	62	20,6
Jumlah Responden	300	100

Sumber : Data diolah penulis, 2018



Gambar 12

Tahun Angkatan Responden

Berdasarkan tabel dan grafik diatas, sebagaiian besar maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang memiliki status tahun angkatan 2013/2014 yaitu sebanyak 17 responden dengan presentase 5,7%, lalu jumlah responden tahun angkatan 2014/2015 sebanyak 77 responden dengan presentase 25,7%, lalu jumlah responden tahun angkatan 2015/2016 sebanyak 80 responden dengan presentase 26,7%, lalu jumlah responden tahun angkatan 2016/2017 sebanyak 64 responden dengan presentase 21,33%, kemudian jumlah responden tahun angkatan 2017/2018 sebanyak 62 responden dengan presentase 20,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah responden tahun angkatan 2015/2016 yaitu sebanyak 80 responden.

### 4. Pendapatan orang tua/pribadi

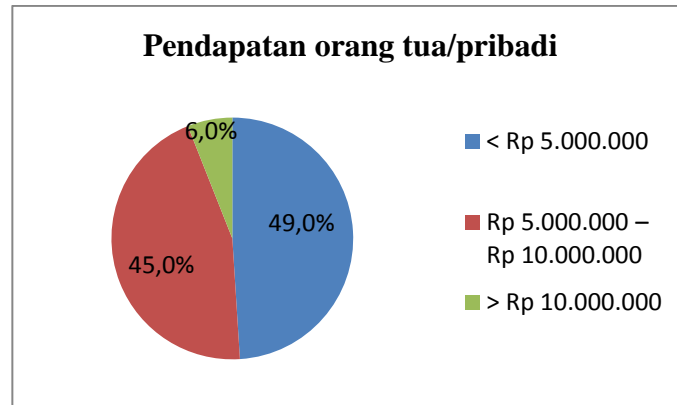
Tabel 12

Profil Responden Berdasarkan Pendapatan orang tua/pribadi

Pendapatan orang tua/ pribadi	Jumlah Responden	Persentase (%)
< Rp 5.000.000	147	49,0
Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	135	45,0
> Rp 10.000.000	18	6,0
Jumlah Responden	300	100

Sumber : Data diolah penulis, 2018





Gambar 13  
Pendapatan orangtua/pribadi Responden

Berdasarkan tabel dan grafik diatas, dari 300 responden yang diteliti sebanyak 49 (49,0%) merupakan responden berpenghasilan < Rp 5.000.000, sebanyak 135 (45,0%) merupakan responden berpenghasilan Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 , dan sebanyak 18 (6,0%) merupakan responden berpenghasilan > Rp 10.000.000 maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini rata-rata berpenghasilan < Rp 5.000.000.

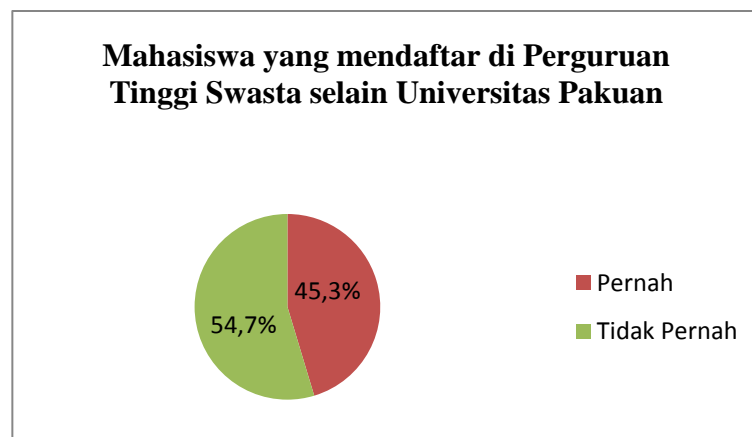
**5. Apakah anda pernah mendaftar Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bogor selain Universitas Pakuan**

Tabel 13

Profil Responden Berdasarkan mahasiswa yang pernah mendaftar di Perguruan Tinggi Swasta selain Universitas Pakuan

Pernah/tidak pernah mendaftar di PTS lain	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pernah	136	45,3
Tidak Pernah	164	54,7
Jumlah Responden	300	100

*Sumber : Data diolah penulis, 2018*



Gambar 14

Mahasiswa yang mendaftar di Perguruan Tinggi Swasta selain Universitas Pakuan

Berdasarkan tabel dan grafik jenis responden dapat dilihat bahwa mahasiswa yang pernah mendaftar di Perguruan Tinggi Swasta selain Universitas Pakuan yang menyatakan tidak pernah mendaftar lebih banyak sebesar 164 (54,7%) dibanding yang menyatakan pernah mendaftar yang hanya sebesar 136 (45,3%). Dapat disimpulkan bahwa dari 300 jumlah responden, mahasiswa yang tidak pernah mendaftar lebih banyak dibandingkan mahasiswa yang pernah mendaftar di PTS lain.

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Penerapan Persepsi Harga Universitas Pakuan Bogor

Untuk mengetahui seperti apa penerapan persepsi harga pada mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan, penulis menggunakan metode analisis total tanggapan responden dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden langsung, lalu dinilai dengan seberapa persen yang menyatakan sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, dan sangat tidak baik. Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai variabel persepsi harga yang terdiri dari empat indikator, yaitu Keterjangkauan harga, Kesesuaian antara harga dengan kualitas, Daya saing harga, dan Kesesuaian antara harga dengan manfaat. Metode analisis total tanggapan responden persepsi harga dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Kemudian untuk menentukan tanggapan total responden disusun kriteria sebagai berikut :

- a. Presentase terendah = 0%
- b. Presentase tertinggi = 100%
- c. Rentang =  $100 - 0 = 100$
- d. Banyaknya kelas = 5
- e. Interval (i) =  $100 : 5 = 20$

Sehingga terdapat kriteria interval untuk tanggapan responden total responden dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 14  
Kriteria penilaian Tanggapan Responden

Kriteria	Interval
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99
Tidak Baik	20 – 39,99
Kurang Baik	40 – 59,99
Baik	60 – 79,99
Sangat Baik	80 – 100

Sumber : Data diolah Penulis, 2018

## 1. Keterjangkauan harga

- a. Pendapat responden mengenai Keterjangkauan harga dengan pernyataan Dana/budget yang dimiliki

Tabel 15  
Pernyataan Responden  
Harga yang dikeluarkan oleh mahasiswa sesuai dengan kondisi ekonomi  
orangtua mahasiswa

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	103	34,3	515
Baik	4	105	35,0	420
Cukup Baik	3	54	18,0	162
Tidak Baik	2	33	11,0	66
Sangat Tidak Baik	1	5	1,7	5
Total		300	100	1168

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Harga yang dikeluarkan oleh mahasiswa sesuai dengan kondisi ekonomi orangtua mahasiswa dimana 35,0% menyatakan baik, 34,3% menyatakan sangat baik, 18,0% menyatakan cukup baik, 11,0% menyatakan tidak baik, dan 1,7% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1168}{5(300)} \times 100\% = 77,87$$

Tabel 16  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	77,87
Sangat Baik	80 – 100	

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Harga yang dikeluarkan oleh mahasiswa sesuai dengan kondisi ekonomi orangtua mahasiswa dengan hasil 77,87% adalah baik.

- b. Pendapat responden mengenai Keterjangkauan harga dengan pernyataan tingkat kemudahan dalam syarat pembayaran

Tabel 17  
Pernyataan Responden  
Syarat pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak menyulitkan bagi mahasiswa

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	104	34,7	520
Baik	4	118	39,3	472
Cukup Baik	3	52	17,3	156
Tidak Baik	2	22	7,3	44
Sangat Tidak Baik	1	4	1,3	4
Total		300	100	1196

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Syarat pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak menyulitkan bagi mahasiswa dimana 39,3% menyatakan baik, 34,7% menyatakan sangat baik, 17,3% menyatakan cukup baik, 7,3% menyatakan tidak baik, dan 1,3% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1196}{5(300)} \times 100\% = 79,73$$

Tabel 18  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	79,73
Sangat Baik	80 – 100	

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Syarat pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak menyulitkan bagi mahasiswa dengan hasil 79,73% adalah baik.

- c. Pendapat responden mengenai Keterjangkauan harga dengan pernyataan Harga dengan kebijakan

Tabel 19  
Pernyataan Responden  
Pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat dicicil  
sebanyak dua kali atau lebih

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	109	36,3	545
Baik	4	112	37,3	448
Cukup Baik	3	49	16,3	147
Tidak Baik	2	27	9,0	54
Sangat Tidak Baik	1	3	1,0	3
Total		300	100	1197

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat dicicil sebanyak dua kali atau lebih dimana 37,3% menyatakan baik, 36,3% menyatakan sangat baik, 16,3% menyatakan cukup baik, 9,0% menyatakan tidak baik, dan 1,0% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1197}{5(300)} \times 100\% = 79,8$$

Tabel 20  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	79,8
Sangat Baik	80 – 100	

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat dicicil sebanyak dua kali atau lebih dengan hasil 79,8% adalah baik.

