

## **ABSTRACT**

*A university is a nonprofit organization and profit organization. Universities and colleges are nonprofit and profit experience fierce competition in this era because of the development of technology and globalization. Therefore, the more the consumer behavior of college selection (need and Want), so that college is necessary to identify the dimensions of the election before entering into a strategy for competition. This study aims to find out the dimensions anywhere that an attribute selection behavior of college. Research using the 1898 respondents who are high school students to grade III. The research instrument adopted from Wrightt, Palmer, Eidson, Griswold (2010); Piliyanti (2009), Lloyd (2008) and pre survey conducted by researcher. Based on the results of descriptive persentile, the higherst dimension is a program of study and the perception of university as specialty goods classification. Based on the results of EFA, consisting of grouping dimensions: overall of SMAN and SMAS, there is basic product and the expected product. When viewed from SMAN, there is a dimension that is the basic product. While about SMAS, there are two dimensions: there is basic product and the expected product as well as influence.*

*Keywords: Higher Education, Consumer Behavior Elections, Electoral Behavior Dimension Higher Education.*

## ABSTRAK

Perguruan tinggi merupakan suatu organisasi yang nonprofit dan profit. Perguruan tinggi yang nonprofit dan profit mengalami persaingan ketat di era sekarang karena berkembangnya teknologi dan globalisasi. Oleh karena itu, semakin banyak pula perilaku pemilihan konsumen terhadap perguruan tinggi (*need and want*) sehingga perguruan tinggi perlu adanya mengidentifikasi dimensi pemilihan terlebih dahulu sebelum melakukan strategi untuk persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi-dimensi mana saja yang merupakan atribut perilaku pemilihan terhadap perguruan tinggi. Penelitian menggunakan 1898 responden yang merupakan siswa-siswi SMA kelas III. Instrumen penelitian diadopsi dari: Wright, R.E., Palmer, J.C., Eidson, V., Griswold, M. (2010); Piliyanti, I. (2009); Lloyd, K. M., Leicht, K. T., Sullivan, T.A. (2008). Berdasarkan hasil deskriptif persentil, dimensi tertinggi adalah program studi dan persepsi Perguruan Tinggi sebagai klasifikasi *speacialty goods*. Berdasarkan hasil EFA, pengelompokkan dimensi terdiri dari: secara keseluruhan baik SMAN maupun SMAS terdapat 1 dimensi yaitu *basic product* dan *expected product*. Jika dilihat dari SMAN maka terdapat 1 dimensi yaitu *basic product*. Sedangkan SMAS, terdapat 2 dimensi yaitu: *basic product* dan *expected product* serta pengaruh.

Kata kunci: Perguruan Tinggi, Perilaku Pemilihan Konsumen, Dimensi Perilaku Pemilihan Perguruan Tinggi.

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i       |
| HALAMAN PENGESAHAN.....   | ii      |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....                                      | iii     |
| SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN<br>PERUSAHAAN..... | iv      |
| KATA PENGATAR.....  | v       |
| ABSTRACT.....   | viii    |
| ABSTRAK.....  | ix      |
| DAFTAR ISI.....   | x       |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xix     |
| DAFTAR GRAFIK.....  | xx      |
| DAFTAR TABEL.....   | xxv     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xxx     |
| <br>  |         |
| BAB I PENDAHULUAN   |         |
| 1.1 Latar belakang.....   | 1       |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....   | 5       |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....                                       | 5       |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....  | 6       |

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN  
PENGEMBANGAN HIPOTESIS

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 2.1   | Persaingan Perguruan Tinggi .....                                 | 7  |
| 2.1.1 | Perguruan Tinggi .....  | 8  |
| 2.1.2 | Manajemen .....   | 14 |
| 2.1.3 | Manajemen Perguruan Tinggi .....                                  | 15 |
| 2.2   | Perilaku Konsumen   |    |
| 2.2.1 | Pengertian Perilaku Konsumen .....                                | 21 |
| 2.2.2 | Model Perilaku Konsumen .....                                     | 24 |
| 2.3   | Dimensi Perilaku Pemilihan Perguruan Tinggi di Kota Bandung ..... | 27 |
| 2.4   | Segmentasi Pasar  |    |
| 2.4.1 | Pengertian Segmentasi Pasar .....                                 | 32 |
| 2.4.2 | Keunggulan Segmentasi .....                                       | 33 |
| 2.4.3 | Dasar-dasar Segmentasi Pasar Konsumen.....                        | 33 |
| 2.5   | Kerangka Pemikiran.....   | 37 |

