

PENGARUH ATMOSPHER AKADEMIK, BUDAYA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEINGINAN BERPERILAKU

*Diana Triwardhani*¹
*Tati Handayani*²

^{1,2}*Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi UPN Veteran Jakarta
Jl RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan.*

¹*dient_upn@yahoo.com*

²*tatihandayani01@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh atmosfir akademik, budaya, dan kualitas layanan terhadap keinginan berperilaku mahasiswa. Survei terhadap 168 mahasiswa yang diperoleh dengan tehnik acak sederhana sebagai responden dari 8 fakultas ekonomi di Jakarta Selatan. Data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner setelah diuji validitas dan reliabilitas serta kecocokan model regresi, maka dihasilkan bahwa terdapat pengaruh atmosfir akademik, budaya, dan kualitas layanan terhadap keinginan berperilaku baik secara partial maupun bersama-sama.

Kata kunci: atmosfir akademik, budaya, kualitas layanan, dan keinginan berperilaku.

PENDAHULUAN

Saat ini jumlah perguruan tinggi di Jakarta sangat banyak, selain perguruan tinggi negeri juga perguruan tinggi swasta (PTS) yang paling banyak. Menurut Kopertis Wilayah III jumlah PTS yang ada di Jakarta Selatan ada sekitar 107 (info@kopertis3.or.id) terdiri dari berbagai bentuk, seperti sekolah tinggi, institut, akademi dan sebagainya. Hal ini tentu saja membuat persaingan semakin ketat dalam memperebutkan calon mahasiswa. Situasi persaingan yang cukup ketat ini, membuat perguruan tinggi berusaha untuk terus meningkatkan kualitasnya yaitu dengan cara memberikan pelayanan-pelayanan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan dapat memuaskan mahasiswanya, baik dibidang akademik, yaitu dengan menciptakan atmosfer akademik yang kondusif dan menyenangkan, sarana dan prasarana dan yang lainnya, karena bila tidak dilakukan maka akan terjadi penurunan jumlah mahasiswa, hal ini

sudah terjadi pada beberapa perguruan tinggi swasta yang setiap tahun pada saat penerimaan mahasiswa baru, jumlah penerimaan mahasiswa baru tersebut menurun.

Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif maka setiap perusahaan dituntut untuk mampu memuaskan konsumennya. Sehingga strategi yang didasarkan pada komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan secara terus-menerus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, baik yang menghasilkan barang nyata maupun jasa. Hal ini dilakukan karena adanya kenyataan bahwa konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari penyedia barang atau jasa dari perusahaan lain yang mampu memuaskan kebutuhannya. Parasuraman, Zeithaml., Valerie., Berry & Parasuraman (1996) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas

jasa, harga, dan oleh faktor situasi dan personal dari konsumen. Liu, Sudharshan, dan Hamer (2000), menemukan bahwa kualitas layanan memiliki efek pada beberapa jenis niat perilaku, selain itu dari budaya yang berbeda akan memiliki pandangan yang berbeda terhadap persepsi kualitas layanan dan cara mereka berniat memuji atau sebaliknya. Demikian pula menurut Bianchi (2001), Wong (2003), Michael K , Robertson , Cronin (2001) bahwa budaya yang berbeda akan membuat persepsi yang berbeda terhadap kualitas layanan, karena menurut Mattila (1999) bahwa pelanggan dengan latar belakang budaya barat lebih cenderung mengandalkan isyarat nyata dari lingkungan fisik untuk mengevaluasi kualitas layanan daripada rekan-rekan mereka di Asia. Begitu pula menurut Ndubisi, Malhotra, Ulas & Ndubisi, (2012), kepercayaan dan kepuasan serta budaya secara signifikan berhubungan dengan loyalitas pelanggan.