- d. Pendapat responden mengenai Keterjangkauan harga dengan pernyataan kesesuaian harga dengan informasi diberikan

Tabel 21  
Pernyataan Responden

Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak terdapat pungutan ataupun biaya lain selain yang tercantum pada brosur atau sejenisnya

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	60	20,0	300
Baik	4	143	47,7	572
Cukup Baik	3	71	23,7	213
Tidak Baik	2	23	7,7	46
Sangat Tidak Baik	1	3	1,0	3
Total		300	100	1134

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak terdapat pungutan ataupun biaya lain selain yang tercantum pada brosur atau sejenisnya dimana 47,7% menyatakan baik, 20% menyatakan sangat baik, 23,7% menyatakan cukup baik, 7,7% menyatakan tidak baik, dan 1,0% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1134}{5(300)} \times 100\% = 75,6$$

Tabel 22  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	75,6
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak terdapat pungutan ataupun biaya lain selain yang tercantum pada brosur atau sejenisnya dengan hasil 75,6% adalah baik.

## 2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas

- a. Pendapat responden mengenai Kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga dengan pelayanan

Tabel 23

### Pernyataan Responden

Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan yang diberikan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	109	36,3	545
Baik	4	117	39,0	468
Cukup Baik	3	38	12,7	114
Tidak Baik	2	34	11,3	68
Sangat Tidak Baik	1	2	0,7	2
Total		300	100	1197

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan yang diberikan dimana 39,0% menyatakan baik, 36,3% menyatakan sangat baik, 12,7% menyatakan cukup baik, 11,3% menyatakan tidak baik, dan 0,7% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1197}{5(300)} \times 100\% = 79,8$$

Tabel 24

### Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	79,8
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan yang diberikan dengan hasil 79,8% adalah baik.

- b. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga dengan kebersihan ruangan

Tabel 25  
Pernyataan Responden  
Kebersihan ruangan di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini terjaga dengan sangat baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	88	29,3	440
Baik	4	118	39,3	472
Cukup Baik	3	67	22,3	201
Tidak Baik	2	25	8,3	50
Sangat Tidak Baik	1	2	0,7	2
Total		300	100	1165

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Kebersihan ruangan di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini terjaga dengan sangat baik dimana 39,3% menyatakan baik, 29,3% menyatakan sangat baik, 22,3% menyatakan cukup baik, 8,3% menyatakan tidak baik, 0,7% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1165}{5(300)} \times 100\% = 77,67$$

Tabel 26  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	77,67
Sangat Baik	80 – 100	

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Kebersihan ruangan di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini terjaga dengan sangat baik dengan hasil 77,67% adalah baik.



- c. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga dengan ketenangan, dan kenyamanan saat belajar

Tabel 27

## Pernyataan Responden

Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini memiliki kenyamanan ruangan, sehingga menimbulkan ketenangan dalam proses perkuliahan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	111	37,0	555
Baik	4	117	39,0	468
Cukup Baik	3	42	14,0	126
Tidak Baik	2	25	8,3	50
Sangat Tidak Baik	1	5	1,7	5
Total		300	100	1204

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga dengan ketenangan, dan kenyamanan saat belajar dimana 39,0% menyatakan baik, 37,0% menyatakan sangat baik, 14,0% menyatakan cukup baik, 8,3% menyatakan tidak baik, dan 1,7% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1204}{5(300)} \times 100\% = 80,27$$

Tabel 28

## Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	
Sangat Baik	80 – 100	80,27

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini memiliki kenyamanan ruangan, sehingga menimbulkan ketenangan dalam proses perkuliahan dengan hasil 80,27% adalah sangat baik.

- d. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga dengan akreditasi program studi

Tabel 29

## Pernyataan Responden

Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan akreditasi program studi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	79	25,6	395
Baik	4	145	46,9	580
Cukup Baik	3	59	19,1	177
Tidak Baik	2	15	4,9	30
Sangat Tidak Baik	1	2	0,6	2
Total		300	100	1184

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan akreditasi program studi dimana 46,9% menyatakan baik, 25,6% menyatakan sangat baik, 19,1% menyatakan cukup baik, 5,0% menyatakan tidak baik, 0,7% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1184}{5(300)} \times 100\% = 78,93$$

Tabel 30

## Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	78,93
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan akreditasi program studi dengan hasil 78,93% adalah baik.

- e. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga dengan harapan

Tabel 31

## Pernyataan Responden

Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan harapan mahasiswa

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	98	32,7	490
Baik	4	131	43,7	524
Cukup Baik	3	35	11,7	105
Tidak Baik	2	35	11,7	70
Sangat Tidak Baik	1	1	0,3	1
Total		300	100	1190

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan harapan mahasiswa dimana 43,7% menyatakan baik, 32,7% menyatakan sangat baik, 11,7% menyatakan cukup baik, 11,7% menyatakan tidak baik, dan 0,3% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1190}{5(300)} \times 100\% = 79,33$$

Tabel 32

## Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	79,33
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan harapan mahasiswa dengan hasil 79,33% adalah baik.

- f. Pendapat responden mengenai Kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga dengan pelayanan yang cepat dan tepat

Tabel 33

## Pernyataan Responden

Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan cepat dan tepat yang diberikan oleh Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	93	31,0	465
Baik	4	119	39,7	476
Cukup Baik	3	51	17,0	153
Tidak Baik	2	30	10,0	60
Sangat Tidak Baik	1	7	2,3	7
Total		300	100	1161

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan cepat dan tepat yang diberikan oleh Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dimana 39,7% menyatakan baik, 31,0% menyatakan sangat baik, 17,0% menyatakan cukup baik, 10,0% menyatakan tidak baik, dan 2,3% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1161}{5(300)} \times 100\% = 77,4$$

Tabel 34  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	77,4
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan cepat dan tepat yang diberikan oleh Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dengan hasil 77,4% adalah baik.

- g. Pendapat responden mengenai Kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan pernyataan harga dengan perlengkapan pembelajaran yang modern

Tabel 35  
Pernyataan Responden

Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perlengkapan pembelajaran modern yang ada di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	97	31,4	485
Baik	4	129	41,7	516
Cukup Baik	3	41	13,3	123
Tidak Baik	2	27	9,0	54
Sangat Tidak Baik	1	6	2,0	6
Total		300	100	1184

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perlengkapan pembelajaran modern yang ada di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dimana 41,7% menyatakan baik, 31,4% menyatakan sangat baik, 13,3% menyatakan cukup baik, 9,0% menyatakan tidak baik, dan 2,0% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1184}{5(300)} \times 100\% = 78,93$$

Tabel 36  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	78,93
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perlengkapan pembelajaran modern yang ada di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dengan hasil 78,93% adalah baik.

### 3. Daya saing harga

- a. Pendapat responden mengenai daya saing harga dengan pernyataan perbandingan harga dengan pesaing

Tabel 37

#### Pernyataan Responden

Biaya pendidikan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta lainnya di Kota Bogor

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	92	29,8	460
Baik	4	125	40,5	500
Cukup Baik	3	58	18,8	174
Tidak Baik	2	22	7,3	44
Sangat Tidak Baik	1	3	1,0	3
Total		300	100	1181

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya pendidikan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta lainnya di Kota Bogor dimana 40,5% menyatakan baik, 29,8% menyatakan sangat baik, 18,8% menyatakan kurang baik, 7,3% menyatakan tidak baik, dan 1,0% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1181}{5(300)} \times 100\% = 78,73$$

Tabel 38

#### Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	78,73
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Biaya pendidikan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta lainnya di Kota Bogor dengan hasil 78,73% adalah baik.

- b. Pendapat responden mengenai daya saing harga dengan pernyataan harga dengan citra merek

Tabel 39  
Pernyataan Responden  
Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan citra Prodi Akuntansi S-1 Universitas  
Pakuan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	91	29,4	455
Baik	4	124	40,1	496
Cukup Baik	3	53	17,2	159
Tidak Baik	2	27	8,7	54
Sangat Tidak Baik	1	5	1,6	5
Total		300	100	1169

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan citra/nama Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dimana 40,1% menyatakan baik, 29,4% menyatakan sangat baik, 17,2% menyatakan cukup baik, 8,7% menyatakan tidak baik, dan 1,6% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1169}{5(300)} \times 100\% = 77,93$$

Tabel 40  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	77,93
Sangat Baik	80 – 100	

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan citra/nama Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dengan hasil 77,93% adalah baik.

