

DISERTASI

**PENGARUH CITRA PROGRAM STUDI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN, PERSEPSI NILAI, *WORD OF MOUTH (WOM)*
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI DI PROVINSI JAWA TENGAH**

***THE INFLUENCE OF STUDY PROGRAM IMAGE AND SERVICE QUALITY ON
SATISFACTION, PERCEIVED VALUE, WORD OF MOUTH (WOM) AND BUYING
DECISION ON ECONOMICS HIGH SCHOOL STUDENT IN
THE PROVINCE OF CENTRAL JAVA***



Oleh :

LUSIA WULANDARI SUTEJO
NIM : 127.160.0004

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

DISERTASI

**PENGARUH CITRA PROGRAM STUDI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN, PERSEPSI NILAI, *WORD OF MOUTH (WOM)*
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI DI PROVINSI JAWA TENGAH**

***THE INFLUENCE OF STUDY PROGRAM IMAGE AND SERVICE QUALITY ON
SATISFACTION, PERCEIVED VALUE, WORD OF MOUTH (WOM) AND BUYING
DECISION ON ECONOMICS HIGH SCHOOL STUDENT IN
THE PROVINCE OF CENTRAL JAVA***



Oleh :

LUSIA WULANDARI SUTEJO
NIM : 127.160.0004

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**PENGARUH CITRA PROGRAM STUDI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN, PERSEPSI NILAI, *WORD OF MOUTH* (WOM)
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI DI PROVINSI JAWA TENGAH**

*The Influence of Study Program Image and Service Quality on Satisfaction,
Perceived Value, Word of Mouth (WOM) and Buying Decision on Economics
High-School Student in The Province of Central Java*

DISERTASI

**Untuk Memperoleh Gelar Doktor
Dalam Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Oleh :

LUSIA WULANDARI SUTEJO

NIM: 127.160.0004

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA PROGRAM STUDI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN, PERSEPSI NILAI, *WORD OF MOUTH (WOM)*
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI DI PROVINSI JAWA TENGAH**

*The Influence of Study Program Image and Service Quality on Satisfaction,
Perceived Value, Word of Mouth (WOM) and Buying Decision on Economics
High School Student in The Province of Central Java*

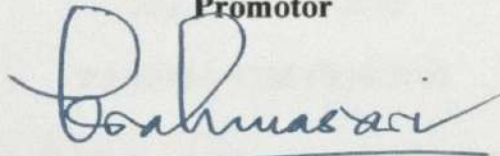
Diajukan Oleh:

LUSIA WULANDARI SUTEJO

NIM: 127.160.0004

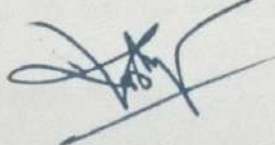
Disertasi ini telah disetujui Oleh:

Promotor



(Prof. Dr. Drg. Hj. Ida Aju Brahmasari, Dipl. DHE., MPA)

Co-Promotor



(Dr. Nanis Susanti, M.M)

MENGETAHUI:

KETUA PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA



(Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, SE., MS. Ak., CPA)

**PENGARUH CITRA PROGRAM STUDI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN, PERSEPSI NILAI, *WORD OF MOUTH* (WOM)
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI
ILMU EKONOMI DI PROVINSI JAWA TENGAH**

*The Influence of Study Program Image and Service Quality on Satisfaction,
Perceived Value, Word of Mouth (WOM) and Buying Decision on Economics
High School Student in The Province of Central Java*

Diajukan Oleh:
LUSIA WULANDARI SUTEJO
NIM: 127.160.0004

Disertasi ini telah diuji dan dinilai di depan Tim Penguji pada Ujian Terbuka
tanggal 29 Juni 2022

PANITIA TIM PENGUJI

Ketua : Prof. Dr. H. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA., CPA.

Sekretaris : Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., C.A.

Promotor : Prof. Dr. Drg. Hj. Ida Aju Brahmasari, Dipl. DHE., MPA.

Co-Promotor : Dr. Nanis Susanti, M.M.