Sejalan dengan itu menurut Solomon (2004) Kepuasan merupakan faktor yang akan mendorong adanya komunikasi dari mulut kemulut (*word-of-mouth communication*) yang bersifat positif. Bentuk dari komunikasi dari mulut kemulut yang disampaikan oleh orang yang puas ini bisa berbentuk rekomendasi kepada calon konsumen lain, dorongan kepada rekan untuk melakukan bisnis dengan penyedia sehingga konsumen puas, dan mengatakan hal-hal yang baik tentang penyedia jasa dimana ia puas (Parasuraman, Zeithaml., Valerie., Berry & Parasuraman (1996) Dengan demikian tampak bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam hal ini keinginan berperilaku (*behavior intension*) baik konsumen yang ada maupun potensial. Yang tidak kalah penting adalah faktor lingkungan (*atmosphir*) yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap niat berperilaku seseorang,

demikian menurut Jooyeon , Shawn, (2012) karena atmosfir ini menunjukkan bahwa atmosfir bisa meningkatkan atau melemahkan persepsi kualitas pelanggan. Pada mahasiswa, Japarianto (2006), mengatakan bahwa budaya mahasiswa akan menentukan *behavior intention* mahasiswa karena dengan budaya yang hampir sama mahasiswa cenderung akan berperilaku sama . Keinginan berperilaku inilah yang akan menjelaskan apakah seorang mahasiswa akan memberikan rekomendasi positif atau negatif kepada sesama mahasiswa atau calon mahasiswa yang ingin melanjutkan kuliah.

Hasil penelitian-penelitian yang telah dikemukakan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis bahwa keinginan berperilaku pelanggan dapat dipengaruhi oleh atmosfir, budaya, dan kualitas layanan. Variabel-variabel tersebut yang akan dibahas kembali pada penelitian ini dengan unit analisis para mahasiswa yang berada di beberapa perguruan tinggi swasta di wilayah Jakarta Selatan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif verifikatif untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara atmosfer akademik , budaya dari mahasiswa, dan kepuasan mahasiswa atas kualitas yang diberikan oleh perguruan tinggi swasta yang terdapat di Jakarta Selatan. Unit analisis penelitian ini adalah mahasiswa PTS yang terdapat di Jakarta Selatan menggunakan *simple random sampling*. Dalam penentuan jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti mengacu pada rekomendasi yang dikemukakan dalam Sekaran, 2003: Jumlah sampel yang tepat atau sesuai untuk penelitian adalah 30-500, oleh karena itu, ukuran sampel yang akan diambil adalah 30 orang mahasiswa setiap fakultas yang terdapat di fakultas ekonomi pada PTS -PTS yang dijadikan sampel yang duduk di semester 5,6,7,8,

yang terdiri dari mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan.

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah variabel atmosfer akademik yang diukur dengan 10 pertanyaan, variabel budaya diukur dengan 8 pertanyaan, variabel kualitas layanan yang diukur dengan 14 pertanyaan, dan variabel keinginan berperilaku diukur dengan 16 pertanyaan yang semuanya memakai skala Likert diadopsi dari Japarianto (2006).

Data dianalisis menggunakan regresi berganda dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik dan sebelumnya dilakukan uji instrumen validitas dan reliabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang diolah sebanyak 168 sampel (tingkat pengembalian 78%) dari 8 Fakultas berasal dari Perguruan Tinggi Swasta yaitu: FE UPN Veteran Jakarta, FE Unas, FE Uhamka, FE Mercu Buana, FE Budi Luhur, FE Bhayangkara, FE Perbanas, dan FE Bhakti Pembangunan.

Hasil uji instrumen menunjukkan kuesioner yang digunakan seluruhnya adalah 34 butir dengan reliabilitas diatas 0,7 dan menurut Suliyanto, 2005 dengan Cronbach Alpha 0,7 instrumen sudah memenuhi syarat untuk digunakan

Dengan jumlah responden sebanyak 168 orang (menggunakan skala likert) maka tiap butir pertanyaan mempunyai nilai tertinggi adalah sebesar : 840 dan terendah adalah 168.

Dari tabel tersebut terlihat bahwa jawaban yang tertinggi diantara butir yang ada adalah pada variabel kualitas layanan yaitu tentang fasilitas dengan

butir pertanyaan nomor 22 yaitu : “Media pengantar perkuliahan sangat lengkap” hal ini mencerminkan bahwa menurut mahasiswa dari semua perguruan tinggi tersebut bahwa media yang dipunyai oleh fakultas maupun dosen ketika perkuliahan dilakukan sudah lengkap, dan jawaban yang terkecil adalah ”Banyak hasil riset kampus ini yang berguna bagi masyarakat luas” butir pertanyaan tersebut merupakan variabel keinginan berperilaku, dan mahasiswa berpendapat seperti ini karena menurut mereka kegiatan ini memang belum banyak dilakukan oleh pihak fakultas.