- c. Pendapat responden mengenai daya saing harga dengan pernyataan harga dengan mutu

Tabel 41  
Pernyataan Responden  
Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan mutu jasanya

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	89	28,8	445
Baik	4	131	42,4	524
Cukup Baik	3	52	16,8	156
Tidak Baik	2	26	8,7	52
Sangat Tidak Baik	1	2	0,7	2
Total		300	100	1179

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan mutu jasanya dimana 42,4% menyatakan baik, 28,8% menyatakan sangat baik, 16,8% menyatakan cukup baik, 8,7% menyatakan tidak baik, dan 0,7% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1179}{5(300)} \times 100\% = 78,6$$

Tabel 42  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	78,6
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan mutu jasanya dengan hasil 78,6% adalah baik.

- d. Pendapat responden mengenai daya saing harga dengan pernyataan harga mempengaruhi daya beli

Tabel 43  
Pernyataan Responden  
Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan  
mempengaruhi daya minat mahasiswa

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	89	28,8	445
Baik	4	130	42,1	520
Cukup Baik	3	56	18,1	168
Tidak Baik	2	19	6,3	38
Sangat Tidak Baik	1	6	2,0	6
Total		300	100	1177

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mempengaruhi daya minat mahasiswa dimana 42,1% menyatakan baik, 28,8% menyatakan sangat baik, 18,1% menyatakan cukup baik, 6,3% menyatakan tidak baik, dan 2,0% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1177}{5(300)} \times 100\% = 78,47$$

Tabel 44  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	78,47
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mempengaruhi daya minat mahasiswa dengan hasil 78,47% adalah baik.

#### 4. Kesesuaian antara harga dengan manfaat

- a. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga dengan ilmu pendidikan

Tabel 45  
Pernyataan Responden

Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan pendidikan yang diperoleh

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	83	27,7	415
Baik	4	132	44,0	528
Cukup Baik	3	58	19,3	174
Tidak Baik	2	21	7,0	42
Sangat Tidak Baik	1	6	2,0	6
Total		300	100	1165

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan pendidikan yang diperoleh dimana 44,05 menyatakan baik, 27,7% menyatakan sangat baik, 19,3% menyatakan cukup baik, 7,0% menyatakan tidak baik, dan 2,0% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1165}{5(300)} \times 100\% = 77,67$$



Tabel 46  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	77,67
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan pendidikan yang diperoleh dengan hasil 77,67% adalah baik.

- b. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga dengan fasilitas

Tabel 47  
Pernyataan Responden

Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	93	31,0	465
Baik	4	118	39,3	472
Cukup Baik	3	59	19,7	168
Tidak Baik	2	28	9,3	56
Sangat Tidak Baik	1	2	0,7	2
Total		300	100	1163

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima dimana 39,35 menyatakan baik, 31,0% menyatakan sangat baik, 19,75 menyatakan cukup baik, 9,3% menyatakan tidak baik, dan 0,7% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1163}{5(300)} \times 100\% = 77,53$$

Tabel 48  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	77,53
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima dengan hasil 77,53% adalah baik.

- c. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga dengan pelayanan prima

Tabel 49

## Pernyataan Responden

Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa dan memenuhi kebutuhannya

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	92	30,7	460
Baik	4	109	36,3	436
Cukup Baik	3	66	22,0	198
Tidak Baik	2	31	10,3	62
Sangat Tidak Baik	1	2	0,7	2
Total		300	100	1158

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa dan memenuhi kebutuhannya dimana 36,3% menyatakan baik, 30,7% menyatakan sangat baik, 22,0% menyatakan cukup baik, 10,3% menyatakan tidak baik, dan 0,7% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1158}{5(300)} \times 100\% = 77,2$$

Tabel 50

## Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	77,2
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa dan memenuhi kebutuhannya dengan hasil 77,2% adalah baik.

- d. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga dengan kinerja dosen

Tabel 51  
Pernyataan Responden

Tidak pernah terjadi kekosongan perkuliahan dengan alasan dosen sibuk diluar

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	94	31,3	470
Baik	4	124	41,3	496
Cukup Baik	3	52	17,3	156
Tidak Baik	2	28	9,3	56
Sangat Tidak Baik	1	2	0,7	2
Total		300	100	1180

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Tidak pernah terjadi kekosongan perkuliahan dengan alasan dosen sibuk diluar dimana 41,3% menyatakan baik, 31,3% menyatakan sangat baik, 17,3% menyatakan cukup baik 9,3% menyatakan tidak baik, dan 0,75% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1180}{5(300)} \times 100\% = 78,67$$

Tabel 52  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	78,67
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Tidak pernah terjadi kekosongan perkuliahan dengan alasan dosen sibuk diluar dengan hasil 78,67% adalah baik.

- e. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga dengan publikasi ilmiah

Tabel 53

## Pernyataan Responden

Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mendorong semangat mahasiswa dan dosen dalam melakukan kegiatan ilmiah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	87	29,0	435
Baik	4	112	37,3	448
Cukup Baik	3	63	21,0	189
Tidak Baik	2	34	11,3	68
Sangat Tidak Baik	1	4	1,3	4
Total		300	100	1144

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mendorong semangat mahasiswa dan dosen dalam melakukan kegiatan ilmiah dimana 37,3% menyatakan baik, 29,0% menyatakan sangat baik, 21,0% menyatakan cukup baik, 11,3% menyatakan tidak baik, dan 1,3% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1144}{5(300)} \times 100\% = 76,27$$

Tabel 54

## Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	76,27
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mendorong semangat mahasiswa dan dosen dalam melakukan kegiatan ilmiah dengan hasil 76,27 adalah baik.

- f. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga dengan kegiatan yang mendukung aktualisasi diri

Tabel 55

## Pernyataan Responden

Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan sering melakukan talkshow dengan mahasiswa sebagai bentuk demokratisasi dan tukar pikiran antara manajemen kampus dan mahasiswa

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	97	32,3	485
Baik	4	117	39,0	468
Cukup Baik	3	62	20,7	186
Tidak Baik	2	19	6,3	38
Sangat Tidak Baik	1	5	1,7	5
Total		300	100	1182

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan sering melakukan talkshow dengan mahasiswa sebagai bentuk demokratisasi dan tukar pikiran antara manajemen kampus dan mahasiswa dimana 39,0% menyatakan baik, 32,3% menyatakan sangat baik, 20,7% menyatakan cukup baik, 6,3% menyatakan tidak baik, dan 1,7% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1182}{5(300)} \times 100\% = 78,8$$

Tabel 56

## Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	78,8
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan sering melakukan talkshow dengan mahasiswa sebagai bentuk demokratisasi dan tukar pikiran antara manajemen kampus dan mahasiswa dengan hasil 78,8% adalah baik.

- g. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga dengan jaringan net working

Tabel 57

## Pernyataan Responden

Mahasiswa Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan bisa merasakan fasilitas lain yang ada dikampus

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	103	34,3	515
Baik	4	106	35,3	424
Cukup Baik	3	54	18,0	162
Tidak Baik	2	31	10,3	62
Sangat Tidak Baik	1	6	2,0	6
Total		300	100	1169

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Mahasiswa Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan bisa merasakan fasilitas lain yang ada dikampus dimana 35,3% menyatakan baik, 34,3% menyatakan sangat baik, 18,0% menyatakan cukup baik, 10,3% menyatakan tidak baik, dan 2,0% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1169}{5(300)} \times 100\% = 77,93$$

Tabel 58

## Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	77,93
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Mahasiswa Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan bisa merasakan fasilitas lain yang ada dikampus dengan hasil 77,93% adalah baik.

- h. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan kemudahan masuk untuk dunia kerja

Tabel 59  
Pernyataan Responden  
Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan salah satu jurusan yang memudahkan untuk masuk dunia kerja

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	100	33,3	500
Baik	4	119	39,7	476
Cukup Baik	3	52	17,3	156
Tidak Baik	2	26	8,7	52
Sangat Tidak Baik	1	3	1,0	3
Total		300	100	1187

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan salah satu jurusan yang memudahkan untuk masuk dunia kerja dimana 39,7% menyatakan baik, 33,3% menyatakan sangat baik, 17,3% menyatakan cukup baik, 8,7% menyatakan tidak baik, dan 1,0% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1187}{5(300)} \times 100\% = 79,13$$

Tabel 60  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	79,13
Sangat Baik	80 – 100	

*Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018*

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan salah satu jurusan yang memudahkan untuk masuk dunia kerja dengan hasil 79,13% adalah baik.

