

BAB V

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum STIAMAK Barunawati Surabaya

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya merupakan perguruan tinggi yang mencetak Sumber Daya Manusia (SDM) bidang industri dan perdagangan yang terkait dengan pelabuhan dan transportasi laut. STIAMAK Barunawati Surabaya dibawah pengelolaan Yayasan Barunawati Biru Surabaya (YBBS) dibawah pembinaan PT. Pelindo III Group. STIAMAK Barunawati Surabaya memiliki kerjasama dengan pihak PT. Pelindo III Group untuk mendukung perkuliahan, misalnya dosen dari praktisi kepelabuhan dan kuliah port visit ke wilayah PT. Pelindo III Group. STIAMAK Brunawati Surabaya memiliki program studi Strata Satu Ilmu Administrasi Bisnis, dengan konsentrasi bidang kepelabuhan dan logistik.

Saat ini STIAMAK Barunawati Surabaya berlokasi di Jalan Perak Barat 173 Surabaya, memiliki dosen praktisi kepelabuhan sebanyak 50% dan dosen murni 50%. Untuk meningkatkan pengetahuan bidang kepelabuhan, STIAMAK Barunawati Surabaya menyelenggarakan kuliah umum yang melibatkan para pelaku usaha sektor kepelabuhan dan praktisi kepelabuhanan. Secara berkala mahasiswa diikutsertakan dalam workshop dan berbagai pendalaman terkait kepelabuhan di lingkungan kerja PT. Pelindo III Group.

STIAMAK Barunawati Surabaya memiliki lulusan yang bekerja di sektor kepelabuhan PT. Pelindo III Group, perusahaan pelayaran, perusahaan bongkar

muat, perusahaan ekspedisi muatan kapal laut (*forwading*), pergudangan ekspor impor, industri jasa kepelabuhanan hingga wirausaha, perbankan dan instansi pemerintah.

5.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif STIAMAK Barunawati Surabaya yang berjumlah 69 mahasiswa. Pengumpulan data ordinal dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada para mahasiswa STIAMAK Barunawati Surabaya. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir.

1) Identifikasi berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir mahasiswa aktif. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden. Berdasarkan Jenis Kelamin Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 5.1 berikut ini:

Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki - Laki	43	62%
Perempuan	26	38%
Total	69	100%

Sumber: Data Kuesioner, diolah Peneliti

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada Tabel 5.1 tersebut, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 43 orang dengan presentase sebesar 62% dan responden perempuan yaitu sebanyak 26 orang dengan presentasi

sebesar 38%. Sebagian besar responden yang ada adalah responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 62%. Hal tersebut dikarenakan laki-laki lebih tertarik untuk bekerja di bidang ke pelabuhanan dibanding wanita.

2) Identifikasi berdasarkan Usia

Keragaman responden berdasarkan umur atau usia dapat ditunjukkan pada Tabel 5.2 berikut ini:

Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
18 – 22 tahun	37	54%
23 – 27 tahun	19	28%
28 – 32 tahun	9	13%
> 33 tahun	4	6%
Total	69	100%

Sumber: Data Kuesioner, diolah Peneliti

Berdasarkan karakteristik umur responden pada Tabel 5.2 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berumur antara 18 – 22 tahun sebanyak 37 orang dengan presentase sebesar 54%, responden yang berumur antara 23 – 27 tahun sebanyak 19 orang dengan presentase sebesar 28 %, responden yang berumur antara 28 – 32 tahun sebanyak 9 orang dengan presentase sebesar 13 % dan responden yang berumur lebih dari 33 tahun sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 6 %. Berdasarkan karakteristik umur responden sebagian besar responden berumur antara 18 – 22 tahun yaitu sebesar 54%. Hal tersebut dikarenakan lokasi yang menjadi obyek penelitian adalah perguruan tinggi, sehingga sebagian besar umur responden masih muda yaitu antara 18 – 22 tahun.

3) Identifikasi berdasarkan Pendidikan Terakhir

Keragaman responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat ditunjukkan pada Tabel 5.3.

Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentasi
SMA/SMK	59	86%
DIII	10	14%
Lainnya	0	0%
Total	69	100%

Sumber: Data Kuesioner, diolah Peneliti

Berdasarkan karakteristik pendidikan terakhir pada Tabel 5.3 di atas tersebut menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 59 orang dengan presentase sebesar 86 %, DIII sebanyak 10 orang dengan presentase sebesar 14 %, dan tidak ada responden berdasarkan pendidikan lainnya. Berdasarkan karakteristik pendidikan terakhir responden sebagian besar responden adalah mahasiswa aktif lulusan SMA/SMK yaitu sebesar 86 %. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa yang melanjutkan ke STIAMAK Barunawati Surabaya, sebagian besar lulusan SMA/SMK.

5.3 Identifikasi Jawaban Responden

Jawaban responden dari masing-masing variable penelitian memiliki frekuensi atau jumlah skor 1 sampai 5. Dari masing-masing hasil tersebut dikategorikan berdasarkan rumus berikut :

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Keterangan :

Nilai tertinggi adalah 5, nilai terendah adalah 1, dan jumlah kelas adalah 5. Dari perhitungan rumus diatas diperoleh hasil perhitungan sebesar 0,80 yang berarti jarak dari satu interval ke interval berikutnya sebesar 0,80.

Tabel 5.4 Tabel Kategori Skala Interval

Interval	Kategori	Keterangan
1,00 – 1,80	1	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	2	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	3	Cukup Setuju
3,41 – 4,20	4	Setuju
4,21 – 5,00	5	Sangat setuju

Sumber: Lingga (2016)

5.3.1 Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Citra Institusi (X1)

Variabel citra institusi terdiri dari 8 indikator. Berikut adalah jawaban responden berdasarkan frekuensi dan nilai rata – rata. Nilai rata – rata tersebut kemudian dikategorikan. Berikut hasil jawaban responden untuk variabel citra institusi :

Tabel 5.5 Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Institusi (X1)

Kode	Pernyataan	Kategori					Rata - Rata	Kategori
		1	2	3	4	5		
X1.1	Ada keterlibatan program studi ilmu administrasi bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya dalam kegiatan di kepelabuhanan		3	16	26	24	4.03	Setuju
X1.2	Institusi sudah menunjukkan dalam hal akademik		3	20	24	22	3.94	Setuju

Kode	Pernyataan	Kategori					Rata - Rata	Kategori
		1	2	3	4	5		
X1.3	Secara umum, program studi ilmu administrasi bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya sangat diperlukan di perusahaan maupun stake holder		3	18	29	19	3.93	Setuju
X1.4	STIAMAK Barunawati Surabaya adalah sekolah tinggi bidang kepelabuhanan yang memiliki kualitas yang baik		1	17	32	19	4.00	Setuju
X1.5	Program studi Ilmu Aministrasi Bisnis STIAMAK Barunawati Surabaya sering direkomendasikan oleh orang-orang di sekitar saya		2	14	34	19	4.01	Setuju
X1.6	Kuliah di program studi Ilmu Administrasi Bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya akan mampu meningkatkan skill kemampuan untuk mencari pekerjaan nantinya		1	12	29	27	4.19	Setuju
X1.7	Program studi Ilmu Administrasi Bisnis STIAMAK Barunawati Surabaya membekali mahasiswanya dengan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja		3	14	27	25	4.07	Setuju
X1.8	Institusi sudah mendapatkan pengakuan dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT)		6	8	25	30	4.14	Setuju