Sebelum analisis regresi berganda, dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, dimana hasilnya adalah bahwa model regresi dapat dilakukan. Tabel 2 adalah hasil regresi dari seluruh responden yang berasal dari 8 fakultas ekonomi perguruan tinggi swasta tersebut.

Dari hasil Tabel 2 tersebut terlihat bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara Akademik Atmosfir, Budaya, dan Kualitas Layanan secara baik secara parsial maupun simultan Terhadap Keinginan Berperilaku karena semua hasil pengujian nilai Sig. adalah $< 0,05$. Dan pengaruh yang terbesar terhadap keinginan berperilaku diantara ke 3 variabel tersebut adalah kualitas layanan, terlihat dari beta yang terbesar diantara 2 variabel lainnya yaitu sebesar 0,501. Hal ini sangat normal mengingat kualitas layanan adalah hal yang sangat terasa langsung terhadap pengguna dari layanan fakultas tersebut dalam hal ini adalah para mahasiswa, sehingga apabila layanan baik maka keinginan berperilaku yang positif dari mahasiswa akan terlaksana.

Tabel 1.
Hasil Jawaban Responden

No	Pernyataan	Skor yang diperoleh
1	Melakukan diskusi penelitian dengan dosen merupakan kegiatan rutin setiap bulan.	611
2	Kegiatan penelitian bersama dosen merupakan kegiatan yang ditunggu mahasiswa.	644
3	Perpustakaan dengan jam buka dan tutup tepat waktu membantu mahasiswa untuk mendapatkan banyak informasi	673
4	Mahasiswa menghabiskan waktu dipergustakaan mencari informasi dari internet.	605
5	Dosen yang ada di kampus saya banyak menyediakan waktu berkonsultasi dengan mahasiswa diluar jam kuliah.	551
6	Setiap ada permasalahan, saya membicarakannya dengan dosen pembimbing akademik.	590
7	Hubungan yang baik dengan banyak perusahaan, memudahkan kami dalam mencari perusahaan untuk melakukan praktek kerja lapangan.	678
8	Saya minder dalam pergaulan karena keluarga saya mempunyai status sosial rendah.	623
9	Dalam memperingati hari kemerdekaan 17 Agustus warga kelurahan saya setiap tahun mengadakan acara topeng Betawi.	598
10	Menurut saya, anak perempuan harus bisa melakukan pekerjaan dapur/memasak.	656
11	Saya terbiasa menabung lebih dulu untuk mendapatkan sesuatu.	642
12	Saya patuh dengan apapun yang dilarang orang tua terhadap saya	602
13	Layanan dari bagian pendidikan dan pembelajaran akurat	600
14	Permintaan transkrip mahasiswa dilayani dengan cepat.	596
15	Staf akademik melayani keperluan mahasiswa dengan baik.	585
16	Keluhan tentang jadwal yang bentrok dtanggapi dengan segera.	563
17	Pergantian kartu ujian yang hilang dilayani dengan cepat.	560
18	Kuliah di fakultas ini membuat mahasiswa menjadi disiplin dalam segala hal.	588
19	Pimpinan dan staf pergi kerumah duka ketika mahasiswa kampus ini meninggal dunia.	628
20	Semua Ruang kuliah menggunakan AC.	608
21	Dosen dalam memberikan kuliah berpenampilan rapih.	604
22	Media pengantar perkuliahan sangat lengkap.	679
23	Saya akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk kuliah di kampus saya	655
24	Dengan kualitas yang sudah terbukti saya menyarankan teman untuk kuliah disini.	620
25	Keluarga saya harus kuliah ditempat ini karena pelayanannya memuaskan.	628
26	Saya menganjurkan orang lain untuk kuliah di tempat lain.	639
27	Saya menganjurkan penerbit buku berkualitas untuk berbisnis dengan kampus saya	569
28	Saya menginformasikan kepada orang lain, Perguruan Tinggi ini merupakan pilihan terbaik	601
29	Dibandingkan dengan Perguruan Tinggi lain, saya tetap memilih kampus ini.	642
30	Setelah mempertimbangkan kampus-kampus lain, pilihan pertama saya adalah kampus ini.	598
31	Saya tidak menganjurkan keluarga untuk kuliah disini.	566
32	Pada masa yang akan datang saya tidak ingin berhubungan lagi dengan Perguruan Tinggi ini	523
33	Banyak hasil riset kampus ini yang berguna bagi masyarakat luas	424
34	Kampus ini bersih dari tawuran antar mahasiswa.	613