Anggota : Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, S.E., M.S., Ak., CA., CPA.

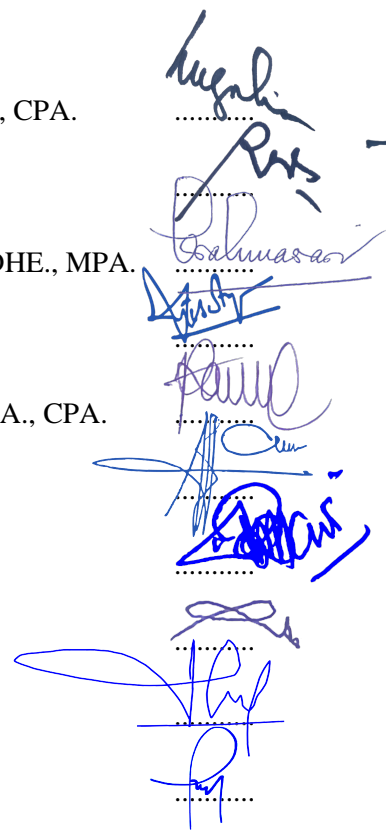
: Prof. Dr. Christina Widya Utami, M.M.

: Dr. Endang Prasetyawati, S.H., M.H.

: Dr. Hj. Ida Aju Brahma Ratih, M.M.

: Dr. H. Abdul Halik, M.M.

: Dr. Ida Bagus Cempena, M.M.



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lusiana Wulandari Sutejo

NIM : 127.160.0004

Program : Doktor Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Menyatakan bahwa “**Disertasi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH CITRA PROGRAM STUDI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN, PERSEPSI NILAI, *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI DI PROVINSI JAWA TENGAH

THE INFLUENCE OF STUDY PROGRAM IMAGE AND SERVICE QUALITY ON SATISFACTION, PERCEIVED VALUE, WORD OF MOUTH (WOM) AND BUYING DECISION ON ECONOMICS HIGH SCHOOL STUDENT IN THE PROVINCE OF CENTRAL JAVA

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan “Duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIAT, saya bersedia DISERTASI ini digugurkan dan gelar akademik yang pernah saya peroleh (DOKTOR) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Surabaya, Mei 2022



Lusiana Wulandari Sutejo



**UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBARAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lusia Wulandari Sutejo
 NBI/NPM : 127.160.0004
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Program Studi : Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi
 Jenis Karya : ~~Skripsi / Tesis / Disertasi / Laporan Penelitian / Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH CITRA PROGRAM STUDI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN, PERSEPSI NILAI, WORD OF MOUTH (WOM) DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI DI PROVINSI JAWA TENGAH

THE INFLUENCE OF STUDY PROGRAM IMAGE AND SERVICE QUALITY ON SATISFACTION, PERCEIVED VALUE, WORD OF MOUTH (WOM) AND BUYING DECISION ON ECONOMICS HIGH SCHOOL STUDENT IN THE PROVINCE OF CENTRAL JAVA

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di :
 Pada tanggal :

Yang Menyatakan,



(Lusia Wulandari Sutejo)

*Coret yang tidak perlu

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Disertasi dengan judul “PENGARUH CITRA PROGRAM STUDI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN, PERSEPSI NILAI, *WORD OF MOUTH (WOM)* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI DI PROVINSI JAWA TENGAH”. Inspirasi penulis berawal dari fenomena yang terjadi pada penurunan jumlah tingkat pendaftaran mahasiswa baru, berkurangnya eksistensi lembaga pendidikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi di Provinsi Jawa Tengah, serta meningkatnya intensitas persaingan penyedia jasa pendidikan tinggi khususnya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi guna mempertahankan eksistensi perguruan tinggi sebagai industri jasa serta lembaga yang strategis dalam menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten dan bermutu.

