

ANALISA FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA

Oleh :
Bangun Prajadi Cipto Utomo
STMIK Duta Bangsa Surakarta

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan Mahasiswa Apikes Citra Medika Surakarta, serta variable mana dari 7 (tujuh) faktor bauran pemasaran yang meliputi : product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process yang paling berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Apikes Citra Medika Surakarta.

Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan alat analisis regresi berganda , Uji t, Uji F, Koefisien determinasi, dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil uji validitas dapat dikatakan bahwa item pertanyaan pada kuisioner semuanya valid dan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process sangat berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Apikes Citra Medika Surakarta . Sedangkan berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran secara keseluruhan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Apikes Citra Medika Surakarta . Adapun berdasarkan hasil uji F didapat hasil uji Fhitung sebesar 14,853 lebih besar dari Ftabel sebesar 1,53 dengan probabilitas 0,000 dan dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Apikes Citra Medika Surakarta. Sedangkan variable yang paling berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa Apikes Citra Medika Surakarta secara sendiri – sendiri adalah place, promotion dan people, sebesar 81 % dan sisanya sebesar 19 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : bauran pemasaran, kepuasan Mahasiswa, Kuantitatif

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan faktor yang sangat penting guna membangun manusia yang berpengetahuan, bermoral dan bermartabat. Peran pendidikan dalam membangun terciptanya Sumber Daya Manusia yang berkualitas dan memiliki daya saing global, dapat diciptakan melalui suatu proses pendidikan yang memenuhi standar, sesuai harapan dan tuntutan para pengguna atau pengelola jasa pendidikan. Jaminan kualitas pelayanan akademik yang memadai dapat dicerminkan oleh kompetensi lulusan yang mampu bersaing dipasar kerja.

Perguruan Tinggi sebagai salah satu penghasil Sumber Daya Manusia harus mampu mewujudkan mutu pendidikan sebagaimana diamanatkan Undang-undang tentang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003. Pendidikan yang berkualitas dapat dilihat berdasarkan tata kelola, akuntabilitas dan citra publik pada institusi

tersebut akan bermuara yang diikuti dengan terjadinya peningkatan kinerja lembaga dan mutu produk yang dikembangkan.

Paradigma baru kesempatan dan peluang kerja saat ini, menuntut adanya keahlian spesifik yang mampu menciptakan profesionalisme dan kesiapan kerja. Sebagai upaya Pemerintah dalam mencapai tingkat pendidikan yang memadai adalah semakin ditingkatkannya anggaran pendidikan baik melalui APBD maupun APBN sampai 20 % dari seluruh total APBD maupun APBN. Pembangunan Infrastruktur di semua lini kegiatan pendidikan baik formal maupun non formal merupakan suatu gambaran bahwa bangsa Indonesia harus mampu sejajar dengan bangsa maju lainnya, sehingga pemerataan pendidikan akan tercapai keseluruhan penjuru daerah di Indonesia.

Akademi Perekam Medik & Informatika Kesehatan (APIKES) Citra Medika Surakarta yang beralamat di Jl. KH. Samanhudi No. 93, Laweyan, Surakarta merupakan salah satu perguruan tinggi Swasta yang berkembang di Kota Surakarta dengan Program Studi Perekam Medik & Informatika Kesehatan dengan mengutamakan keahlian (Skill) yang dipersiapkan untuk menembus pasar kerja bidang kesehatan, seperti Rumah Sakit, Rumah Bersalin, Poliklinik, Apotik dan lain – lain.

APIKES CITRA MEDIKA Surakarta sebagai Perguruan Tinggi yang menghasilkan tenaga kerja bidang kesehatan, harus memiliki strategi pengelolaan, khususnya dalam hal peningkatan kualitas pelayanan akademik untuk mencapai mutu lulusan yang unggul, institusi yang maju, serta citra institusi yang baik.