Sumber : Data diolah

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata – rata jawaban responden dari mulai 3,93 sampai dengan 4,19. Seluruh nilai rata – rata tersebut termasuk dalam kategori setuju. Indikator dengan jawaban mean terendah adalah “secara umum, program studi ilmu administrasi bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya sangat diperlukan di perusahaan maupun *stake holder*”. Sedangkan indikator dengan

jawaban tertinggi “kuliah di program studi Ilmu Administrasi Bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya akan mampu meningkatkan skill kemampuan untuk mencari pekerjaan nantinya”. Seluruh indikator termasuk dalam kategori setuju. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden setuju bahwa seluruh pernyataan dalam variabel citra institusi. Dengan kata lain responden setuju bahwa citra institusi STIAMAK Barunawati Surabaya adalah menunjang kegiatan pelabuhan, menunjukkan hal akademik, ilmu administrasi bisnis diperlukan di perusahaan, memiliki kualitas baik, program studi ilmu administrasi bisnis sering direkomendasikan orang di sekitar, STIAMAK Barunawati Surabaya meningkatkan kemampuan mencari pekerjaan, STIAMAK membekali ilmu pengetahuan dan ketrampilan sesuai kebutuhan dunia kerja dan institusi mendapatkan pengakuan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi / BAN PT.

5.3.2 Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Citra Pemakai (X2)

Variabel citra pemakai terdiri dari 4 (empat) indikator. Berikut adalah jawaban responden berdasarkan frekuensi dan nilai rata – rata. Nilai rata – rata tersebut kemudian dikategorikan. Berikut hasil jawaban responden untuk variabel citra pemakai :

Tabel 5.6 Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Pemakai (X2)

Kode	Pernyataan	Kategori					Rata - Rata	Kategori
		1	2	3	4	5		
X2.9	Mahasiswa/alumni STIAMAK Barunawati Surabaya diakui oleh masyarakat memiliki identitas eksklusif	0	0	5	16	48	4.62	Sangat Setuju

Kode	Pernyataan	Kategori					Rata - Rata	Kategori
		1	2	3	4	5		
X2.10	Perusahaan menggunakan sumber daya manusia hasil keluaran STIAMAK Barunawati Surabaya, karena memiliki kualitas yang baik	0	0	3	27	39	4.52	Sangat Setuju
X2.11	Dengan melanjutkan ke STIAMAK Barunawati Surabaya, berharap mendapatkan pekerjaan yang lebih layak	0	0	9	35	25	4.23	Setuju
X2.12	Stake holder percaya dengan hasil kerja mahasiswa/alumni STIAMAK Barunawati Surabaya adalah unggul	0	0	5	49	15	4.14	Setuju

Sumber : Data diolah

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata – rata jawaban responden dari mulai 4,14 sampai dengan 4,62. Seluruh nilai rata – rata tersebut termasuk dalam kategori setuju dan sangat setuju. Indikator dengan jawaban *mean* terendah adalah “*Stake holder* percaya dengan hasil kerja mahasiswa/alumni STIAMAK Barunawati Surabaya adalah unggul”. Sedangkan indikator dengan jawaban tertinggi “Mahasiswa/alumni STIAMAK Barunawati Surabaya diakui oleh masyarakat memiliki identitas eksklusif”. Dua indikator termasuk dalam kategori setuju dan dua indikator termasuk kategori sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden setuju dan sangat setuju bahwa seluruh pernyataan dalam variabel citra pemakai. Responden setuju atas pernyataan: dalam hal melanjutkan ke STIAMAK Barunawati Surabaya, berharap mendapatkan pekerjaan yang lebih layak dan indikator *stake holder* percaya dengan hasil kerja mahasiswa/alumni STIAMAK Barunawati Surabaya adalah unggul. Kemudian responden sangat setuju atas pernyataan: Mahasiswa/alumni STIAMAK Barunawati Surabaya diakui oleh masyarakat memiliki identitas eksklusif dan

perusahaan menggunakan sumber daya manusia hasil keluaran STIAMAK Barunawati Surabaya, karena memiliki kualitas yang baik.

5.3.3 Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Citra Produk (X3)

Variabel citra produk terdiri dari 3 indikator. Berikut adalah jawaban responden berdasarkan frekuensi dan nilai rata – rata. Nilai rata – rata tersebut kemudian dikategorikan. Berikut hasil jawaban responden untuk variabel citra produk :

Tabel 5.7 Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Produk (X3)

Kode	Pernyataan	Kategori					Rata –Rata	Kategori
		1	2	3	4	5		
X3.13	Hasil keluaran (alumni) STIAMAK Barunawati Surabaya dipercaya perusahaan tertarik untuk mengambil sumber daya manusia dari mahasiswa/lulusan STIAMAK Barunawati Surabaya	0	0	7	33	29	4.32	Sangat Setuju
X3.14	STIAMAK Barunawati Surabaya merupakan salah satu perguruan tinggi yang menghasilkan keluaran (alumni) bidang kepelabuhanan yang berkualitas	0	1	11	32	25	4.17	Setuju
X3.15	STIAMAK Barunawati Surabaya dikenal masyarakat luas sebagai pencetak sumber daya manusia bidang kepelabuhanan	0	0	10	30	29	4.28	Sangat Setuju

Sumber : Data diolah

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata – rata jawaban responden dari mulai 4,17 sampai dengan 4,32. Seluruh nilai rata – rata tersebut termasuk dalam kategori setuju dan sangat setuju. Indikator dengan jawaban mean terendah adalah “STIAMAK Barunawati Surabaya merupakan salah satu perguruan tinggi yang

menghasilkan keluaran (alumni) bidang kepelabuhanan yang berkualitas”. Sedangkan indikator dengan jawaban tertinggi “STIAMAK Barunawati Surabaya dikenal masyarakat luas sebagai pencetak sumber daya manusia bidang kepelabuhanan”. Satu indikator termasuk dalam kategori setuju dan dua indikator termasuk kategori sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden setuju dan sangat setuju bahwa seluruh pernyataan dalam variabel citra produk. Responden setuju atas pernyataan: STIAMAK Barunawati Surabaya merupakan salah satu perguruan tinggi yang menghasilkan keluaran (alumni) bidang kepelabuhanan yang berkualitas. Kemudian responden sangat setuju atas pernyataan: Hasil keluaran (alumni) STIAMAK Barunawati Surabaya dipercaya perusahaan tertarik untuk mengambil sumber daya manusia dari mahasiswa/lulusan STIAMAK Barunawati Surabaya dan STIAMAK Barunawati Surabaya dikenal masyarakat luas sebagai pencetak sumber daya manusia bidang ke pelabuhanan.