BAB III METODE PENELITIAN

|     |                               |    |
|-----|-------------------------------|----|
| 3.1 | Jenis Penelitian.....         | 38 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel .....     | 39 |
| 3.3 | Operasional Variabel.....     | 41 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data ..... | 47 |
| 3.5 | Analisis Data .....           | 48 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 3.5.1 | Metode Deskriptif Persentil .....                     | 49 |
| 3.5.2 | Metode <i>Exploratory Factor Analysis (EFA)</i> ..... | 49 |

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 4.1   | Profile Responden  |    |
| 4.1.1 | Profile Responden Berdasarkan Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....   | 51 |
| 4.2   | Deskriptif Persentil   |    |
| 4.2.1 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung ..... | 57 |
| 4.2.2 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung ..... | 59 |
| 4.2.3 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Specialty dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung .....   | 60 |
| 4.2.4 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                            | 62 |
| 4.2.5 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Low Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                        | 63 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 4.2.6  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Karir dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....               | 65 |
| 4.2.7  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Program Studi dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....       | 66 |
| 4.2.8  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....           | 68 |
| 4.2.9  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Quality dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....             | 69 |
| 4.2.10 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Reputasi dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....            | 71 |
| 4.2.11 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Beasiswa dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....            | 72 |
| 4.2.12 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Gelar dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....               | 74 |
| 4.2.13 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lokasi dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....              | 75 |
| 4.2.14 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Networking dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....          | 77 |
| 4.2.15 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lifestyle Community dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung..... | 78 |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 4.2.16 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Nilai-nilai Kerohanian dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung..... | 80 |
| 4.2.17 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Orang Tua dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....        | 81 |
| 4.2.18 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Teman dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....            | 83 |
| 4.2.19 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung....     | 84 |
| 4.2.20 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Shopping dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....       | 86 |
| 4.2.21 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Specialty dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....      | 87 |
| 4.2.22 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                              | 89 |
| 4.2.23 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Low Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                          | 90 |
| 4.2.24 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Karir dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                             | 92 |
| 4.2.25 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Karir dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                             | 93 |

|        |   |     |
|--------|---|-----|
| 4.2.26 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....             | 95  |
| 4.2.27 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....             | 96  |
| 4.2.28 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Reputasi dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....              | 98  |
| 4.2.29 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Beasiswa dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....              | 99  |
| 4.2.30 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Gelar dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                 | 101 |
| 4.2.31 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lokasi dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                | 102 |
| 4.2.32 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Networking dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....            | 104 |
| 4.2.33 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lifestyle Community dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung...     | 105 |
| 4.2.34 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Nilai-nilai Kerohanian dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.... | 107 |
| 4.2.35 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Orang Tua dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....       | 108 |
| 4.2.36 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Teman dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....           | 110 |

|        |  |     |
|--------|--|-----|
| 4.2.37 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung... | 111 |
| 4.2.38 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Shopping dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....  | 113 |
| 4.2.39 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Specialty dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung..... | 114 |
| 4.2.40 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Cost dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                         | 116 |
| 4.2.41 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Low Cost dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                     | 117 |
| 4.2.42 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Karir dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                        | 119 |
| 4.2.43 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Program Studi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                | 120 |
| 4.2.44 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                    | 122 |
| 4.2.45 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Quality dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                      | 123 |
| 4.2.46 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Reputasi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                     | 125 |
| 4.2.47 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Beasiswa dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                     | 126 |

|        |   |     |
|--------|---|-----|
| 4.2.48 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Gelar dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                 | 128 |
| 4.2.49 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lokasi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                | 129 |
| 4.2.50 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Networking dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....            | 131 |
| 4.2.51 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lifestyle Community dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung....    | 132 |
| 4.2.52 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Nilai-nilai Kerohanian dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.... | 134 |
| 4.2.53 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Orang Tua dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....       | 135 |
| 4.2.54 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Teman dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....           | 137 |
| 4.3    | Exploratory Factor Analysis (EFA): Dimensi Perilaku Pemilihan Perguruan Tinggi.....                                 | 138 |
| 4.4    | Pembahasan.....   | 146 |

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

|     |                              |     |
|-----|------------------------------|-----|
| 5.1 | Simpulan .....               | 156 |
| 5.2 | Implikasi Manajerial .....   | 157 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian..... | 157 |