- i. Pendapat responden mengenai kesesuaian antara harga dengan manfaat dengan pernyataan harga dengan UKM

Tabel 61  
Pernyataan Responden

Hoby dan bakat mahasiswa tersalurkan dengan baik pada UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang ada di Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	69	23,0	345
Baik	4	136	45,3	544
Cukup Baik	3	63	21,0	189
Tidak Baik	2	29	9,7	58
Sangat Tidak Baik	1	3	1,0	3
Total		300	100	1139

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pernyataan mengenai Hoby dan bakat mahasiswa tersalurkan dengan baik pada UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang ada di Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dimana 45,3% menyatakan baik, 23,0% menyatakan sangat baik, 21,0% menyatakan cukup baik, 9,7% menyatakan tidak baik, dan 1,0% menyatakan sangat tidak baik.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{1139}{5(300)} \times 100\% = 75,93$$

Tabel 62  
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Keterangan	Interval	Persentase (%)
Sangat Tidak Baik	0 – 19,99	
Tidak Baik	20 – 39,99	
Cukup Baik	40 – 59,99	
Baik	60 – 79,99	75,93
Sangat Baik	80 – 100	

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2018

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Hoby dan bakat mahasiswa tersalurkan dengan baik pada UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang ada di Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dengan hasil 75,93% adalah baik.



Tabel 63  
 Hasil Penerapan Persepsi Harga pada Program Studi Akuntansi S-1  
 Universitas Pakuan

No	Indikator Persepsi Harga	Persentase (%)	Kategori
1	Keterjangkauan Harga		
	1. Dana/budget yang dimiliki	77,87	Baik
	2. Tingkat kemudahan dalam syarat pembayaran	79,73	Baik
	3. Harga dengan kebijakan	79,8	Baik
	4. Kesesuaian harga dengan informasi diberikan	75,6	Baik
2	Kesesuaian antara harga dengan kualitas		
	5. Harga dengan pelayanan	79,8	Baik
	6. Harga dengan kebersihan ruangan	77,67	Baik
	7. Harga dengan ketenangan, dan kenyamanan saat belajar	80,27	Sangat Baik
	8. Harga dengan akreditasi	78,93	Baik
	9. Harga dengan harapan	79,33	Baik
	10. Harga dengan pelayanan yang cepat dan tepat	77,4	Baik
	11. Harga dengan perlengkapan pembelajaran yang modern	78,93	Baik
3	Daya saing harga		
	12. Perbandingan harga dengan pesaing	78,73	Baik
	13. Harga dengan citra merek	77,93	Baik
	14. Harga dengan mutu	78,6	Baik
	15. Harga mempengaruhi daya beli	78,47	Baik
4	Kesesuaian antara harga dengan manfaat		
	16. Harga dengan ilmu pendidikan	77,67	Baik
	17. Harga dengan fasilitas	77,53	Baik
	18. Harga dengan pelayanan prima	77,2	Baik
	19. Harga dengan kinerja dosen	78,67	Baik
	20. Harga dengan publikasi ilmiah	76,27	
	21. Harga dengan kegiatan yang mendukung aktualisasi diri	78,8	Baik
	22. Harga dengan jaringan net working	77,93	Baik
	23. Kemudahan masuk untuk dunia kerja	79,13	Baik

No	Indikator Persepsi Harga	Persentase (%)	Kategori
	24. Harga dengan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa)	75,93	Baik
	Total	1.883,59	
	N	24	
	Rata-rata	78,49	Baik

*Sumber : Data diolah, 2018*

Berdasarkan data diatas hasil rata-rata penilaian persepsi harga pada mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dengan persentase 78,49% artinya persepsi harga mahasiswa di Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan adalah baik.

#### **4.3.2 Indikator yang Paling Dominan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor**

Setiap Kepuasan Pelanggan yang dilakukan Mahasiswa Prodi Akuntansi S1 Universitas Pakuan Bogor terdapat persepsi harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian antara harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian antara harga dengan manfaat yang berhubungan dengan kepuasan mahasiswa.

##### 1. Keterjangkauan Harga

Tabel 64  
Hasil tabulasi indikator Keterjangkauan Harga

No	Indikator Persepsi Harga	Persentase (%)
1	Keterjangkauan Harga	
	1. Dana/budget yang dimiliki	77,87
	2. Tingkat kemudahan dalam syarat pembayaran	79,73
	3. Harga dengan kebijakan	79,8
	4. Kesesuaian harga dengan informasi diberikan	75,6
	Jumlah	313
	Rata-rata	78,25

*Sumber : Data diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata nilai responden pada indikator Keterjangkauan Harga yaitu sebesar 78,25%.

##### 2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas

Tabel 65  
Hasil tabulasi indikator Kesesuaian antara harga dengan kualitas

No	Indikator Persepsi Harga	Persentase (%)
2	Kesesuaian antara harga dengan kualitas	
	1. Harga dengan pelayanan	79,8
	2. Harga dengan kebersihan	77,67

	ruangan	
	3. Harga dengan ketenangan, dan kenyamanan saat belajar	80,27
	4. Harga dengan akreditasi	78,93
	5. Harga dengan harapan	79,33
	6. Harga dengan pelayanan yang cepat dan tepat	77,4
	7. Harga dengan perlengkapan pembelajaran yang modern	78,93
	Jumlah	552,33
	Rata-rata	78,90

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata nilai responden pada indikator Kesesuaian antara harga dengan kualitas yaitu sebesar 78,90%.

### 3. Daya saing harga

Tabel 66  
Hasil tabulasi indikator Daya saing harga

No	Indikator Persepsi Harga	Persentase (%)
3	Daya saing harga	
	1. Perbandingan harga dengan pesaing	78,73
	2. Harga dengan citra merek	77,93
	3. Harga dengan mutu	78,6
	4. Harga mempengaruhi daya beli	78,47
	Jumlah	313,73
	Rata-rata	78,43

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata nilai responden pada indikator Daya saing harga yaitu sebesar 78,43%.

### 4. Kesesuaian antara harga dengan manfaat

Tabel 67  
Hasil tabulasi indikator Kesesuaian antara harga dengan manfaat

No	Indikator Persepsi Harga	Persentase (%)
4	Kesesuaian antara harga dengan manfaat	
	1. Harga dengan ilmu pendidikan	77,67
	2. Harga dengan fasilitas	77,53
	3. Harga dengan pelayanan prima	77,2
	4. Harga dengan kinerja dosen	78,67
	5. Harga dengan publikasi ilmiah	76,27
	6. Harga dengan kegiatan yang mendukung aktualisasi diri	78,8
	7. Harga dengan jaringan net	77,93

	working	
	8. Kemudahan masuk untuk dunia kerja	79,13
	9. Harga dengan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa)	75,93
	Jumlah	699,13
	Rata-rata	77,70

*Sumber : Data diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata nilai responden pada indikator Kesesuaian antara harga dengan manfaat yaitu sebesar 77,70%.

#### **4.4 Intrepretasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi harga dengan indikator antara lain : keterjangkauan harga, kesesuaian antara harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian antara harga dengan manfaat memiliki skor rata-rata tanggapan responden yaitu sebesar 78,49% dimana skor tersebut pada interval (60-79) yang artinya persepsi harga pada mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor baik. Selanjutnya hasil tabulasi indikator yang paling dominan atau terbesar dalam kepuasan mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor adalah indikator kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan nilai rata-rata sebesar 78,90%. Dari hasil penerapan persepsi harga nilai terbesar yaitu 80,27% yang menandakan bahwa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor telah memberikan yang terbaik untuk mahasiswanya dengan cara merasakan ketenangan, dan kenyamanan saat belajar sesuai kebutuhan konsumen (mahasiswa) baik. Sedangkan dilihat dari nilai rata-rata tabulasi indikator kesesuaian antara harga dengan manfaat sebesar 77,70% tersebut yang paling terendah dari indikator yang lain, dari kesembilan ukuran kesesuaian antara harga dengan manfaat nilai terkecil dengan hasil 75,93% yang menandakan bahwa Mahasiswa Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor minatnya kecil pada kegiatan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa).