Proses penyusunan penelitian Disertasi ini banyak sekali terdapat hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis, namun pada akhirnya penulis mampu dan bisa melaluinya. Hal ini dikarenakan adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai banyak pihak baik moral maupun spiritual. Maka, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Drg. Hj. Ida Aju Brahmasari, Dipl. DHE., MPA. Selaku Dosen Promotor Disertasi yang telah berkenan meluangkan waktunya demi memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan Disertasi hingga selesai;
2. Ibu Dr. Nanis Susanti, M.M. Selaku Dosen *Co*-Promotor Disertasi yang telah berkenan meluangkan waktunya demi memberikan bimbingan arahan selama proses penyusunan Disertasi hingga selesai;
3. Bapak Dr. H. Slamet Riyadi, Msi., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, SE., MS. Ak., CPA. Selaku Ketua Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
5. Bapak Prof. Dr. H. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA., CPA. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sekaligus selaku Ketua Tim Penguji Disertasi yang telah berkenan memberikan saran dan kritikan evaluasi perbaikan Disertasi;
6. Ibu Dr. Hj. Ida Aju Brahma Ratih, M.M. Selaku Penguji Disertasi yang telah berkenan memberikan saran dan kritikan atas evaluasi perbaikan Disertasi;

7. Bapak Dr. H. Abdul Halik, M.M. Selaku Penguji Disertasi yang telah berkenan memberikan saran dan kritikan atas evaluasi perbaikan Disertasi;
8. Bapak Dr. Ida Bagus Cempena, M.M. Selaku Penguji Disertasi yang telah berkenan memberikan saran dan kritikan atas evaluasi perbaikan Disertasi;
9. Ibu Prof. Dr. Tatik Suryani, M.M. Selaku Penguji Disertasi yang telah berkenan memberikan saran dan kritikan atas evaluasi perbaikan Disertasi;
10. Ibu Dr. Endang Prasetyawati, S.H., M.H. Selaku Penguji Disertasi yang telah berkenan memberikan saran dan kritikan atas evaluasi perbaikan Disertasi;
11. Prof. Dr. Christina Widya Utami, M.M. Selaku Penguji Disertasi yang telah berkenan memberikan saran dan kritikan atas evaluasi perbaikan Disertasi;
12. Seluruh Dosen dan Staf administrasi Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah bersabar dan berkenan untuk memberikan do'a, motivasi, kerjasama, dukungan, bantuan, serta pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan sebagai bekal dasar teori dalam proses penulisan Disertasi ini hingga selesai dan lulus;
13. Teman-teman mahasiswa Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan dukungan, motivasi untuk selalu tetap semangat menjalani proses studi hingga selesai;
14. Suami Hendrikus Putra Cromain, S.H. Serta anak Rafael Ludric Cromain dan anak Gregorius Landric Cromain yang memberikan dukungan semangat luar biasa hingga penulis dapat menyelesaikan atau menuntaskan perkuliahan Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya; dan,
15. Segenap keluarga dan sahabat penulis yang berkenan memberikan dukungan dan bantuan baik moril, materil, maupun spiritual kepada penulis.

Semua pihak yang terlibat secara penuh dalam proses penyelesaian Disertasi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga segala budi baik yang telah Bapak, Ibu, Saudara/i berikan memperoleh imbalan berlimpah dari Tuhan Yang Maha Esa, Amin.

Akhir kata, penulis mempunyai harapan besar bahwa Disertasi ini dapat memberikan manfaat, inspirasi serta motivasi pada penelitian berikutnya.

Surabaya, Mei 2022

Penulis,

RINGKASAN

Pendidikan Tinggi sebagai industri jasa dan lembaga yang strategis menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten dan bermutu. Himpunan data Lembaga Pendidikan Tinggi Wilayah VI di Provinsi Jawa Tengah menunjukkan peningkatan sekitar 22,9% pendaftar mahasiswa baru pada tahun 2019. Terdapat 16 (enam belas) ilmu bidang sekolah tinggi yang tersebar di Provinsi Jawa Tengah. Himpunan data statistik pada Lembaga Pendidikan Tinggi Wilayah VI di Provinsi Jawa Tengah menunjukkan ilmu bidang ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) menduduki posisi terbanyak kedua dengan jumlah persentase 27,67% atau 31 STIE. Sektor jasa dalam bidang penyelenggaraan pendidikan tinggi khususnya STIE di Provinsi Jawa Tengah berada pada tingkat persaingan yang cukup ketat.