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 5.3 | Penelitian Mendatang.....                                     | 158 |
| 5.4 | Saran.....  | 159 |
|     | DAFTAR PUSTAKA .....  | 160 |
|     | LAMPIRAN.....   | 163 |
|     | DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS ( <i>CURRICULUM VITAE</i> )..... | 288 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                               |    |
|------------|-------------------------------|----|
| Gambar 1.1 | Badan Hukum Milik Negara..... | 12 |
| Gambar 1.2 | Organisasi Yayasan.....       | 14 |
| Gambar 1.3 | Arti Manajemen .....          | 15 |
| Gambar 2.1 | Model Perilaku Konsumen.....  | 25 |

## DAFTAR GRAFIK

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Grafik 1  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung..... | 58 |
| Grafik 2  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Shopping dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung .....   | 60 |
| Grafik 3  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Specialty dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....   | 61 |
| Grafik 4  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung .....                          | 63 |
| Grafik 5  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Low Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung .....                      | 64 |
| Grafik 6  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Karir dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                          | 66 |
| Grafik 7  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Program Studi dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung .....                 | 67 |
| Grafik 8  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                      | 69 |
| Grafik 9  | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Kualitas dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung .....                      | 70 |
| Grafik 10 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Reputasi dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                       | 72 |

|  |    |
|--|----|
| Grafik 11 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Beasiswa dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung .....                   | 73 |
| Grafik 12 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Gelar dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                       | 75 |
| Grafik 13 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lokasi dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                      | 76 |
| Grafik 14 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Networking</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung .....          | 78 |
| Grafik 15 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Lifestyle Community</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung ..... | 79 |
| Grafik 16 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Nilai-nilai Kerohanian dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung .....     | 81 |
| Grafik 17 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Orang Tua dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....             | 82 |
| Grafik 18 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Teman Dekat dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....           | 84 |
| Grafik 19 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....         | 85 |
| Grafik 20 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Shopping dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung .....           | 87 |
| Grafik 21 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Specialty dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung .....          | 88 |

|   |     |
|---|-----|
| Grafik 22 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung .....             | 90  |
| Grafik 23 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Low Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....          | 91  |
| Grafik 24 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Karir dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung .....            | 93  |
| Grafik 25 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Program Studi dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....     | 94  |
| Grafik 26 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung .....        | 96  |
| Grafik 27 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Kualitas dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung .....         | 97  |
| Grafik 28 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Reputasi dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung .....         | 99  |
| Grafik 29 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Beasiswa dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....          | 100 |
| Grafik 30 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Gelar dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung .....            | 102 |
| Grafik 31 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lokasi dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung .....           | 103 |
| Grafik 32 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Networking</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung..... | 105 |

|  |     |
|--|-----|
| Grafik 33 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Lifestyle Community</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....     | 106 |
| Grafik 34 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Nilai-nilai Kerohanian dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....         | 108 |
| Grafik 35 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Orang Tua dari Siswa-siswi SMA Swasta Kota Bandung.....                   | 109 |
| Grafik 36 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Teman Dekat dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....              | 111 |
| Grafik 37 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung..... | 112 |
| Grafik 38 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Shopping dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....    | 114 |
| Grafik 39 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Specialty dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....   | 115 |
| Grafik 40 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Cost dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung .....                          | 117 |
| Grafik 41 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Low Cost dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung .....                      | 118 |
| Grafik 42 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Karir dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                          | 120 |
| Grafik 43 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Program Studi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung .....                 | 121 |

|  |     |
|--|-----|
| Grafik 44 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                  | 123 |
| Grafik 45 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Kualitas dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                   | 124 |
| Grafik 46 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Reputasi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                   | 126 |
| Grafik 47 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Beasiswa dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung .....                  | 127 |
| Grafik 48 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Gelar dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                      | 129 |
| Grafik 49 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lokasi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                     | 130 |
| Grafik 50 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Networking</i> dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung .....         | 132 |
| Grafik 51 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Lifestyle Community</i> dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung..... | 133 |
| Grafik 52 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Nilai-nilai Kerohanian dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung .....    | 135 |
| Grafik 53 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Orang Tua dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....            | 136 |
| Grafik 54 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Teman Dekat dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung .....         | 138 |