5.3.4 Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Keputusan Pemilihan (Y)

Variabel keputusan pemilihan terdiri dari 4 (empat) indikator. Berikut adalah jawaban responden berdasarkan frekuensi dan nilai rata – rata. Nilai rata – rata tersebut kemudian dikategorikan. Berikut hasil jawaban responden untuk variabel keputusan pemilihan :

Tabel 5.8 Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pemilihan (Y)

Kode	Pernyataan	Kategori					Rata - Rata	Kategori
		1	2	3	4	5		
Y.16	Keputusan pemilihan terhadap program studi ilmu administrasi bisnis karena		2	5	24	38	4.42	Sangat Setuju

Kode	Pernyataan	Kategori					Rata - Rata	Kategori
		1	2	3	4	5		
	telah melalui beberapa alternative pilihan							
Y.17	Keputusan pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis karena sesuai dengan kebutuhan		2	5	29	33	4.35	Sangat Setuju
Y.18	Keputusan terhadap pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis saat ini adalah keputusan yang tepat			28	26	15	3.81	Setuju
Y.19	Keputusan pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis karena memiliki manfaat ilmu administrasi bisnis bidang kepelabuhanan		1	2	50	16	4.17	Setuju

Sumber : Data diolah

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata – rata jawaban responden dari mulai 4,17 sampai dengan 4,35. Nilai rata – rata per indikator tersebut termasuk dalam kategori setuju dan sangat setuju. Indikator dengan jawaban mean terendah adalah “Keputusan terhadap pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis saat ini adalah keputusan yang tepat”. Sedangkan indikator dengan jawaban tertinggi “Keputusan pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis karena sesuai dengan kebutuhan”. Dua indikator termasuk dalam kategori setuju dan dua indikator termasuk kategori sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden setuju dan sangat setuju bahwa seluruh pernyataan dalam variabel keputusan pemilihan. Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan sebagai berikut : keputusan terhadap pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis saat ini adalah keputusan yang tepat dan pernyataan keputusan pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis karena memiliki manfaat ilmu administrasi bisnis bidang kepelabuhanan. Kemudian responden sangat setuju atas pernyataan : Keputusan pemilihan terhadap program studi ilmu administrasi

bisnis karena telah melalui beberapa alternative pilihan dan pernyataan dan pernyataan Keputusan pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis karena sesuai dengan kebutuhan.

5.3.5 Identifikasi Berdasarkan Jawaban Variabel Peluang Kerja (Z)

Variabel peluang kerja terdiri dari 5 (lima) indikator. Berikut adalah jawaban responden berdasarkan frekuensi dan nilai rata – rata. Nilai rata – rata tersebut kemudian dikategorikan. Berikut hasil jawaban responden untuk variabel peluang kerja :

Tabel 5.9 Tabel Deskripsi Jawaban Responden Variabel Peluang Kerja (Z)

Kode	Pernyataan	Kategori					Rata - Rata	Kategori
		1	2	3	4	5		
Z.20	Memilih program studi ilmu administrasi bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya karena menghasilkan SDM bidang kepelabuhanan.	0	2	21	26	20	3.93	Setuju
Z.21	Memilih program studi ilmu administrasi bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya karena perusahaan bidang kepelabuhanan terus berkembang	0	1	14	29	25	4.13	Setuju
Z.22	Saya memilih program studi ilmu administrasi bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya karena peluang kerja dibidang kepelabuhanan sangat luas	0	0	12	28	29	4.25	Sangat setuju
Z.23	Saya memilih program studi ilmu administrasi bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya karena bekerja bidang kepelabuhanan bisa meningkatkan kesejahteraan lebih dari upah minimum regional	0	0	12	31	26	4.20	Setuju
Z.24	Dengan melanjutkan ke program studi ilmu administrasi bisnis saya berharap mendapatkan pekerjaan yang lebih layak	0	1	3	37	28	4.33	Sangat setuju

Sumber: Data Diolah

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata – rata jawaban responden variabel peluang kerja dari mulai 4,17 sampai dengan 4,35. Nilai rata – rata per indikator tersebut termasuk dalam kategori setuju dan sangat setuju. Indikator dengan jawaban mean terendah adalah “Keputusan terhadap pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis saat ini adalah keputusan yang tepat”. Sedangkan indikator dengan jawaban tertinggi “Keputusan pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis karena sesuai dengan kebutuhan”. Dua indikator termasuk dalam kategori setuju dan dua indikator termasuk kategori sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden setuju dan sangat setuju bahwa seluruh pernyataan dalam variabel keputusan pemilihan. Responden yang menyatakan setuju atas pernyataan sebagai berikut : keputusan terhadap pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis saat ini adalah keputusan yang tepat dan pernyataan keputusan pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis karena memiliki manfaat ilmu administrasi bisnis bidang kepelabuhanan. Kemudian responden sangat setuju atas pernyataan: Keputusan pemilihan terhadap program studi ilmu administrasi bisnis karena telah melalui beberapa alternative pilihan dan pernyataan dan pernyataan Keputusan pemilihan program studi ilmu administrasi bisnis karena sesuai dengan kebutuhan.

5.4 Analisis Data

Uji PLS adalah metode analisis yang tidak didasarkan banyak asumsi. Data tidak harus berdistribusi normal, dengan skala kategori nominal, ordinal, interval sampai ratio. Pada penelitian ini data berskala interval. PLS dapat

digunakan untuk mengkonfirmasi teori dan menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variable laten. Program PLS yang digunakan adalah smartPLS profesional 3.0. Dalam PLS terdiri dari dua tahapan. Tahap pertama adalah melakukan pengujian *outer model*. Dalam tahap *outer model* diantara melakukan :

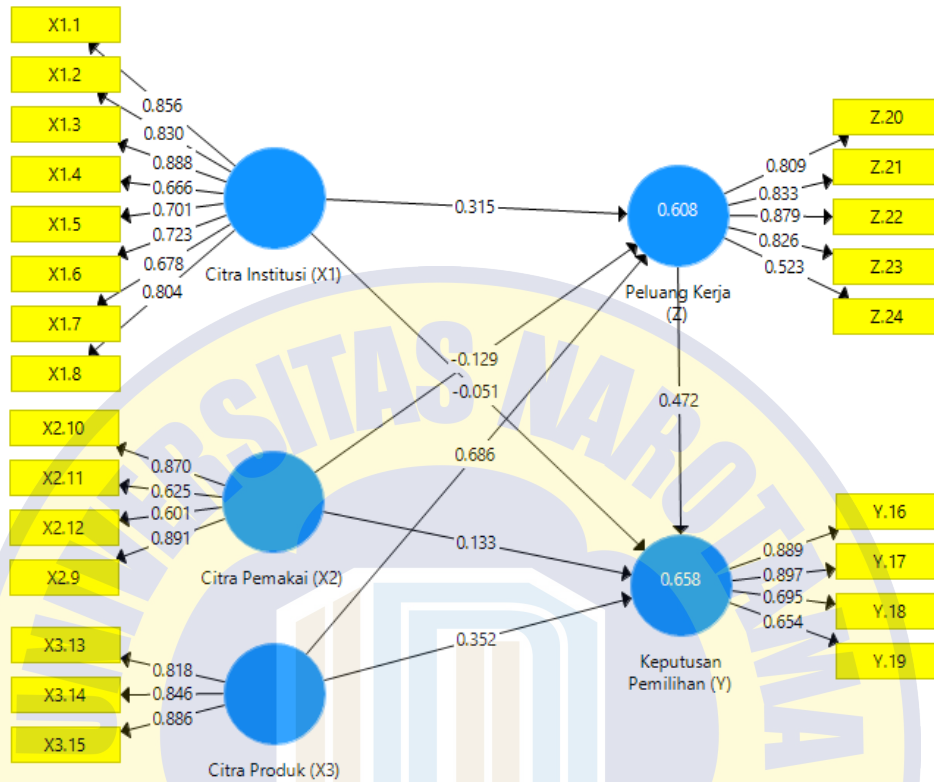
1. Menguji validitas konvergen. Indikator dikatakan valid apabila mempunyai nilai faktor loading lebih besar atau sama dengan 0,5.
2. Menguji validitas kontrak. Nilai validitas kontrak diukur dengan menggunakan nilai *average variance extracted* (AVE). Nilai AVE dikatakan baik jika mempunyai nilai lebih dari 0,5.
3. Menguji validitas deskriminan. Indikator dikatakan valid apabila mempunyai nilai faktor loading dalam satu variable lebih besar dibandingkan variable lain. Nilai standard factor loading lebih besar atau sama dengan 0,5.
4. Melakukan uji reliabilitas. Reliabilitas pada penelitian diukur dengan menggunakan *composite reliability*. Nilai reliabilitas yang dikatakan baik adalah jika lebih dari 0,6.