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor), dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi harga pada mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor dengan indikator antara lain : keterjangkauan harga, kesesuaian antara harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian antara harga dengan manfaat berdasarkan tanggapan hasil responden dengan rata-rata 78,49% menunjukkan hasil yang baik.
2. Analisis Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor), berdasarkan hasil dari tabulasi indikator yang paling dominan adalah kesesuaian antara harga dengan kualitas dengan nilai rata-rata 78,90%.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor, maka penulis memberikan saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan sebagai berikut :

1. Bila dilihat dari hasil penerapan persepsi harga nilai terbesar ialah dalam indikator kesesuaian antara harga dengan kualitas sebesar 80,27% yang menandakan bahwa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor telah memberikan yang terbaik untuk mahasiswanya dengan cara merasakan ketenangan dan kenyamanan saat belajar yang sesuai kebutuhan konsumen (mahasiswa) baik, namun tidak ada salahnya Program Studi Akuntansi terus meningkatkan kualitas yang sudah diterapkan sehingga konsumen (mahasiswa) akan semakin senang/puas. Untuk dapat lebih memaksimalkan lagi dalam memenuhi kebutuhan konsumen (mahasiswa), dapat dilakukan pengembangan dan perbaikan secara berkesinambungan pada penelitian berikutnya.
2. Bila dilihat dari nilai rata-rata tabulasi indikator kesesuaian antara harga dengan manfaat sebesar 77,70% tersebut yang paling terendah dari indikator yang lain, dari kesembilan ukuran kesesuaian antara harga dengan manfaat nilai terkecil dengan hasil 75,93% yang menandakan bahwa Mahasiswa Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor minatnya kecil pada kegiatan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa), maka dari itu universitas perlu melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kegiatan tersebut dengan cara memperbaiki, melengkapi sarana,

dan fasilitas fisik yang ada sehingga dapat mendukung kegiatan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Shinta, (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang, Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Buchari Alma, (2014). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Buttle Francis, (2010). *Customer Relationship Management*. Bayu Media.
- Campbell, N.A., J.B. Reece, & L. G. Mitchell. (2010) Edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.
- Cannon, Perreault dan Mc Charty. (2010). *Pemasaran Dasar (Pendekatan Manajerial Global)*, Salemba Empat : Jakarta.
- Deliyanti Oentoro, (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Penerbit LaksBang.
- Fandy Tjiptono, (2008). *Manajemen Kualitas Jasa*, Yogyakarta. ANDI. Bayumedia, Malang.
- Fandy Tjiptono, (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Malang.
- Fandy Tjiptono, (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2015). *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi 4, Yogyakarta, Andi.
- Fransiska Pramita W.A (2010) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum dalam Kemasan (Studi Kasus pada AMDK Jawa Tirta Semarang)*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghanimata, F. dan Kamal, M. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Journal Of Management 1 (2): 1-10.
- Handayani, (2012). *Brand Operation*, Jakarta : Esensi.
- Irham Fahmi, (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Lampulo : Alfa Beta.
- Jaenudin Akhmad, (2015). *Aplikasi Pemasaran Salesmanship*, Edisi Keempat, Jakarta, Lentera Ilmu Cendikia.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lee, Simon; Abdou Illia, Lawson-Body, Assion. 2011 . Perceived Price Of Dynamic Pricing. *Journal of Industrial Management & Data System*, 111 (4).
- Lovelock, Christopher & Wirtz, Jochen & Mussry, Jacky. 2011. *Pemasaran Jasa*. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Lopiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Maya Candra (2016), *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. Skripsi, Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah.
- Muhammad Mursid, (2010). *Strategi Bisnis dan Pemasaran*. Bandung : Mizan Media Utama.

- Novia Susanti dan Baruna Hadibrata (2015), *Pengaruh Persepsi Harga, Physical Evidence dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Pamulang*. Skripsi, Pamulang, Universitas Pamulang.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Pride, William M., and O.C. Ferrel, (2014). *Marketing*, Seventeenth Edition, Mason, USA, Cengage Learning.
- Peter, J. Paul, and James H. Donnelly (2013). *Marketing Management : Knowledge and Skills*, Eleventh Edition, New York, USA: McGraw-Hill Education.
- Peter., J. Paul, Olson, Jerry C, 2011, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 9<sup>th</sup> edition, McGraw-Hill Higher Education, New York.
- Rambat Lupiyoadi, (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Kompetensi*, Edisi Ketiga, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Ratnasari, R.T dan H. Mastuti Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Schiffman & Kanuk, (2008). *Perilaku Konsumen*, dialih bahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi Ketujuh, Penerbit PT. Indeks.
- Sugiyono, (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sofjan Assuari, (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soedijati, Elisabeth Koes. 2008. "*Penerapan konsep 7 P sebagai Strategi Pemasaran Tinggi*". Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, Leon, Kanuk, Leslie Lazar and Wisenblit, Joseph. (2015). *Consumer Behavior*, 10 Edition, Prentice Hall, Singapore.
- Stanton, William J. (2010) *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 7 jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Tri Utami dan Sri Purwantini (2014), *Analisis Persepsi Harga, Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Warnet Floop Karangjati, Universitas Semarang*.
- William J. Shultz, (2014). *Manajemen Pemasaran*, Alfabeta : Bandung
- Zulian Yamit, 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Cetakan ke 6. Yogyakarta : Ekonisia.

Website :

<https://bogorkota.bps.go.id>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/05berapa-jumlah-perguruan-tinggi-di-indonesia>).



<https://dimaspurnama25.blogspot.co.id/2016/09/ekonomi.html?m=1>

<https://sumberdaya.ristekdikti.go.id>

<https://www.youthmanual.com/jawa-barat>.

# LAMPIRAN

**Lampiran 1****KUESIONER AWAL**

RESPON MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
UNIVERSITAS PAKUAN TENTANG PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN  
MAHASISWA

Petunjuk Pengisian :

- Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan saudara/i untuk menjawab seluruh pertanyaan.
- Pilihlah dan berikan tanda (X) pada jawaban yang paling sesuai menurut saudara/i
- Mohon semua pertanyaan diisi dengan jujur, benar, dan tidak ada yang terlewatkan.
- Atas kesediaan saudara/i dalam membantu penelitian mengisi kuesioner, peneliti mengucapkan terimakasih.

**Identitas Responden**

Nama :  
Umur :  
Jenis Kelamin :  Laki-Laki                       Perempuan  
Semester :  I     III  
Agama :  Islam  
 Katolik  
 Protestan  
 Hindu  
 Budha

- A. Respon Mahasiswa tentang Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Pakuan
1. Biaya pendidikan di Universitas Pakuan relatif cukup terjangkau ?
    - a. Setuju
    - b. Kurang setuju
    - c. Tidak setuju
  2. Apakah harga/ biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan ?
    - a. Setuju
    - b. Kurang setuju
    - c. Tidak setuju
  3. Apakah Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Swasta lainnya di Kota Bogor ?
    - a. Setuju
    - b. Kurang setuju
    - c. Tidak setuju
  4. Apakah harga/ biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima ?
    - a. Setuju
    - b. Kurang setuju
    - c. Tidak setuju

**Lampiran 2****KUESIONER PENELITIAN**

**Analisis Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1  
Universitas Pakuan Bogor)**

Tanggal : .....

No responden : 

Kepada Yth,

Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi S-1  
Universitas Pakuan Bogor

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan Skripsi, bernama ini saya :

Nama : Choirunnisa Fajriyati

NPM : 021114032

Mahasiswa Universitas Pakuan

Sedang mengadakan penelitian dengan judul Analisis Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan Bogor).

Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Mahasiswa/i dengan hormat memberikan penilaian melalui kuesioner ini. Dan saya harap informasi yang anda berikan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas kerjasama dan partisipasi yang telah diberikan, saya ucapkan terima kasih.

**A. Identitas responden**

Petunjuk pengisian kuesioner :

Berikan tanda checklist (√) sesuai dengan jawaban yang anda tentukan.

**1. Data Responden**

1. Jenis kelamin :

 a. Laki-laki b. Perempuan

2. Usia anda sekarang :

 a. 17 - 19 tahun b. 20 - 22 tahun c. 23 - 25 tahun

3. Tahun angkatan :

 a. 2013/2014 b. 2014/2015

- c. 2015/2016
- d. 2016/2017
- e. 2017/2018
4. Pendapatan orang tua/ pribadi (apa bila sudah bekerja) :
- a. < Rp 5.000.000
- b. Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
- c. > Rp 10.000.000
5. Apakah anda pernah mendaftar Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bogor selain Universitas Pakuan ?
- a. Pernah
- b Tidak pernah

**B. Pernyataan Persepsi Harga dalam Kepuasan Pelanggan (mahasiswa) pada Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan**

Berikan tanda (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat anda

Keterangan Jawaban :

1 = STB (Sangat Tidak Baik)

2 = TB (Tidak Baik)

3 = CB (Cukup Baik)

4 = B (Baik)

5 = SB (Sangat Baik)

**DATA KUESIONER**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STB	TB	CB	B	SB
<b>Keterjangkauan Harga</b>						
1	Harga yang dikeluarkan oleh mahasiswa sesuai dengan kondisi ekonomi orangtua mahasiswa.					
2	Syarat pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak menyulitkan bagi mahasiswa.					
3	Pembayaran biaya kuliah di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini dapat dicicil sebanyak dua kali atau lebih.					
4	Di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan tidak terdapat pungutan ataupun biaya lain selain yang tercantum pada brosur atau sejenisnya.					
<b>Kesesuaian antara harga dengan kualitas</b>						
5	Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan yang diberikan.					
6	Kebersihan ruangan di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini terjaga					