Orisinalitas penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu Mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah. Tujuan penelitian membuktikan dan menganalisis:

1. Pengaruh citra terhadap kepuasan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) di Provinsi Jawa Tengah.
2. Pengaruh citra terhadap persepsi nilai mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.
3. Pengaruh citra terhadap *word of mouth* mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.
4. Pengaruh citra terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.
5. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.
6. Pengaruh kualitas layanan terhadap persepsi nilai mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.
7. Pengaruh kualitas layanan terhadap *word of mouth* mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.
8. Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.
9. Pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.
10. Pengaruh persepsi nilai mahasiswa terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.
11. Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.

Objek penelitian ini adalah mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah dengan populasi sebanyak 27.781 mahasiswa, sedangkan sampel diambil sejumlah 394

responden berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin, dengan hasil uji (*FIT*) sebaran 316 sampel yang sesuai pada data. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode survei melalui instrumen kuesioner, sedangkan teknik analisis data digunakan dengan teknik *Structural Equation Modeling (SEM)* melalui *Analysis Moment of Structure (AMOS)*.

Hasil analisis data membuktikan bahwa sebagai berikut:

1. Citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah;
2. Citra berpengaruh signifikan terhadap persepsi nilai mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah;
3. Citra berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah;
4. Citra berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah;
5. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah;
6. Kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi nilai mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah;
7. Kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap *word of mouth* mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah;
8. Kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah;
9. Kepuasan berpengaruh signifikan lebih dominan terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah;
10. Persepsi nilai berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah; dan,
11. *Word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE di Provinsi Jawa Tengah.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka saran untuk pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) di Provinsi Jawa Tengah, perlu memperhatikan kepuasan mahasiswa yang ternyata lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa yaitu dengan upaya memberikan pendidikan yang bermutu dan berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan harapan mahasiswa, memberikan kualitas pelayanan yang ramah, fokus terhadap kepentingan atau pencapaian pada kepuasan mahasiswa STIE, memperhatikan harga atau biaya perkuliahan, memberikan arahan dan/atau penawaran perkuliahan, serta memberikan komunikasi yang efektif. Berikutnya, pihak STIE meningkatkan *word of mouth* pada mahasiswa yaitu dengan upaya membuat *website* STIE, membuat

promosi melalui media berita atau radio lokal, membuat acara penggalangan dana bantuan sosial, menyelenggarakan perlombaan cipta karya mahasiswa, meminta *feedback* dari mahasiswa, fokus menjaga hubungan baik pada mahasiswa. Pihak STIE juga dapat meningkatkan citranya melalui kualitas layanan yaitu peningkatan kualitas profesionalisme staf dan dosen STIE, peningkatan kualitas lulusan mahasiswa, peningkatan standar kompetensi penerimaan calon dosen baru serta pihak STIE meningkatkan perhatian nilai fungsional dan nilai relasional yang akan diterima oleh mahasiswa, meningkatkan serta menjaga hubungan emosional yang tinggi dan pemberian proses pembelajaran yang lebih interaktif. Saran untuk peneliti yang akan datang dengan penggunaan variabel harga atau biaya perkuliahan STIE, variabel promosi STIE, variabel status akreditasi STIE, kualitas dosen STIE, dan variabel lokasi STIE yang belum dibahas dalam penelitian ini serta memungkinkan bisa meningkatkan keputusan masyarakat pengguna jasa pendidikan dalam memilih STIE di Provinsi Jawa Tengah, sehingga dapat mengembangkan manajemen pemasaran secara tepat sebagai bahan evaluasi strategi pemasaran serta mendukung tercapainya eksistensi sebagai Sekolah Tinggi di bidang Ilmu Ekonomi yang bergengsi.