Tahap kedua adalah melakukan pengujian *inner model*. Dalam tahap ini bertujuan menguji hipotesis untuk memastikan ada tidaknya pengaruh antar variabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t.

5.4.1 Tahap Pengujian *Outer Model*

Berikut adalah gambar hasil pengujian PLS pada tahap *outer model* pada variabel. Pengujian dilakukan secara dilakukan pada seluruh masing – masing variabel. Pada penelitian ini variabel laten citra institusi, citra pemakai, citra produk, peluang kerja dan keputusan pemilihan. Kriteria indikator dari variabel dikatakan valid dan reliabel secara kontrak apabila mempunyai nilai faktor

loading lebih besar atau sama dengan 0,5. Berikut adalah pengujian *outer model* pada penelitian ini:



Gambar 5.1 Gambar Outer / Measurement Model

1. Validitas Konvergen

Hasil pengujian *outer model* pada tahap pertama adalah nilai validitas konvergen. Hasil validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *loading factor* dan nilai *t* hitung. Nilai *loading factor* dikatakan valid, harus bernilai lebih dari 0,5.

Berikut hasil uji validitas konvergen selengkapnya :

Tabel 5.10 Hasil Pengujian Validitas Konvergen

Indikator	Citra Institusi (X1)	Citra Pemakai (X2)	Citra Produk (X3)	Keputusan Pemilihan (Y)	Peluang Kerja_(Z)_
X1.1	0.856				
X1.2	0.830				
X1.3	0.888				
X1.4	0.666				

Indikator	Citra Institusi (X1)	Citra Pemakai (X2)	Citra Produk (X3)	Keputusan Pemilihan (Y)	Peluang Kerja (Z)
X1.5	0.701				
X1.6	0.723				
X1.7	0.678				
X1.8	0.804				
X2.10		0.870			
X2.11		0.625			
X2.12		0.601			
X2.9		0.891			
X3.13			0.818		
X3.14			0.846		
X3.15			0.886		
Y.16				0.889	
Y.17				0.897	
Y.18				0.695	
Y.19				0.654	
Z.20					0.809
Z.21					0.833
Z.22					0.879
Z.23					0.826
Z.24					0.523

Sumber: Data Diolah

Hasil perhitungan menunjukkan untuk variabel citra institusi, citra pemakai, citra produk, peluang kerja dan keputusan pemilihan memiliki nilai faktor *loading* lebih dari 0,5. Dengan hasil ini maka seluruh variabel memiliki validitas konvergen yang sudah memenuhi standar.

2. Validitas Konstrak

Model pengukuran berikutnya adalah nilai *Average Variance Extracted* (AVE), yaitu nilai menunjukkan besarnya varian indikator yang dikandung oleh variabel latennya. Nilai AVE lebih besar 0,5 juga menunjukkan kecukupan validitas yang baik bagi variabel laten, serti ditunjukkan Tabel 5.11.

Tabel 5.11. Hasil Pengujian Validitas Konstrak

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Citra Institusi (X1)	0.596
Citra Pemakai (X2)	0.576
Citra Produk (X3)	0.723
Keputusan Pemilihan (Y)	0.627
Peluang Kerja_(Z)_	0.615

Sumber: Data Diolah

Hasil perhitungan menunjukkan seluruh konstruk variabel penelitian menunjukkan semua variabel memiliki nilai AVE lebih dari 0,5. Dengan hasil ini maka seluruh variabel dan dimensi laten memiliki kecukupan validitas yang baik.

3. Validitas Deskriminan

Validitas deskriminan dapat diukur dengan menggunakan nilai *cross loading*. Nilai *cross loading* yang tinggi (0,5) pada dimensi dari variabel tertentu dibandingkan nilai dimensi dari variabel lain maka validitas konstruk dari variabel dan dimensi laten tersebut baik. Berikut adalah nilai *cross loading* selengkapnya pada Tabel 5.12.

Tabel 5.12 Hasil Pengujian Validitas Deskriminan dengan *Cross Loading*

Indikator	Citra Institusi (X1)	Citra Pemakai (X2)	Citra Produk (X3)	Keputusan Pemilihan (Y)	Peluang Kerja_(Z)_
X1.1	0.856	0.558	0.443	0.349	0.448
X1.2	0.830	0.438	0.457	0.378	0.578
X1.3	0.888	0.544	0.296	0.306	0.464
X1.4	0.666	0.388	0.111	0.198	0.145
X1.5	0.701	0.269	0.052	0.135	0.190
X1.6	0.723	0.301	0.112	0.157	0.216
X1.7	0.678	0.251	-0.039	0.158	0.116
X1.8	0.804	0.386	0.197	0.353	0.359
X2.10	0.447	0.870	0.403	0.398	0.288
X2.11	0.393	0.625	0.277	0.217	0.253

Indikator	Citra Institusi (X1)	Citra Pemakai (X2)	Citra Produk (X3)	Keputusan Pemilihan (Y)	Peluang Kerja_ (Z)_
X2.12	0.360	0.601	0.302	0.276	0.254
X2.9	0.437	0.891	0.420	0.412	0.305
X3.13	0.412	0.445	0.818	0.559	0.496
X3.14	0.202	0.421	0.846	0.639	0.608
X3.15	0.285	0.350	0.886	0.685	0.738
Y.16	0.288	0.408	0.699	0.889	0.667
Y.17	0.303	0.399	0.641	0.897	0.658
Y.18	0.194	0.203	0.540	0.695	0.607
Y.19	0.425	0.396	0.433	0.654	0.418
Z.20	0.406	0.262	0.622	0.551	0.809
Z.21	0.385	0.373	0.611	0.686	0.833
Z.22	0.356	0.284	0.634	0.685	0.879
Z.23	0.419	0.238	0.653	0.573	0.826
Z.24	0.333	0.278	0.274	0.431	0.523

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.12 menunjukkan bahwa *cross loading* untuk pada masing – masing variabel lebih besar dibandingkan kolom pada variabel lain. Ini berarti variabel memenuhi validitas deskriminan.