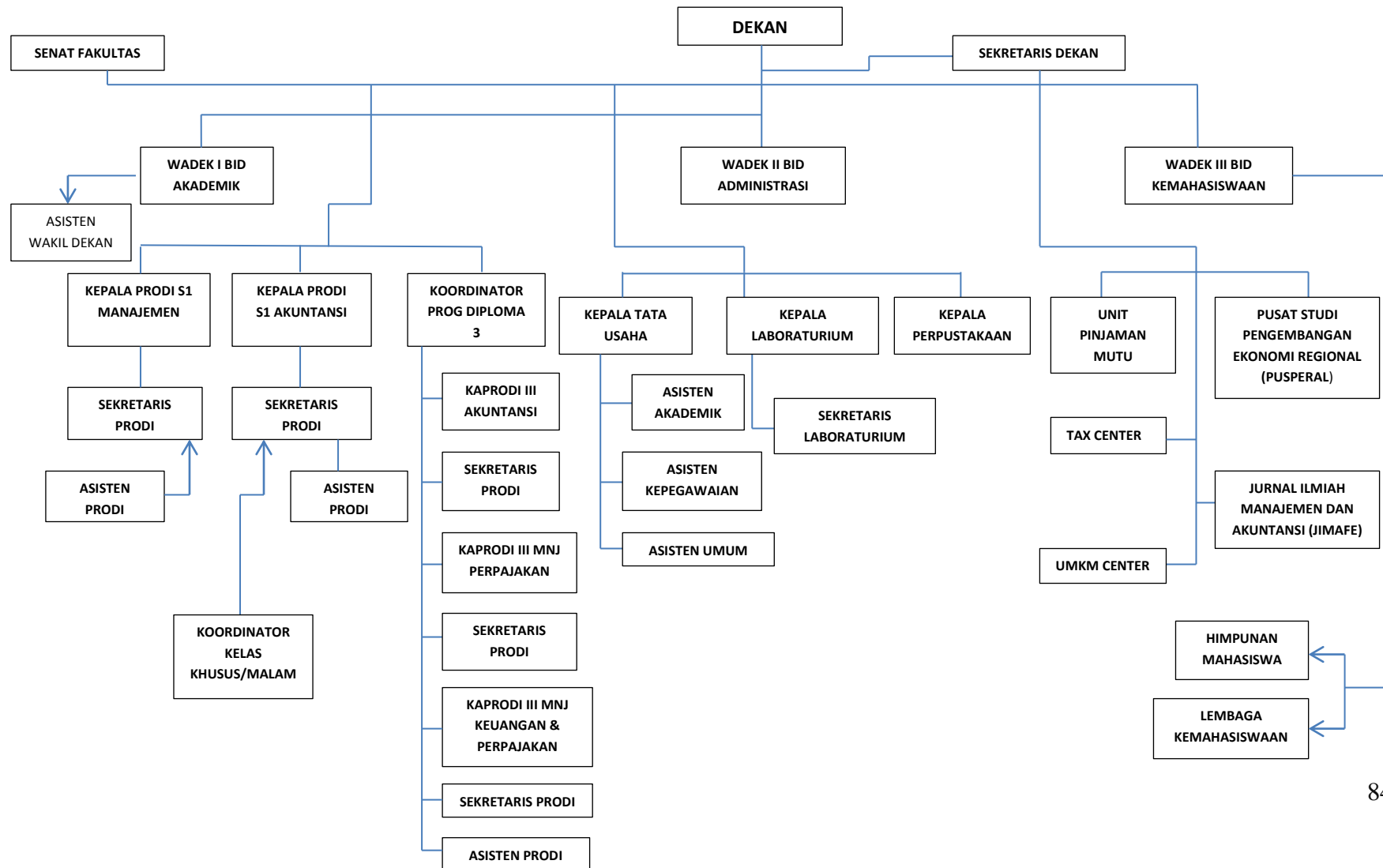
	dengan sangat baik.					
7	Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan ini memiliki kenyamanan ruangan, sehingga menimbulkan ketenangan dalam proses perkuliahan.					
8	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan akreditasi Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.					
9	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan harapan mahasiswa.					
10	Biaya yang dikeluarkan mahasiswa sesuai dengan pelayanan cepat dan tepat yang diberikan oleh Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.					
11	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perlengkapan pembelajaran modern yang ada di Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.					
<b>Daya saing harga</b>						
12	Biaya pendidikan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta lainnya di Kota Bogor.					
13	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan citra Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.					
14	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan mutu jasanya.					
15	Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mempengaruhi daya minat mahasiswa.					
<b>Kesesuaian antara harga dengan manfaat</b>						
16	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan pendidikan yang diperoleh.					
17	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang diterima.					
18	Harga yang ditawarkan Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa dan memenuhi kebutuhannya.					
19	Tidak pernah terjadi kekosongan					

	perkuliahan dengan alasan dosen sibuk diluar.					
20	Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan mendorong semangat mahasiswa dan dosen dalam melakukan kegiatan ilmiah seperti melakukan peneliatan dan karya tulis kemudian mempublikasikannya melalui berbagai media (sperti jurnal kampus).					
21	Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan sering melakukan talkshow dengan mahasiswa sebagai bentuk demokratisasi dan tukar pikiran antara manajemen kampus dan mahasiswa.					
22	Mahasiswa Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan bisa merasakan fasilitas lain yang ada dikampus seperti Perpustakaan Pusat, Perpustakaan Pascasarjana dll.					
23	Prodi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan salah satu jurusan yang memudahkan untuk masuk dunia kerja.					
24	Hoby dan bakat mahasiswa tersalurkan dengan baik pada UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang ada di Program Studi Akuntansi S-1 Universitas Pakuan.					



Lampiran 3

Struktur Organisasi Program Studi Akuntansi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan



## Lampiran 4

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
1	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4
2	4	4	3	4	2	2	4	2	4	4	1	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	2
3	2	4	2	5	4	3	4	5	2	3	2	5	2	2	5	4	5	3	5	3	5	5	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3	5	5	3	4	5	3	3	4	3	3	4	3	5	3
6	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4
7	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4
8	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
9	5	5	5	3	3	5	4	5	2	4	3	4	3	3	5	5	2	3	3	4	3	3	4	3
10	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4
11	4	4	4	3	5	3	4	3	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	5	5
12	3	3	2	4	3	3	5	2	2	3	4	3	4	3	4	2	3	3	5	5	3	3	5	3
13	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4
14	5	4	3	4	5	4	4	3	3	4	2	5	3	4	3	3	2	4	2	4	4	5	3	3
15	4	4	2	3	4	5	3	4	2	3	4	3	4	4	1	5	4	3	4	3	4	3	3	3
16	3	4	4	2	5	2	2	3	5	2	4	3	4	3	2	4	3	2	5	2	4	2	5	4
17	5	5	3	3	4	3	4	5	5	4	5	3	5	4	2	5	4	5	3	5	5	4	4	4
18	3	3	4	5	2	3	3	4	2	1	1	3	4	2	3	3	5	2	5	3	4	5	4	5
19	5	3	3	4	5	5	5	3	2	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	3	3	2	4
20	2	3	3	5	5	4	3	4	2	5	5	5	2	4	2	3	4	5	5	4	3	4	5	3
21	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	2	3	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4
22	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	1	3	3	4	4	3	4	2	2	4	4	4	2

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
23	4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4
24	3	5	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4
25	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	3	5	3	4	3	4	5	5	3
26	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
27	4	3	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3	2	4	4	5	4	4	3	4	3	5	2	3
28	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	3	5	4	2	4	5	4	4	5	5
29	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	2	3	4	4	4	4
30	4	5	4	5	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4
31	4	5	4	3	2	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4
32	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	2	4	5	3	5
33	5	3	2	4	3	3	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	1	3	3	5	4	5	3	3	3
35	5	3	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	2	4	2	4	4	4	4
36	4	4	2	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5
37	3	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4
38	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	3	3	5	4
39	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	5	4	3	5	4	4	3	3
40	5	5	4	5	4	2	3	3	4	2	5	3	4	3	3	5	3	4	4	4	5	5	5	4
41	4	5	5	4	4	4	5	3	2	1	2	3	1	2	5	3	3	3	3	2	4	3	5	4
42	3	3	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4
43	2	5	4	4	2	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3
44	4	5	3	3	2	4	2	5	4	1	3	5	3	3	3	4	5	5	4	2	3	4	5	3
45	4	3	3	4	3	5	5	2	5	2	5	2	2	5	4	5	3	3	4	4	2	5	2	2
46	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5	4
47	5	4	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	3	5	4	5	2	3	3