ABSTRACT

This study aims to prove and analyze the effect of study program image and service quality on satisfaction, perceived value, word of mouth (WOM) and purchasing decisions on students of the College of Economics (STIE) in Central Java Province. The originality of the research lies in the object of research, namely STIE students in Central Java Province with a population of 27,781 students, a sample that has been in accordance with the data (FIT) of 316 respondents. Collecting data through a questionnaire instrument, data analysis techniques using Structural Equation Modeling (SEM) through Analysis Moment of Structure (AMOS). The results of data analysis prove that image has a significant positive effect on satisfaction, perceived value, and word of mouth, but image has no significant effect on purchasing decisions. Service quality has a significant positive effect on satisfaction, but service quality has no significant effect on value perceptions, word of mouth and purchasing decisions. Satisfaction and word of mouth have a significant positive effect on purchasing decisions, but perceived value has no significant effect on purchasing decisions. The advice given is that the level of student satisfaction needs to be seen as important and more attention, because based on the results of this study that student satisfaction has been shown to have a more dominant positive effect on purchasing decisions which are the decision to choose students for STIE.

Keywords: Image, Study Program Image, Service Quality, Perceived Value, Word of Mouth (WOM), Decision, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPAN	i
HALAMAN SAMPEL DALAM	ii
PRASYARAT GELAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PENETAPAN PANITIA PENGUJI	v
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI	vi
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR	viii
RINGKASAN	x
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Pemasaran Jasa	11
2.1.1.1. Karakteristik Pemasaran Jasa.....	11
2.1.1.2. Jenis-Jenis Jasa	12
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2.1. Model Perilaku Konsumen	14
2.1.2.2. Faktor-Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.1.3. Citra	16
2.1.3.1. Dimensi Pengukuran Citra.....	17
2.1.4. Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	17
2.1.4.1. Prinsip-Prinsip Kualitas Layanan	18
2.1.4.2. Dimensi Kualitas Layanan.....	19
2.1.5. Kepuasan (<i>Satisfaction</i>).....	19
2.1.5.1. Model Kepuasan	22

2.1.5.2. Metode Pengukuran Kepuasan	22
2.1.6. Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>)	24
2.1.6.1. Dimensi Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>).....	24
2.1.7. <i>Word of Mouth (WOM)</i>	25
2.1.7.1. Kategori <i>Word of Mouth</i>	26
2.1.7.2. Jenis Penyebaran Informasi <i>Word of Mouth</i>	26
2.1.7.3. Dimensi <i>Word of Mouth</i>	27
2.1.8. Keputusan Pembelian	28
2.1.8.1. Dimensi Keputusan Pembelian	31
2.2. Penelitian Terdahulu	32
BAB III KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	47
3.1. Kerangka Proses Berpikir	47
3.2. Kerangka Konseptual.....	48
3.3. Hipotesis Penelitian	48
3.3.1. Pengaruh Citra terhadap Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	49
3.3.2. Pengaruh Citra terhadap Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>)	49
3.3.3. Pengaruh Citra terhadap <i>Word of Mouth (WOM)</i>	49
3.3.4. Pengaruh Citra terhadap Keputusan Pembelian.....	50
3.3.5. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	50
3.3.6. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>) ...	51
3.3.7. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>Word of Mouth (WOM)</i>	51
3.3.8. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	52
3.3.9. Pengaruh Kepuasan (<i>Satisfaction</i>) terhadap Keputusan Pembelian	52
3.3.10. Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian	53
3.3.11. Pengaruh <i>Word of Mouth (WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian	53
BAB IV METODE PENELITIAN.....	55
4.1. Rancangan Penelitian.....	55
4.2. Populasi dan Sampel	55
4.2.1. Populasi.....	55
4.2.2. Sampel	56
4.3. Identifikasi Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	58
4.3.1. Identifikasi Variabel Penelitian	58
4.3.2. Definisi Operasional Variabel	59
4.3.2.1. Variabel Eksogen: Citra (X_1)	59
4.3.2.2. Variabel Eksogen: Kualitas Layanan (X_2)	59
4.3.2.3. Variabel <i>Intervening</i> : Kepuasan (<i>Satisfaction</i>) (Z_1).....	60
4.3.2.4. Variabel <i>Intervening</i> : Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>) (Z_2).....	61
4.3.2.5. Variabel <i>Intervening</i> : <i>Word Of Mouth</i> (Z_3).....	61