4. Reliabilitas

Reliabilitas konstruk yang diukur dengan nilai *composite reliability*, konstruk reliabel jika nilai *composite reliability* di atas 0,70 maka indikator disebut konsisten dalam mengukur variabel latennya. Berikut hasil selengkapnya :

Tabel 5.13 Hasil Pengujian Reliability Konstrak

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Citra Institusi (X1)	0.912	0.960	0.921
Citra Pemakai (X2)	0.741	0.784	0.840
Citra Produk (X3)	0.810	0.827	0.887
Keputusan Pemilihan (Y)	0.794	0.826	0.868
Peluang Kerja (Z)	0.836	0.864	0.886

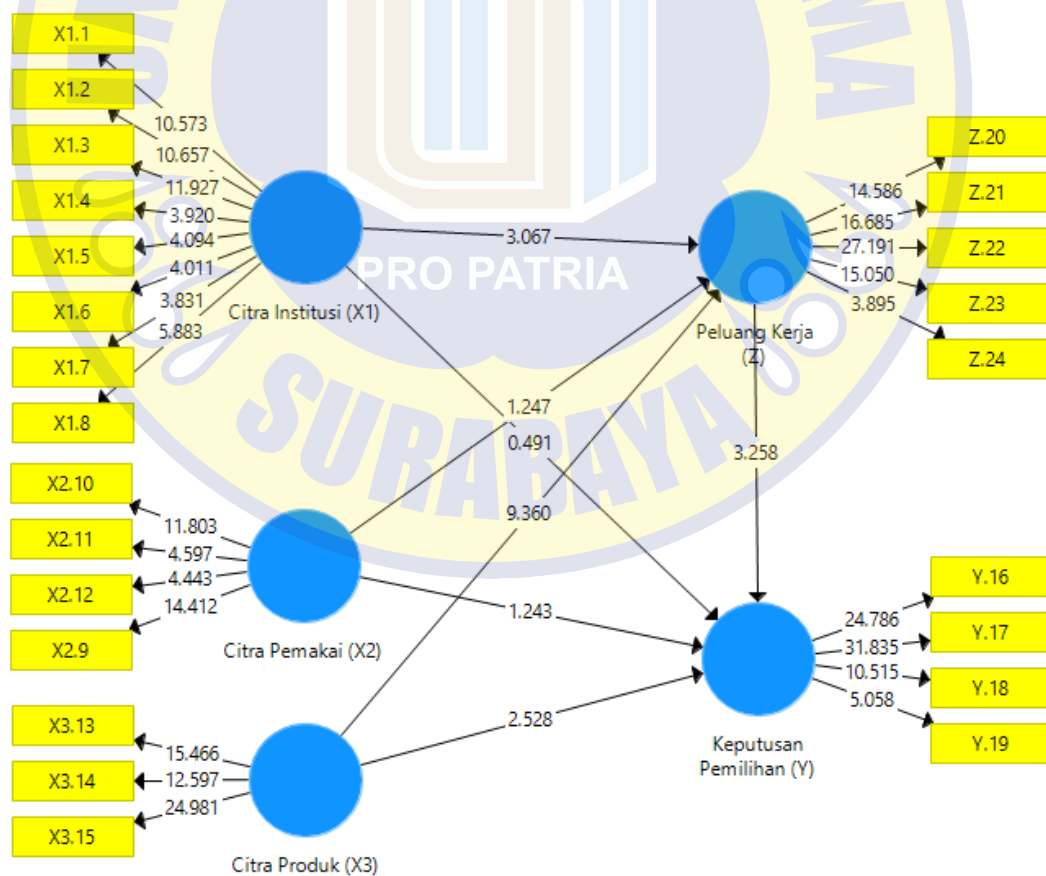
Sumber: Data Diolah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa konstruk (variabel dan dimensi) seluruh variabel memiliki nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

5.5 Pengujian Hipotesis

5.5.1 Tahap Pengujian *Inner Model* atau *Structural Model*

Tahap structural model ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t. Variabel dikatakan memiliki pengaruh apabila nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05. Hasil perhitungan yang dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5.2 Uji *Inner* / Struktural Model

Berikut adalah nilai estimate dari masing – masing hubungan antar variabel penelitian :

Tabel 5.14 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Hubungan Antar Variabel	Koefisien	t	P value
Citra Institusi (X1) → Peluang Kerja (Z)	0.315	3.067	0.002
Citra Pemakai (X2) → Peluang Kerja (Z)	-0.129	1.247	0.213
Citra Produk (X3) → Peluang Kerja (Z)	0.686	9.360	0.000
Citra Institusi (X1) → Keputusan Pemilihan (Y)	-0.051	0.491	0.624
Citra Pemakai (X2) → Keputusan Pemilihan (Y)	0.133	1.243	0.215
Citra Produk (X3) → Keputusan Pemilihan (Y)	0.352	2.528	0.012
Peluang Kerja (Z) → Keputusan Pemilihan (Y)	0.472	3.258	0.001

Sumber: Data Diolah

Analisis pengujian hipotesis :

1. Pengaruh citra institusi terhadap peluang kerja

Nilai koefisien path citra institusi terhadap peluang kerja 0,315. Koefisien path bernilai positif. Nilai positif ini berarti semakin tinggi citra institusi maka semakin tinggi peluang kerja responden. Dan sebaliknya semakin rendah citra institusi maka semakin rendah peluang kerja responden. Kemudian nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh tingkat signifikansi 0,002. Nilai lebih kecil dari 0,05 sehingga ada pengaruh yang signifikan citra institusi terhadap peluang kerja. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima

2. Pengaruh citra pemakai terhadap peluang kerja

Nilai koefisien path citra pemakai terhadap peluang kerja -0,129. Koefisien path bernilai negatif. Nilai negatif ini berarti semakin tinggi citra pemakai maka semakin rendah peluang kerja responden. Dan sebaliknya semakin rendah citra pemakai maka semakin tinggi peluang kerja responden. Namun

nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh tingkat signifikansi 0,213. Nilai lebih besar dari 0,05 sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan citra pemakai terhadap peluang kerja. Sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak

3. Pengaruh citra produk terhadap peluang kerja

Nilai koefisien path citra produk terhadap peluang kerja 0,686. Koefisien path bernilai positif. Nilai positif ini berarti semakin tinggi citra produk maka semakin tinggi peluang kerja responden. Dan sebaliknya semakin rendah citra produk maka semakin rendah peluang kerja responden. Kemudian nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh tingkat signifikansi 0,000. Nilai lebih kecil dari 0,05 sehingga ada pengaruh yang signifikan citra produk terhadap peluang kerja. Sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima

4. Pengaruh citra institusi terhadap keputusan pemilihan

Nilai koefisien path citra institusi terhadap keputusan pemilihan -0,051. Koefisien path bernilai negatif. Nilai negatif ini berarti semakin tinggi citra institusi maka semakin rendah keputusan pemilihan responden. Kemudian nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh tingkat signifikansi 0,624. Nilai lebih besar dari 0,05 sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan citra institusi terhadap keputusan pemilihan. Sehingga H_0 diterima dan H_4 ditolak

5. Pengaruh citra pemakai terhadap keputusan pemilihan

Nilai koefisien path citra pemakai terhadap keputusan pemilihan 0,133. Koefisien path bernilai positif. Nilai positif ini berarti semakin tinggi citra pemakai maka semakin tinggi keputusan pemilihan responden. Dan sebaliknya semakin rendah citra pemakai maka semakin rendah keputusan pemilihan responden. Kemudian nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh

tingkat signifikansi 0,215. Nilai lebih besar dari 0,05 sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan citra pemakai terhadap keputusan pemilihan. Sehingga H_0 diterima dan H_5 ditolak