Tabel 2.
Hasil Regresi Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Variabel	B	Sig
Akademik Atmosfir	0,277	0,000
Budaya	-0,135	0,039
Kalitas Layanan	0,501	0,000

Adjst. R Square = 0.850
 R = 0,645
 F = 0,000

Secara keseluruhan hasil dari penelitian ini yaitu dari 8 FE PTS (UPNVJ, Mercubuana, Bhayangkara. Unas, Perbanas, Budi Luhur, Uhamka, Bhakti Pembangunan) yang diambil sampelnya adalah sesuai dengan hipotesis yang dibuat bahwa terdapat pengaruh antara atmosfir akademik, budaya dan kualitas layanan terhadap keinginan berperilaku baik secara partial maupun secara simultan. Untuk atmosfir akademik yang mempengaruhi niat berperilaku, hasil ini sejalan dengan penelitian dari Jooyeon, Shawn, (2012) dan Japarianto (2006) karena dengan atmosfir akademik yang baik akan menimbulkan keinginan berperilaku positif. Kemudian untuk pengaruh budaya yang signifikan terhadap keinginan berperilaku, hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Liu, Sudharshan, dan Hamer (2000), Ndubisi, Malhotra, Ulas, Gibson (2012), walaupun budaya mahasiswa berbeda tetapi tetap berpengaruh terhadap keinginan berperilaku. Dan pengaruh terbesar ada pada kualitas pelayanan terhadap keinginan berperilaku dari para mahasiswa tersebut. Artinya dari keseluruhan FE PTS tersebut yang paling dominan mempengaruhi untuk melakukan word of mouth adalah kualitas pelayanan yang memuaskan mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Solomon (2004), Demikian juga menurut Parasuraman, Zeithaml, Valerie., Berry & Parasuraman (1996) bahwa keinginan berperilaku disebabkan oleh

adanya kualitas pelayanan yang baik yang dirasakan konsumen sehingga konsumen akan merasa puas dan akan melakukan kesetiaan terhadap lembaga, dengan rela melakukan pembayaran yang lebih dan akan menyebarkannya ke setiap orang.

Hal ini dapat dijadikan acuan oleh semua fakultas tersebut bahwa yang diingat dan dirasakan langsung oleh mahasiswa ketika mereka kuliah adalah pelayanan apabila pelayanan memuaskan mereka atau sebaliknya maka yang akan mereka lakukan adalah hal-hal yang terkait dengan kepuasan mereka itu. Apabila mereka merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan maka hal itulah yang membuat mahasiswa berkeinginan untuk berperilaku menyebarkan apa yang dirasakannya tersebut, begitu pula apabila mereka tidak puas, tentu hal-hal yang menjadi ketidakpuasan itulah yang akan disebarkan oleh mereka.

Oleh karena itu sepatutnya semua PTS tersebut selalu mengevaluasi pelayanannya kepada stakeholder khususnya mahasiswa, yang sudah bagus dipertahankan atau ditingkatkan sedangkan yang masih dirasakan kurang oleh mahasiswa seperti pergantian kartu ujian yang hilang yang lambat yang harus diperbaiki, artinya kegiatan-kegiatan terkait pelayanan di kampus khususnya bidang akademik memang harus selalu diperhatikan dan diperbaiki karena bidang akademik merupakan motor utama dalam pelayanan sebuah kampus, disamping tentunya sarana dan prasarana juga tak kalah