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
48	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3
49	3	3	2	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3
50	3	4	5	3	3	4	5	4	3	2	4	4	5	4	4	3	4	3	5	2	3	5	5	4
51	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5	4
52	4	4	4	2	4	3	4	5	3	4	5	5	4	4	5	3	3	4	4	2	3	3	4	3
53	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	3	4
54	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	5	2	3	3	4	5
55	2	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	2	4
56	5	4	4	5	4	3	2	1	3	4	2	3	3	4	4	3	5	2	2	4	5	4	2	3
57	3	5	2	3	3	5	2	4	4	5	4	4	5	5	5	2	3	5	3	5	4	5	4	3
58	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	1	3	3	4	4	3	5	2	2	4	4	4	2	3
59	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
60	5	3	5	2	5	3	4	4	5	1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	2
61	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
62	1	2	5	3	2	4	5	4	3	2	3	4	5	3	1	4	4	5	3	3	4	3	3	3
63	2	5	4	4	1	3	5	3	3	4	5	4	4	4	2	3	2	4	4	4	5	2	2	5
64	5	2	2	5	2	5	2	2	4	4	3	5	3	5	5	2	4	5	5	5	3	4	2	4
65	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5
66	5	5	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	4	4
67	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	5	5	5	2	4	2
68	5	3	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	2	3	3	2	3	4
69	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	1	3	3	4
70	5	2	2	5	3	4	3	3	5	2	3	3	4	5	3	4	3	5	4	5	2	3	5	3
71	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	2	3	3	4	5	4	3
72	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	3	4	2	4

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
73	2	3	2	3	5	3	4	3	2	3	3	3	5	3	3	5	3	3	2	4	2	3	4	2
74	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	2
75	3	4	3	4	2	4	5	5	5	2	4	2	4	4	5	3	3	4	3	2	5	3	5	2
76	4	5	2	3	4	5	5	4	5	4	3	4	3	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	2
77	3	2	5	2	4	3	4	3	4	3	2	5	2	4	2	5	4	3	5	2	2	2	5	2
78	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4
79	5	3	5	4	2	2	4	2	2	2	5	4	3	3	5	3	5	2	3	4	5	5	4	2
80	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	3	2
81	4	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	4
82	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4
83	2	5	5	4	2	4	2	3	5	5	4	3	5	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	3
84	4	5	4	3	2	3	4	5	3	4	4	4	2	3	3	5	5	3	3	2	4	5	5	4
85	3	4	4	1	3	3	4	4	5	2	2	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5
86	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	2	4	2	4	4	5	5	3	3	2	4
87	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	3	2	4	5	3	5
88	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	3	4	2	3	3	5	3	4	3	3
89	3	4	3	3	5	3	2	3	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	5	4
90	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4
91	5	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5
92	5	3	4	3	4	2	3	3	5	5	4	3	3	5	4	5	2	2	4	3	4	5	4	4
93	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	2	3	4	2	4
94	2	5	5	3	3	5	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	2	5	4	4
95	2	3	3	4	5	4	3	5	3	3	2	4	3	5	3	3	2	4	3	2	5	2	3	4
96	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	2	5	4	5	3	4	5	5
97	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	2	3	5	5	2	3	3	5	2	5	5	4	2

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	
98	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	5	2	
99	2	5	4	3	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	2	3	5	5	5	4	3	2	
100	3	5	4	2	3	4	2	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	5	4	3	5	4	1	3	
101	2	3	4	4	2	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	3	4	4	3	5	2	2	4	3	
102	1	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	2	3	3	4	4	5	
103	2	3	5	4	5	2	3	5	4	3	5	4	2	1	2	2	2	4	5	4	5	5	5	4	
104	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	1	5	
105	5	5	5	3	5	4	5	3	5	5	4	5	2	2	5	3	4	3	3	5	4	3	2	4	
106	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	2	5	
107	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	2	3	3
108	2	3	4	3	5	4	1	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	1	5	5	5	
109	5	2	4	3	4	3	2	4	2	5	2	5	4	3	4	5	5	4	4	3	4	5	3	5	
110	5	5	5	3	5	4	2	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	
111	2	1	1	3	4	2	3	3	2	5	5	5	3	3	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	
112	2	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	
113	2	5	5	5	2	4	2	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	
114	4	3	4	3	2	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	5	
115	5	4	4	1	3	3	4	4	5	2	2	3	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	
116	3	2	2	2	5	5	4	5	5	3	5	3	5	4	4	4	5	5	1	5	4	3	2	4	
117	4	5	4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	3	3	4	2	
118	2	3	1	2	5	4	4	4	3	2	3	2	4	2	4	2	3	3	4	3	5	5	4	3	
119	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	
120	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	
121	3	4	5	3	4	3	5	4	5	3	3	2	1	2	3	1	2	5	4	3	5	5	2	4	
122	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	3	2	1	2	5	

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
123	2	2	2	4	4	4	5	2	3	5	3	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	3	3	4
124	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	2	3	4	4	3	4	2	3	5	1	4	5	4	4
125	5	5	2	5	5	5	3	3	5	3	2	2	3	3	5	4	3	2	2	3	4	4	5	3
126	3	5	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
127	4	3	4	4	5	3	3	2	5	4	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4
128	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	2	5	4
129	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3
130	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	5	4	4
131	2	3	4	4	3	4	5	2	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5
132	3	2	5	4	2	4	4	4	4	3	4	3	5	2	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3
133	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
134	2	4	3	4	5	4	3	3	4	5	5	4	5	4	5	3	4	2	3	5	5	3	2	4
135	3	4	4	3	4	5	2	4	3	3	5	3	5	4	5	2	3	4	5	5	4	1	4	3
136	2	5	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	2	5	2	4	4	4	3	2	3	2
137	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5
138	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4
139	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	2	2	5	3	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4
140	2	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
141	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4
142	4	5	4	3	3	2	4	3	5	2	3	2	3	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5
143	3	3	4	3	2	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4
144	5	5	4	5	2	3	4	5	4	1	5	4	3	2	5	2	2	3	2	2	4	5	4	5
145	2	2	3	2	5	2	4	4	3	2	4	3	2	3	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5
146	5	4	5	4	5	5	5	3	4	2	5	5	5	5	2	3	3	4	3	5	4	5	4	5
147	3	3	4	3	2	1	1	3	2	3	3	5	2	5	5	5	5	3	5	5	4	4	3	2

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
148	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	2	5	3	5	3	5	2	4	2	4	4	5	2
149	3	4	5	4	5	4	5	4	4	2	3	4	5	5	4	1	5	4	3	4	3	4	3	2
150	4	3	3	5	4	5	2	2	3	5	2	4	5	4	3	2	4	3	2	5	2	4	2	5
151	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	2	5	5	5	3	5	5	4	4
152	4	5	5	4	4	5	4	4	5	2	1	1	3	4	2	3	3	5	2	5	5	5	5	3
153	3	3	2	4	3	5	5	2	2	2	4	5	4	5	4	4	5	3	4	3	4	3	3	2
154	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	2	5	4	5	4	2	2	5	3	4	3	3	5
155	5	4	3	4	5	4	5	5	3	4	2	5	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
156	5	4	2	3	4	5	5	4	2	3	4	4	5	4	4	4	2	4	5	3	5	4	3	4
157	3	4	4	2	5	2	2	3	5	2	4	5	4	4	3	4	3	2	3	5	3	2	3	3
158	5	5	3	3	4	5	4	4	4	5	5	3	5	3	2	4	2	4	5	4	5	5	5	5
159	3	5	4	4	2	3	3	4	2	4	1	3	4	5	4	5	5	3	4	2	4	5	5	3
160	5	3	3	5	5	5	5	3	2	4	4	4	5	5	4	4	4	2	3	4	5	5	4	1
161	2	3	3	5	5	4	3	5	2	5	5	4	2	2	3	3	5	2	4	4	3	5	3	4
162	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	2	5	3	4	2	5	3	5	3	5	2	4
163	2	5	3	4	5	3	4	3	4	4	5	3	3	2	1	2	3	3	4	2	5	5	5	3
164	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	2	3	4	5	5	4	1
165	5	3	2	2	2	5	5	4	2	5	3	5	3	5	5	4	4	5	2	4	5	4	3	2
166	3	2	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	2	3	4	5	4	3	5	3	3
167	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	2	4	4	4	1	3	3	4	4	3	5	2	5	5
168	5	5	5	3	4	3	5	3	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3
169	3	4	4	2	5	2	2	3	4	2	4	5	4	3	3	4	3	2	1	1	3	4	4	5
170	5	5	3	3	4	5	4	5	5	3	5	3	5	4	5	3	5	2	4	5	4	5	4	4
171	3	5	4	4	2	3	3	4	2	1	1	3	4	2	3	4	4	2	5	5	5	2	4	2
172	4	5	2	3	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	2	3	4