4.3.2.6. Variabel Endogen: Keputusan Pembelian (Y)	62
4.4. Instrumen Penelitian	63
4.5. Teknik Pengumpulan Data.....	64
4.6. Teknik Analisis Data.....	64
4.6.1. Analisis Deskriptif	65
4.6.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen.....	65
4.6.2.1. Uji Validitas	65
4.6.2.2. Uji Reliabilitas	65
4.7. Pengujian Hipotesis	65
BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	71
5.1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi di Provinsi Jawa Tengah.....	71
5.2. Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian.....	71
5.2.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
5.2.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	73
5.2.3. Karakteristik Responden berdasarkan Masa Aktif Mahasiswa.....	73
5.2.4. Karakteristik Responden berdasarkan Memilih STIE	74
5.3. Deskripsi Variabel Penelitian	75
5.3.1. Citra Program Studi	75
5.3.2. Kualitas Layanan	77
5.3.3. Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	79
5.3.4. Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>)	81
5.3.5. <i>Word of Mouth (WOM)</i>	82
5.3.6. Keputusan Pembelian	84
5.4. Ukuran Sampel.....	85
5.5. Pembahasan Teknik Analisis	85
5.6. Uji Normalitas.....	88
5.7. Uji <i>Outliers</i>	89
5.8. Analisis Model Pengukuran (<i>Measurement Model Analysis</i>).....	95
5.8.1. Uji Validitas.....	95
5.8.2. Uji Reliabilitas	96
5.8.3. Hasil Uji CFA Variabel Citra	96
5.8.4. Hasil Uji CFA Variabel Kualitas Layanan	97
5.8.5. Hasil Uji CFA Variabel Kepuasan.....	98
5.8.6. Hasil Uji CFA Variabel Persepsi Nilai	99
5.8.7. Hasil Uji CFA Variabel <i>Word of Mouth (WoM)</i>	100
5.8.8. Hasil Uji CFA Variabel Keputusan Pembelian	101
5.9. Analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	102
5.10. Evaluasi Reliabilitas Konstruk.....	104