6. Pengaruh citra produk terhadap keputusan pemilihan

Nilai koefisien path citra produk terhadap keputusan pemilihan 0,352. Koefisien path bernilai positif. Nilai positif ini berarti semakin tinggi citra produk maka semakin tinggi keputusan pemilihan responden. Dan sebaliknya semakin rendah citra produk maka semakin rendah keputusan pemilihan responden. Kemudian nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh tingkat signifikansi 0,012. Nilai lebih kecil dari 0,05 sehingga ada pengaruh yang signifikan citra produk terhadap keputusan pemilihan. Sehingga H_0 ditolak dan H_6 diterima

7. Pengaruh peluang kerja terhadap keputusan pemilihan

Nilai koefisien path peluang kerja terhadap keputusan pemilihan 0,472. Koefisien path bernilai positif. Nilai positif ini berarti semakin tinggi peluang kerja maka semakin tinggi keputusan pemilihan responden. Dan sebaliknya semakin rendah peluang kerja maka semakin rendah keputusan pemilihan responden. Kemudian nilai koefisien ini dari hasil pengujian t diperoleh tingkat signifikansi 0,001. Nilai lebih kecil dari 0,05 sehingga ada pengaruh yang signifikan peluang kerja terhadap keputusan pemilihan. Sehingga H_0 ditolak dan H_7 diterima

Selain menguji pengaruh langsung pada penelitian ini juga menguji pengaruh tidak langsung. Pengujian *SmartPLS* dapat langsung menunjukkan hasil pengaruh tidak langsung sehingga tidak perlu melakukan pengujian

sendiri secara manual. Berikut hasil pengujian pengaruh tidak langsung, ditunjukkan pada Tabel 5.15.

Tabel 5.15 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Hubungan Antar Variabel	Koefisien	t	P value
Citra Institusi (X1) → Peluang Kerja (Z) → Keputusan Pemilihan (Y)	0.149	2.110	0.035
Citra Pemakai (X2) → Peluang Kerja (Z) → Keputusan Pemilihan (Y)	-0.061	1.090	0.276
Citra Produk (X3) → Peluang Kerja (Z) → Keputusan Pemilihan (Y)	0.324	3.147	0.002

Sumber: Data Diolah

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa yang berfungsi sebagai mediasi adalah peluang kerja dengan citra institusi dan citra produk. Sedangkan peluang kerja tidak memediasi citra pemakai terhadap keputusan pemilihan. Ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05. Sedangkan yang citra pemakai signifikansi 0,276 ($p > 0,05$). Sehingga hipotesis H_8 dan H_{10} diterima sedangkan H_9 ditolak.

Berdasarkan pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung dapat ditentukan jenis hubungannya apakah full mediasi atau parsial mediasi. Full mediasi apabila pengaruh langsung antar variabel signifikan, sedangkan pengaruh tidak langsung tidak signifikan. Sedangkan parsial mediasi terjadi apabila pengaruh langsung signifikan, demikian juga pengaruh tidak langsung. Apabila pengaruh langsung signifikan, namun tidak langsung tidak signifikan maka tidak memediasi.

Tabel 5.16 Jenis Mediasi

Variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung	Jenis mediasi
Citra institusi	Tidak Signifikan	Signifikan	Full Mediasi
Citra pemakai	Tidak signifikan	Tidak signifikan	Tidak memediasi
Citra produk	Signifikan	Signifikan	Parsial Mediasi

Baron dan Kenny dalam Suhardi (2010)

Pada Tabel 5.16 dapat diketahui bahwa citra institusi pengaruh langsungnya tidak signifikan dan pengaruh tidak langsungnya signifikan maka termasuk kategori full mediasi. Selanjutnya citra pemakai baik pengaruh langsung dan tidak langsung, tidak signifikan. Untuk citra produk pengaruh langsung signifikan dan hasil pengaruh tidak langsung juga signifikan sehingga jenis mediasinya adalah parsial mediasi.

5.5.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menggambarkan besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap endogen. Berikut hasil koefisien determinasi :

Tabel 5.17 Nilai Koefisien Determinasi

Hubungan antar Variabel	R Square
Citra institusi, citra pemakai, citra produk dan peluang kerja → Keputusan Pemilihan (Y)	0.658 atau 65,8 %
Citra institusi, citra pemakai, citra produk → Peluang Kerja (Z)	0.608 atau 60,8 %

Sumber: Data Diolah

Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh citra institusi, citra pemakai, citra produk terhadap peluang kerja 0,608 % adalah 60,8 %. Sedangkan besarnya pengaruh citra institusi, citra pemakai, citra produk dan peluang kerja terhadap keputusan pemilihan adalah 0,658 atau 65,8 %.

5.5.3 Pengujian *Goodness of Fit*

Pengujian *goodness of fit* tidak menjadi syarat utama dalam PLS, namun dalam penelitian ini dihitung sehingga model struktural yang dibangun *robust* dan akurat. Ada dua pengujian *goodness of fit*.

1. *Predictive relevance*

Nilai *predictive relevance* disimbolkan dengan Q^2 . Nilai dari Q-square dapat dihitung dengan perhitungan sebagai berikut : $Q^2 = 1 - (1 - 0,608) (1 - 0,658) = 0.8659$. Berdasarkan hasil dari perhitungan Q-square dapat dilihat bahwa nilai Q-square sebesar 0.8659. karena nilai $Q^2 > 0$, dapat disimpulkan model fit atau telah sesuai antara data dengan model.

2. *Goodness of Fit*

Yang kedua adalah dengan mencari nilai *Goodness of Fit* (GoF). Berbeda dengan CBSEM, untuk nilai GoF pada PLS-SEM harus dicari secara manual.

Rumus untuk menghitung GoF adalah :

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2} \dots\dots Tenenhaus (2004)$$

Hasil perhitungan nilai rata – rata AVE adalah 0.6274, sedangkan rata – rata R^2 adalah 0.633, Sehingga nilai GoF adalah **0.6301**. Nilai GoF masuk kategori GoF besar karena berada pada $0,63 > 0,38$. Menurut Tenenhaus (2004), nilai GoF small = 0,1, GoF medium = 0,25 dan GoF besar = 0,38. Metode kedua juga menunjukkan bahwa model fit atau telah sesuai antara data dengan model.

5.6 Pembahasan

Setelah dilakukan perhitungan untuk menguji hipotesis dan terbukti beberapa hipotesis diterima dan beberapa hipotesis ditolak, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis untuk menjelaskan alasan hipotesis diterima dan ditolak sesuai dengan teori dan kondisi empiris.