## DAFTAR TABEL

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Tabel 1   | Data Sampel Penelitian .....  | 40 |
| Tabel 2   | Operasional Variabel .....  | 43 |
| Tabel 4.1 | Jumlah Responden Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung ..   | 51 |
| Tabel 4.2 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung..... | 58 |
| Tabel 4.3 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Shopping dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....    | 59 |
| Tabel 4.4 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Specialty dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....   | 61 |
| Tabel 4.5 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                           | 62 |
| Tabel 4.6 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Low Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                       | 64 |
| Tabel 4.7 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Karier dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....             | 65 |
| Tabel 4.8 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Program Studi dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                  | 67 |
| Tabel 4.9 | Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                      | 68 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.10 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Quality</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....             | 70 |
| Tabel 4.11 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Reputasi dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                   | 71 |
| Tabel 4.12 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Beasiswa dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                   | 73 |
| Tabel 4.13 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Gelar dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                      | 74 |
| Tabel 4.14 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lokasi dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....                     | 76 |
| Tabel 4.15 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Networking</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....          | 77 |
| Tabel 4.16 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Lifestyle Community</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung..... | 79 |
| Tabel 4.17 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Nilai-nilai Kerohanian dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....     | 80 |
| Tabel 4.18 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Orang Tua dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....            | 82 |
| Tabel 4.19 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Teman Dekat dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung.....          | 83 |
| Tabel 4.20 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....        | 85 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.21 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Shopping dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....  | 86  |
| Tabel 4.22 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Specialty dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung..... | 88  |
| Tabel 4.23 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                         | 89  |
| Tabel 4.24 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Low Cost dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                     | 91  |
| Tabel 4.25 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Karier dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....           | 92  |
| Tabel 4.26 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Program Studi dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                | 94  |
| Tabel 4.27 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                    | 95  |
| Tabel 4.28 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Quality</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....               | 97  |
| Tabel 4.29 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Reputasi dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                     | 99  |
| Tabel 4.30 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Beasiswa dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                     | 100 |
| Tabel 4.31 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Gelar dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                        | 101 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.32 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lokasi dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                         | 103 |
| Tabel 4.33 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Networking</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....              | 104 |
| Tabel 4.34 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Lifestyle Community</i> dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....     | 106 |
| Tabel 4.35 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Nilai-nilai Kerohanian dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....         | 107 |
| Tabel 4.36 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Orang Tua dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....                | 109 |
| Tabel 4.37 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Teman Dekat dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....              | 110 |
| Tabel 4.38 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Convenience dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung..... | 112 |
| Tabel 4.39 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Shopping dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....    | 113 |
| Tabel 4.40 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Produk Specialty dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....   | 115 |
| Tabel 4.41 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Cost dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                           | 116 |
| Tabel 4.42 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Low Cost dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                       | 118 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4.43 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Klasifikasi Karier dari Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung..... | 119 |
| Tabel 4.44 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Program Studi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                 | 121 |
| Tabel 4.45 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Fasilitas dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                     | 122 |
| Tabel 4.46 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Quality</i> dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                | 124 |
| Tabel 4.47 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Reputasi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                      | 125 |
| Tabel 4.48 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Beasiswa dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                      | 127 |
| Tabel 4.49 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Gelar dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                         | 128 |
| Tabel 4.50 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Lokasi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....                        | 130 |
| Tabel 4.51 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Networking</i> dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....             | 131 |
| Tabel 4.52 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai <i>Lifestyle Community</i> dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....    | 133 |
| Tabel 4.53 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Nilai-nilai Kerohanian dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....        | 134 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4.54 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Orang Tua dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....     | 136 |
| Tabel 4.55 Deskriptif Persepsi Perguruan Tinggi Sebagai Saran Teman Dekat dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....   | 137 |
| Tabel 4.56 <i>Rotated Component Matrix</i> Dimensi Perilaku Pemilihan Siswa-siswi SMA Swasta dan Negeri di Kota Bandung..... | 140 |
| Tabel 4.57 <i>Rotated Component Matrix</i> Dimensi Perilaku Pemilihan Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....            | 142 |
| Tabel 4.58 <i>Rotated Component Matrix</i> Dimensi Perilaku Pemilihan Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....            | 144 |
| Tabel 4.59 Jumlah Persentase Dimensi Perilaku Pemilihan Perguruan Tinggi dari Siswa-siswi SMA Swasta di Kota Bandung.....    | 146 |
| Tabel 4.60 Jumlah Persentase Dimensi Perilaku Pemilihan Perguruan Tinggi dari Siswa-siswi SMA Negeri di Kota Bandung.....    | 147 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A Kuesioner Penelitian

Lampiran B Uji Data

Lampiran C Grafik Persentase

Lampiran D Jurnal Penelitian