penting. Keinginan berperilaku ini ditunjukkan dengan nilai perolehan yang besar dari jawaban responden untuk butir "Dibandingkan dengan Perguruan Tinggi lain, saya tetap memilih kampus ini." artinya kesetiaan mereka terhadap kampusnya tidak akan tergoyahkan lagi, selain itu butir " Saya akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk kuliah di kampus saya" serta butir "Dengan kualitas yang sudah terbukti saya menyarankan teman untuk kuliah disini" adalah butir-butir pertanyaan yang dijawab dengan perolehan nilai yang tinggi sehingga hal itu membuktikan bahwa memang para responden mempunyai keinginan berperilaku yang positif untuk merekomendasikan apa yang dirasakannya terhadap orang lain ketika mereka merasakan kepuasan akan kampusnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Atmosfir kademik, budaya dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keinginan berperilaku mahasiswa baik secara partial maupun bersama-sama. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang memuaskan mahasiswa maka akan secara otomatis para mahasiswa merekomendasikan kepada teman atau kerabat keluarga untuk memilih kampus dimana mereka sedang kuliah. Pengalaman mereka menggunakan media pembelajaran yang sangat lengkap, pelayanan akademik yang akurat dan perhatian atau atensi dari jajaran Fakultas, diantaranya empati ketika ada mahasiswa yang sedang berduka atau bermasalah akan direspon sangat baik oleh mahasiswa. Hal inilah yang perlu diperhatikan oleh Jajaran Fakultas khususnya dan para pejabat Rektorat umumnya yang terkait dengan pelayanan akademik dan kemahasiswaan, serta informasi, sarana dan prasarana. Tanpa pelayanan yang baik maka hanya ketidakpuasan yang didapat oleh para

mahasiswa dan hal ini yang akan menyebabkan mahasiswa melakukan *behavior intention*/keinginan berperilaku yang negatif atau menyebarkan ketidakpuasan mereka terhadap orang-orang sekitarnya. Hal ini menjadi salah satu penyebab dan memiliki efek domino terhadap keinginan masyarakat untuk kuliah di perguruan tinggi yang bersangkutan. Artinya masyarakat akan berpikir berulang kali ketika mau memilih perguruan tinggi tersebut atau mungkin tidak perlu berpikir lagi untuk memilih perguruan tinggi tersebut mengingat citra PT sudah negatif.

Saran

Dominasi terhadap keinginan berperilaku adalah pelayanan maka sebaiknya setiap fakultas yang menjadi unit penelitian ini mempertahankan pelayanan akademik dan kemahasiswaan dalam berbagai aspek karena menurut responden pelayanan yang ada di kampus sudah memuaskan mereka, sedangkan atmosfir akademik yang ada dapat ditingkatkan lagi

Penelitian lanjut memuat sampel yang lebih besar dan geografi yang lebih luas sehingga memenuhi untuk digeneralisasikan. Selain itu, dapat dilakukan analisa gender dengan dugaan terdapat perbedaan dalam berperilaku, atau dapat juga ditambahkan variabel prestasi belajar dan penghargaan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin, tanggal download 5 Juli 2013, *Jumlah PTS Menurut Wilayah*, info@kopertis3.or.id
- Brady, M.K., Robertson C.J., Cronin J. 2001. Managing behavioral intentions in diverse cultural environments: An investigation of service quality, service value, and satisfaction for American and Ecuadorian fast-food customers. *Journal of Business Research*, 129–149.

- Contanza, B. 2001. *The effect of cultural differences on service encounter satisfaction*, Proceedings 2001 AMA Winter Educator's Conference 12, 46-52
- Japarianto, E. 2006. Budaya dan behavior intention mahasiswa dalam menilai service quality. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1, 44-52.
- Furrer, O., Liu, B. S-C. & Sudharshan, D. 2000. The relationships between culture and service quality perceptions – basis for cross-cultural market segmentation and resource allocation, *Journal of Service Research*, 2, 355-371.
- Ha, J., & Jang, S.C. 2012 The effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception *Journal of Services Marketing*, Vol. 26 Iss: 3, pp.204 – 215
- Matilla, A.S. 1999. *The role of culture in the service Evaluation Process*, *Journal of service Reesearch*, Volume 1 No. 3, 250-261
- Ndubisi, O.N., Malhotra, N.K., Dilber U. & Gibson C.N., 2012, Examining uncertainty avoidance, relationship quality, and customer loyalty in two cultures. *Journal of International Consumer Marketing*, 24, 320-337.
- Sekaran, U. 2003. *Research methods for business: Skill-building approach*, Fourth Edition, New York: John Wiley & Sons Inc
- Suliyanto. 2005. *Analisis data dalam aplikasi pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Solomo, M. 2004. *Consumer behavior buying, having, and being 6th ed*, Pearson publisher
- Wong, N.Y. 2003. The role of culture in the perception of service recovery. *Journal of Business Research*, 57, 957-963
- Zeithaml, A.V., Berry, L.L., & A. Parasuraman. 1996, *Journal of Marketing*, Vol.60, p.31-46.