5.6.1 Pengaruh Citra Institusi terhadap Peluang Kerja

Ada pengaruh yang signifikan citra institusi terhadap peluang kerja, sehingga hipotesis pertama penelitian diterima. Citra institusi adalah kombinasi dari persepsi konsumen (dalam hal ini adalah mahasiswa) dan sikap terhadap institusi. Citra institusi dipercaya memiliki karakteristik yang sama seperti potret diri institusi dalam mempengaruhi keputusan pemilihan program studi. Citra institusi secara akurat akan mencerminkan tingkat komitmen institusi terhadap kualitas, keunggulan, dan hubungan dengan mahasiswa dan potensi mahasiswa, mitra dan masyarakat pada umumnya. Citra institusi membantu memfasilitasi pengetahuan mahasiswa pada pelayanan yang ditawarkan oleh institusi tertentu dan mengurangi ketidakpastian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra institusi terbentuk dari riwayat keberhasilan, stabilitas dibidang keuangan, kualitas produk dll. (Andriasan S., 2016). Pendapat yang dikemukakan ahli tersebut nampaknya dapat dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini. Bahwa citra institusi berpengaruh secara langsung terhadap peluang kerja.

5.6.2 Pengaruh Citra Pemakai terhadap Peluang Kerja

Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan citra pemakai terhadap peluang kerja. Hipotesis kedua penelitian tidak diterima kebenarannya. Berdasarkan data penelitian menunjukkan citra pemakai termasuk kategori tinggi. Ini berarti penilaian responden pada citra pemakai relatif baik, demikian juga untuk variabel peluang kerja. Tidak adanya pengaruh menunjukkan bahwa meskipun citra pemakai (mahasiswa tinggi) tapi tidak menentukan peluang kerja. Hal ini bisa dijelaskan dengan fenomena bahwa peluang mendapatkan pekerjaan ditentukan oleh faktor internal mahasiswa dan faktor eksternal yaitu faktor di luar mahasiswa itu sendiri. Mahasiswa yang memiliki kompetensi yang cukup belum tentu diterima jika lowongan pekerjaan yang dimasuki tidak sesuai kualifikasi. Banyak perusahaan yang menuntut pengalaman kerja terlebih dahulu. Selain itu beberapa perusahaan masih menggunakan sistem rekomendasi bahkan nepotisme keluarga atau kerabat yang sudah bekerja di perusahaan tersebut. Bagi mahasiswa baru yang melamar kerja akan kecil kemungkinan untuk diterima. Sehingga citra pemakai menjadi bukan faktor yang menentukan diterima tidaknya di pekerjaan.

5.6.3 Pengaruh Citra Produk terhadap Peluang Kerja

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan citra produk terhadap peluang kerja. Hipotesis ketiga penelitian diterima. Citra adalah aset terpenting dari suatu institusi. Citra yang baik merupakan perangkat kuat untuk menarik konsumen memilih produk atau jasa institusi, melainkan juga memperbaiki kepuasan konsumen terhadap institusi atau institusi (Sutojo, 2004).

Citra memberikan penilaian positif dan eksistensi institusi dimata publik, yaitu dengan menunjukkan pandangan masyarakat terhadap institusi dalam jangka panjang. Pencitraan yang terbentuk dengan baik akan memberikan dampak yang baik pula demi tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan institusi. Dalam hal ini mampu memberikan peluang bagi institusi untuk meraih keuntungan dari produk dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi dalam menjalankan bisnis.

5.6.4. Pengaruh Citra Institusi terhadap Keputusan Pemilihan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan citra institusi terhadap keputusan pemilihan. Hipotesis keempat penelitian ditolak. Ini berarti tinggi rendahnya citra institusi belum menjadi dasar mahasiswa dalam memilih STIAMAK Barunawati Surabaya. Citra institusi merupakan kombinasi persepsi mahasiswa dan sikapnya terhadap institusi. Citra institusi dipercaya memiliki karakteristik yang sama seperti potret diri institusi dalam mempengaruhi keputusan pemilihan program studi. Melihat jawaban responden yang menunjukkan rata – rata tinggi maka responden mahasiswa menilai citra institusi STIAMAK Barunawati Surabaya baik. Namun penilaian citra institusi yang tinggi tersebut tidak berdampak signifikan pada pemilihan kuliah di STIAMAK Barunawati Surabaya. Ini berarti ada faktor lain yang berdampak pada mahasiswa. Besar kemungkinan ada faktor lain yang berpengaruh diantara ajakan teman atau pihak lain yang terdekat yang menjadikan mahasiswa memilih STIAMAK Barunawati Surabaya. Selain itu juga bisa disebabkan karena faktor lain seperti jarak yang relatif dekat dengan rumah. Karena pada konsep keputusan pemilihan

faktor orang lain dan bauran pemasaran juga menentukan keputusan pemilihan sekolah tinggi. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Harahap, dkk (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa citra institusi berhubungan secara langsung terhadap keputusan pemilihan.

5.6.5. Pengaruh Citra Pemakai terhadap Keputusan Pemilihan

Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan citra pemakai terhadap keputusan pemilihan. Hipotesis kelima penelitian ditolak. Hasil perhitungan deskriptif menunjukkan bahwa jawaban responden pada citra pemakai termasuk kategori tinggi. Ini berarti karakteristik konsumen termasuk tinggi. Citra pemakai merupakan sekumpulan karakteristik dari konsumen yang dihubungkan dengan ciri khas dari konsumen suatu merek (*image*) (Soemirat, 2010). Tidak adanya pengaruh ini menunjukkan bahwa meskipun responden mahasiswa menilai citra pemakai yaitu dirinya tinggi tapi hal tersebut tidak menjadikannya untuk memilih program studi administrasi bisnis di STIAMAK Barunawati Surabaya. Hal tersebut disebabkan oleh citra pemakai yang tinggi tidak selalu selaras dengan tujuan mahasiswa memilih perguruan tinggi. Tujuan dan alasan memilih perguruan tinggi cukup beragam. Keputusan memilih sendiri bisa ditentukan oleh banyak faktor baik eksternal dan internal individu. Meskipun citra pemakai tinggi namun dengan semakin tinggi citra pemakai apabila responden mengevaluasi kondisi yang akan dipilih tidak sesuai maka keputusan tersebut bisa gagal. Dan sebaliknya meskipun citra pemakai rendah, namun dalam proses evaluasi responden menemukan adanya hal baik maka keputusan pemilihan akan dilakukan.

5.6.6. Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Pemilihan

Hasil perhitungan dengan SEM PLS membuktikan ada pengaruh yang signifikan citra produk terhadap keputusan pemilihan. Hipotesis keenam penelitian diterima. Ini menunjukkan citra produk program studi administrasi bisnis STIAMAK Barunawati Surabaya merupakan faktor yang menentukan mahasiswa memilih STIAMAK Barunawati Surabaya. Produk yang dimiliki sekolah tinggi adalah fakultas, program studi, jurusan yang dimiliki dan *output* kualitas (tidak berwujud) yang dihasilkan oleh STIAMAK Barunawati Surabaya. Semakin baik produk yang dimiliki dan dihasilkan STIAMAK Barunawati Surabaya maka akan semakin menjadi pilihan mahasiswa. Citra Produk adalah sekumpulan perasaan dan emosi yang menyertai produk itu. Alma, (2007) citra produk adalah persepsi seseorang terhadap seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud. Menurut Simamora (2004) citra produk adalah sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk. Sedangkan menurut Supriyadi, dkk (2016) konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk tidak hanya melihat produk dari segi kualitas, merek, maupaun harga, tapi juga citra merek yang melekat pada produk. Terdapat kecenderungan mahasiswa memilih program studi administrasi bisnis STIAMAK Brunawati Surabaya karena dikenal baik sebagai sekolah tinggi yang berpengalaman, melalui informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber (Simanjuntak, 2012).