5.11. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antar Variabel	105
5.12. Hasil Uji Hipotesis	109
BAB VI PEMBAHASAN.....	113
6.1. Pembahasan Penelitian.....	113
6.1.1. Pengaruh Citra terhadap Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	113
6.1.2. Pengaruh Citra terhadap Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>)	114
6.1.3. Pengaruh Citra terhadap <i>Word of Mouth (WOM)</i>	114
6.1.4. Pengaruh Citra terhadap Keputusan Pembelian.....	115
6.1.5. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	115
6.1.6. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Persepsi Nilai	116
6.1.7. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>Word of Mouth (WOM)</i>	117
6.1.8. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	118
6.1.9. Pengaruh Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian	119
6.1.10. Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian	120
6.1.11. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	121
6.2. Implikasi Teoritis dan Praktis	122
6.2.1. Implikasi Teoritis.....	122
6.2.2. Implikasi Praktis	124
6.2.3. Kontribusi terhadap Pengembangan Ilmu Ekonomi	124
BAB VII PENUTUP.....	125
7.1. Simpulan	125
7.2. Saran	129
7.2.1. Saran untuk STIE di Provinsi Jawa Tengah	129
7.2.2. Saran untuk Peneliti yang Akan Datang	130
DAFTAR PUSTAKA	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah Perguruan Tinggi di Provinsi Jawa Tengah Berdasarkan Bentuk Perguruan Tinggi (PT).....	1
Tabel 1.2.	Jumlah Sekolah Tinggi di Provinsi Jawa Tengah Berdasarkan Bidang Ilmu.....	2
Tabel 1.3.	Jumlah Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) di Provinsi Jawa Tengah.....	3
Tabel 1.4.	Status Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) di Provinsi Jawa Tengah.....	5
Tabel 4.1.	Populasi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) berstatus aktif di Provinsi Jawa Tengah.....	55
Tabel 4.2.	Jumlah Populasi dan Jumlah Sampel Penelitian.....	57
Tabel 4.3.	Bobot Penilaian Instrumen.....	63
Tabel 4.4.	<i>Goodness of Fit Index</i> untuk Evaluasi Model.....	69
Tabel 5.1.	Rekapitulasi Karakteristik Responden Penelitian.....	71
Tabel 5.2.	Rentang Klasifikasi Penilaian Variabel Penelitian.....	75
Tabel 5.3.	Tanggapan Responden tentang Variabel Citra Program Studi (X_1).....	76
Tabel 5.4.	Tanggapan Responden tentang Variabel Kualitas Layanan (X_2).....	77
Tabel 5.5.	Tanggapan Responden tentang Variabel Kepuasan (Z_1).....	79
Tabel 5.6.	Tanggapan Responden tentang Variabel Persepsi Nilai (Z_2).....	81
Tabel 5.7.	Tanggapan Responden tentang Variabel <i>Word of Mouth</i> (Z_3).....	82
Tabel 5.8.	Tanggapan Responden tentang Variabel Keputusan Pembelian (Y)....	84
Tabel 5.9.	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> 394 Responden.....	88
Tabel 5.10.	Hasil <i>Mahalanobis d-squared</i>	92
Tabel 5.11.	Nilai <i>Factor Loading</i> setiap indikator Variabel Citra.....	96
Tabel 5.12.	Nilai <i>Factor Loading</i> setiap indikator Variabel Kualitas Laya.....	97
Tabel 5.13.	Nilai <i>Factor Loading</i> setiap indikator Variabel Kepuasan.....	98
Tabel 5.14.	Nilai <i>Factor Loading</i> setiap indikator Variabel Persepsi Nilai.....	99
Tabel 5.15.	Nilai <i>Factor Loading</i> setiap indikator Variabel <i>Word of Mouth</i>	100
Tabel 5.16.	Nilai <i>Factor Loading</i> setiap indikator Variabel Keputusan Pembelia	101
Tabel 5.17.	Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value Structural Model</i>	104
Tabel 5.18.	<i>Construct Reliability</i> Variabel Eksogen.....	104
Tabel 5.19.	<i>Construct Reliability</i> Variabel Endogen.....	105
Tabel 5.20.	Nilai Koefisien SEM Pengaruh antar Variabel.....	106
Tabel 5.21.	Uji Kausalitas <i>Regression Weight</i>	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	Kerangka Proses Berpikir	47
Gambar 3.2.	Kerangka Konseptual	48
Gambar 5.1.	Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Gambar 5.2.	Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Gambar 5.3.	Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Aktif Mahasis. 74	
Gambar 5.4.	Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Memilih STIE	74
Gambar 5.5.	Model Persamaan Struktural Keputusan Pembelian 394 Respond..	91
Gambar 5.6.	Hasil Uji CFA Variabel Citra	96
Gambar 5.7.	Hasil Uji CFA Variabel Kualitas Layanan	97
Gambar 5.8.	Hasil Uji CFA Variabel Kepuasan	98
Gambar 5.9.	Hasil Uji CFA Variabel Persepsi Nilai	99
Gambar 5.10.	Hasil Uji CFA Variabel <i>Word of Mouth (WOM)</i>	100
Gambar 5.11.	Hasil Uji CFA Variabel Keputusan Pembelian	101
Gambar 5.12.	Model Persamaan Struktural Keputusan Pembelian.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	<i>Theoretical Mapping</i>	136
Lampiran 2.	Surat Permohonan Ijin Penelitian	162
Lampiran 3.	Kuesioner Penelitian	164
Lampiran 4.	Tabel Data Responden Kuesioner Penelitian	170
Lampiran 5.	Tabel Hasil Kuesioner Penelitian Variabel Eksogen	187
Lampiran 6.	Tabel Hasil Kuesioner Penelitian Variabel Endogen	205
Lampiran 7.	Hasil Analisis SEM	223