No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
173	3	2	5	2	4	5	4	3	4	3	2	5	2	4	4	4	5	5	4	4	1	3	3	4
174	5	4	5	4	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
175	4	3	2	1	1	3	4	2	3	4	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4
176	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	1	5	5	5	4	5	3	5	3	5	5	4	4
177	5	2	2	5	3	4	3	3	4	2	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3
178	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	2	4	3	4	3	3	5	5	2	3	3	4	5	3
179	5	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3	5	2	5	5	5	5	4	5	4	5	2	4	4
180	1	3	4	2	3	3	5	2	3	5	5	3	4	3	4	3	3	2	3	5	4	5	5	5
181	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	3
182	5	5	2	4	2	3	3	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	3	5	5	2	3	5	3
183	4	3	2	3	4	5	4	3	4	3	4	3	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
184	4	3	5	5	2	3	2	3	4	2	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	3
185	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
186	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	2	2	3	2	5	4
187	3	4	5	5	4	5	2	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4
188	4	2	5	4	4	1	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4
189	3	2	3	3	5	5	4	3	4	2	5	4	5	2	4	2	5	5	2	3	5	3	4	3
190	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4
191	2	5	4	4	3	4	5	4	3	5	4	4	1	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4
192	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	3	3	5	3	4
193	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5
194	2	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	2	5	4
195	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	2	4	3	4	5	5
196	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	2	4	2	4	3	4
197	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	5	3	5	4	2	5	5	5	3	5

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
198	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	4	2	3	3	1	1	3	4
199	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
200	3	5	5	4	3	3	5	4	2	2	5	3	4	3	4	5	2	4	2	3	5	5	5	2
201	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	2	3	4	5	5	4	3	2
202	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	2	5	2	2	3	5	5
203	5	3	3	2	4	3	5	5	3	2	3	4	3	4	5	5	3	3	4	5	4	3	5	5
204	2	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	2	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5
205	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	2	5	5	5	2	4	2	3	4	4	3	4
206	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	4	5	4	4	5	4
207	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	1	3	3	4	4	3	5	5	4
208	4	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
209	5	4	5	5	4	4	1	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
210	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
211	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4
212	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5
213	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
214	4	3	4	5	4	4	3	2	4	5	4	4	3	4	3	5	2	3	3	2	4	3	5	5
215	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	2	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4
216	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	2	3	5	4	4	4	4	3	4	2	4	4
217	5	4	5	4	2	5	5	3	2	4	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4
218	4	3	4	5	5	4	5	2	4	5	5	4	1	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
219	3	2	5	2	2	3	2	5	4	5	4	3	2	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3
220	1	3	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	2	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	1
221	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
222	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
223	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
224	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
225	3	5	5	3	3	5	4	5	2	3	3	4	3	3	5	5	2	3	3	4	5	5	4	3
226	3	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5
227	4	5	5	3	4	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	5	5	2
228	4	4	5	2	3	4	5	4	1	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4
229	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	2	5	5	5	3	5	2	4	4	5	5
230	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	3	4	5	5	4	1	5	4	3	2	4	3
231	4	5	4	4	5	5	4	4	2	3	2	5	2	4	5	4	3	2	4	3	2	3	5	4
232	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	2	5	5	5	3	4	5
233	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	3	2	1	3	3	4	2	3	3	5	2	4	5	4
234	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	2	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	1	5
235	5	4	3	4	3	3	5	5	4	5	4	5	4	3	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4
236	4	5	4	3	4	2	4	4	4	5	5	4	4	1	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5
237	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
238	5	4	5	2	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	3	3	5	4
239	3	3	5	3	5	4	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
240	3	3	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
241	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	2	2	5	3	4	3	3	5	5	2	3
242	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
243	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5
244	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	2	3	2	3	5	3	4	3	4	2	3	3
245	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
246	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	3	2	3	5	3	4	5	5	5	3	5	2
247	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	5	4	1	5	5

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
248	4	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	5	3	4	2	5	5	5	4	3	2	5	4
249	3	3	3	4	3	2	1	1	4	2	3	3	4	2	5	5	5	5	3	5	4	2	4	5
250	5	5	5	3	5	2	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4
251	3	4	3	4	4	2	5	4	2	4	2	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4
252	4	4	5	4	5	4	5	4	2	3	4	5	4	3	5	4	5	4	5	2	4	2	5	4
253	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	2	3	4	4	4
254	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
255	3	5	3	3	3	4	5	4	4	2	3	2	4	4	5	5	5	3	5	4	2	5	5	5
256	5	2	2	4	4	5	3	4	5	5	2	4	4	3	2	1	1	3	4	2	3	3	5	2
257	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	2	4	5	4	5	4	4	5	3	4
258	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	2	4	2	3	5	5
259	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	5	4	3	2	3	4	5	4	3
260	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	1	3	3	4	4	3	5
261	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
262	4	3	3	5	5	2	3	3	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
263	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5
264	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5
265	3	4	3	4	2	3	3	5	3	3	5	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
266	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5
267	5	4	5	3	5	2	4	2	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
268	4	4	2	3	4	5	5	4	2	3	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4
269	3	4	4	2	3	2	2	3	5	2	4	4	5	5	4	3	4	5	4	2	4	3	4	3
270	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	2	3	5	3	4	3	4	2	3	5	5	3	4	4
271	3	5	4	3	2	3	3	4	2	1	4	5	4	4	3	4	5	5	4	1	1	3	4	2
272	5	3	3	4	5	5	5	3	2	4	3	4	2	5	4	3	3	3	2	4	5	4	4	4

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	
273	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	2	3	4	3	5	4	1	3	4	5	4	3	2	4	
274	4	1	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	5	5	5	3	5	3	4	4	4	3	2	3
275	4	2	4	3	2	5	2	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	
276	5	2	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	3	3	3	4	5	2	2	4	5	4	4	4	
277	2	3	3	4	2	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	3	5	5	4	4	4	3	
278	4	4	5	3	4	3	4	3	2	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	
279	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	2	4	3	5	5	2	3	2	3	3	4	4	3	
280	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	3	5	4	
281	3	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	4	2	5	5	5	3	5	4	5	4	
282	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	2	3	4	5	5	4	1	3	3	4	3	
283	2	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	2	4	4	4	5	
284	5	1	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	3	5	4	2	5	4	3	4	
285	3	5	3	5	4	2	5	3	3	5	5	4	5	2	1	1	3	4	2	3	3	5	3	4	
286	4	1	3	4	2	3	3	4	5	5	5	5	4	2	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	
287	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	5	5	5	2	4	2	3	5	4	4	
288	5	4	5	2	4	2	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	3	2	3	4	5	5	4	5	
289	3	4	3	2	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	
290	5	4	1	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	2	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	
291	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	5	3	3	5	4	3	
292	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	
293	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	
294	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	3	4	
295	4	5	5	4	3	4	2	5	5	3	5	2	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	
296	5	4	3	4	2	4	1	4	5	5	4	3	3	4	5	5	2	2	4	3	4	1	3	3	
297	4	5	5	3	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	

No Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
298	5	4	3	4	4	2	4	4	5	2	2	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	5	3
299	1	3	5	4	5	2	2	3	4	3	3	5	5	2	3	3	4	5	5	2	2	3	3	5
300	2	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	5	2	5	3

## Lampiran 5

Cara perhitungan sampel, sebagai berikut :

Sampel untuk Tahun Angkatan 2013/2014 yaitu :

$$n = \frac{67}{1171} \times 300$$

$$n = 17,16 = 17 \text{ Orang (dibulatkan)}$$

Sampel untuk Tahun Angkatan 2014/2015 yaitu :

$$n = \frac{300}{1171} \times 300$$

$$n = 76,85 = 77 \text{ Orang (dibulatkan)}$$

Sampel untuk Tahun Angkatan 2015/2016 yaitu :

$$n = \frac{313}{1171} \times 300$$

$$n = 80,18 = 80 \text{ Orang (dibulatkan)}$$

Sampel untuk Tahun Angkatan 2016/2017 yaitu :

$$n = \frac{251}{1171} \times 300$$

$$n = 64,30 = 64 \text{ Orang (dibulatkan)}$$

Sampel untuk Tahun Angkatan 2017/2018 yaitu :

$$n = \frac{240}{1171} \times 300$$

$$n = 61,48 = 62 \text{ Orang (dibulatkan)}$$