5.6.7 Pengaruh Peluang Kerja terhadap Keputusan Pemilihan

Terdapat pengaruh yang signifikan peluang kerja terhadap keputusan pemilihan. Dengan demikian hipotesis ketujuh penelitian diterima. Adanya pengaruh peluang kerja terhadap keputusan memilih menunjukkan bahwa daya tarik sekolah tinggi adalah seberapa besar perguruan tinggi tersebut menjadikan lulusannya bisa diterima di dunia kerja. Hasil perhitungan deskriptif menunjukkan nilai rata – rata jawaban responden pada peluang kerja dan keputusan pemilihan termasuk kategori tinggi, artinya dua hal tersebut dimiliki STIAMAK Barunawati Surabaya. Sehingga program studi ilmu administrasi bisnis STIAMAK Barunawati Surabaya dinilai sebagai perguruan tinggi yang menjamin lulusannya memiliki peluang kerja dan atas alasan tersebut maka mahasiswa memilih program studi administrasi bisnis STIAMAK Barunawati Surabaya. Lapangan pekerjaan (Anwar & Budiman, 2016) merupakan bidang kegiatan dari usaha, perusahaan, instansi dimana seseorang bekerja atau pernah bekerja. Pengertian lapangan pekerjaan erat kaitannya dengan tempat di mana seseorang bekerja. Seseorang bisa bekerja karena memiliki kesempatan atau peluang kerja. Keputusan merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternative yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Menurut Tery, pengambilan keputusan adalah pemilihan alternative perilaku tertentu dari dua atau lebih alternative yang ada (Syamsyi, 2000). Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan pemilihan adalah hasil proses pemikiran dari beberapa alternative untuk memutuskan pilihan. Peluang kerja berkaitan dengan kebutuhan keputusan pemilihan program studi, dengan

mempertimbangkan kebutuhan kesempatan kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kesempatan atau peluang kerja berpengaruh pada keputusan pemilihan.

5.6.8 Pengaruh Citra Institusi terhadap Keputusan Pemilihan dengan Peluang Kerja sebagai Variabel *Intervening*

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa peluang kerja sebagai *intervening* dari citra institusi terhadap keputusan pemilihan. Sehingga hipotesis 8 diterima kebenarannya. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah mahasiswa adalah melalui peningkatan citra institusi. Citra perusahaan mencakup sikap dan perasaan yang dimiliki konsumen tentang sifat dan realitas perusahaan yang mendasari atau hasil dari bagaimana konsumen memandang perusahaan tersebut (Bernstein, 2004). Dengan demikian, citra perusahaan membangun nilai strategis bagi perusahaan dengan memberinya keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya (Murray, 2003). Citra menurut Kotler (2009) merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya, serta digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi. Nguyen dan LeBlanc (2001) telah mengkaji citra dan reputasi institusi terhadap keputusan pemilihan program studi yang dilihat dari tingkat loyalitas pelanggan, dan mengungkapkan bahwa derajat loyalitas mempunyai tendensi untuk lebih tinggi ketika persepsi (baik reputasi dan citra institusional) bersifat menyenangkan. Dalam konteks perguruan tinggi, citra institusi menurut penilaian mahasiswa akan mempengaruhi mahasiswa untuk loyal terhadap perguruan tingginya (Mulyana dan Ayuni, 2014). Hal ini dapat disimpulkan bahwa citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan program studi.

Peluang Kerja dapat diartikan sebagai kesempatan kerja yaitu suatu keadaan yang menggambarkan ketersediaan pekerjaan sesuai dengan keahlian. Program studi dalam suatu lembaga pendidikan tinggi dibuka untuk memenuhi kebutuhan pasar kerja tertentu. *Output* yang kompeten di bidangnya tentu diharapkan agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang membutuhkan. Kalau dilihat dari kesesuaian antara program pendidikan yang diselenggarakan dengan kebutuhan dunia kerja maka dapat ditemukan bahwa lulusan yang memiliki bidang pekerjaan yang relevan sebanyak 50,5% selebihnya bidang pekerjaannya tidak relevan (Muhson, dkk 2012).

5.6.9 Pengaruh Citra Pemakai terhadap Keputusan Pemilihan dengan Peluang Kerja sebagai Variabel *Intervening*

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa peluang kerja tidak sebagai *intervening* dari citra pemakai terhadap keputusan pemilihan. Sehingga hipotesis 9 tidak diterima kebenarannya. Tidak adanya peran mediasi peluang kerja ini karena pengaruh citra pemakai terhadap peluang kerja tidak signifikan, demikian juga peluang kerja terhadap keputusan pemilihan juga tidak signifikan. Ini berarti citra pemakai sama sekali tidak menentukan peluang kerja dan keputusan pemilihan. Citra pemakai adalah diri mahasiswa sendiri. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa dalam memilih program studi, jurusan tidak melihat citra dirinya. Hal ini dapat disebabkan mahasiswa baru masih relatif muda yang belum bisa menilai potensi dirinya dan nilai dirinya. Hal tersebut bisa disebabkan selama bersekolah di jenjang pendidikan sekolah menengah umum tidak dibentuk karakter dan bakat yang kuat yang membuat citra dirinya menonjol dan cukup percaya diri.

Kebanyakan mereka menentukan keputusan masih diintervensi keluarga atau temannya.

5.6.10 Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Pemilihan dengan

Peluang Kerja sebagai Variabel *Intervening*

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa peluang kerja sebagai *intervening* dari citra produk terhadap keputusan pemilihan. Sehingga hipotesis 10 diterima kebenarannya. Citra produk merupakan gambaran produk di mata konsumen berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman konsumen terhadap produk yang bersangkutan (Kurniawan, F., dkk, 2018). Pada penelitian tersebut, menunjukkan bahwa citra produk berpengaruh signifikan dan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian responden. Pada konteks ini, keputusan pembelian adalah keputusan pemilihan. Citra produk yang positif lama kelamaan nantinya akan terbentuk sendiri dibenak konsumen karena produk yang mereka beli dari perusahaan tersebut memiliki kualitas yang bagus dan mampu menanamkan citra yang positif pada perusahaan tersebut. Dengan produk yang memiliki kualitas yang bagus, maka secara tidak langsung perusahaan tersebut juga akan mendapatkan keuntungan yang cukup tinggi karena konsumen akan membeli produk perusahaan tersebut secara berulang, meskipun konsumen tidak tahu siapa pembuat produk tersebut.

Peluang kerja menggambarkan tersedianya lapangan pekerjaan yang siap diisi oleh para pencari kerja. Setiap orang yang siap bekerja akan berlomba-lomba untuk memperoleh pekerjaan. Persaingan dalam mencari pekerjaan itu akan menjadi semakin sulit apabila jumlah peluang untuk bekerja lebih sedikit

dibandingkan jumlah tenaga kerja yang siap bekerja. Citra produk secara signifikan mempengaruhi keputusan pemilihan terhadap peluang kerja. Sedangkan kesempatan kerja sebagai suatu keadaan dimana semua pekerja yang ingin bekerja pada suatu tingkat upah tertentu akan dengan mudah mendapat pekerjaan. Jadi dengan demikian peluang kerja sebagai perantara untuk keputusan pemilihan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap peluang kerja.