Penerapan inovasi dan strategi pengelolaan tidak lepas dari proses pemasaran yang dilaksanakan dengan mengacu pada berbagai kombinasi yang telah diterapkan sebelumnya, sehingga mampu mendatangkan hasil yang memuaskan. Strategi pemasaran diatas sering disebut sebagai bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dipengaruhi oleh 7 (tujuh) variable penting, yaitu : 4 P ditambah dengan 3 P, yaitu : *Product, Price, Place, Promosi, People, Physical Evidence, Process*.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Banyak definisi pemasaran dikemukakan oleh para ahli, definisi pemasaran tersebut antara lain dikemukakan oleh : Menurut William J. Stanton (dalam Basu Swastha, 2002:5) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Menurut Philip Kotler (2009), bahwa manajemen pemasaran merupakan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang dirancang untuk menciptakan, membuat dan menangani pertukaran yang menguntungkan dengan para pembeli sasaran dengan maksud agar meraih tujuan perusahaan, seperti keuntungan, laju penjualan, bagian pasar dan sebagainya.

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan. Menurut Basu Swastha (2002) *marketing mix* secara definitif adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.

Menurut Buchari Alma (2000:162) *marketing mix* merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan *marketing*, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang paling memuaskan dengan 4 (empat) komponen utama yang tercakup di dalamnya yang terkenal dengan sebutan 4P yakni: *Product, Price, Place dan Promotion*.

Sedangkan dalam pemasaran jasa menurut Boom dan Bitner (dalam Buchari Alma, 2000:234) menyarankan tambahan 3P yang terdiri dari : *People, Physical Evidence* dan *Process*.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan sebelumnya sangat penting untuk diungkapkan, karena dapat dipakai sebagai sumber informasi dan bahan acuan yang sangat berguna.

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yaitu “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Andong Purworejo” dengan jumlah populasi sebanyak 100 orang disusun oleh Achmad Slamet, Tahun 2003, Konsentrasi Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta. Dengan kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara simultan faktor yang terdiri dari variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Tempat (X_3) dan Pelayanan (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam goreng Suharti Andong Purworejo. Besarnya pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 50,8% sedangkan sisanya sebesar 49,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.
2. Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Tempat (X_3) dan Pelayanan (X_4) secara parsial (individu) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi atau probabilitas t_{hitung} tersebut lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau probabilitas kesalahan 0,05.
3. Variabel Produk (X_1) mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Andong Purworejo. Hal ini ditunjukkan bahwa variabel Produk (X_1) diperoleh koefisien beta terbesar yaitu sebesar 0,291 dari pada ketiga variabel lainnya yang mempunyai nilai masing-masing variabel Harga (X_2) 0,261, variabel Tempat (X_3) 0,281 dan variabel Pelayanan (X_4) mempunyai nilai koefisien beta sebesar 0,272.

Dan juga mengacu pada penelitian terdahulu pada penelitian terdahulu yaitu “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jasa Reza Laundry Yogyakarta dengan jumlah populasi sebanyak 100 orang yang dilakukan oleh Muchodim Kadarusman, Tahun 2003, Konsentrasi Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta. Dengan kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara simultan faktor yang terdiri dari variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Tempat (X_3) dan Pelayanan (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan ayam goreng Suharti Andong Purworejo. Besarnya pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 70,5% sedangkan sisanya sebesar 29,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.
2. Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Tempat (X_3) dan Pelayanan (X_4) secara parsial (individu) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi atau probabilitas t_{hitung} tersebut lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau probabilitas kesalahan 0,05.
3. Variabel Produk (X_1) mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Jasa Reza Laundry Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan bahwa variabel Produk (X_1) diperoleh koefisien beta terbesar yaitu sebesar 0,323 dari pada ketiga variabel lainnya yang mempunyai nilai masing-masing variabel Harga (X_2)

0,238, variabel Tempat (X3) 0,206 dan variabel Pelayanan (X4) mempunyai nilai koefisien beta sebesar 0,288.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti pengaruh bauran pemasaran/*marketing mix*.

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya: Dalam penelitian sebelumnya hanya mengambil 4 variabel marketing mix, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan 7 variabel atau yang lebih dikenal dengan sebutan 4P yaitu *Price, Product, Place, Promotion*, dan 3P yaitu *People, Physical Evidence* dan *Process*.

FOKUS PENELITIAN

1. Apakah bauran pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan Mahasiswa APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA?
2. Dari 7 (tujuh) variabel yaitu, *Price, Product, Place, Promotion, People, Physical Evidence* dan *Process*, faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan Mahasiswa APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA

TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh bauran pemasaran dengan 7 (tujuh variabel) yaitu, *price, product, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* terhadap kepuasan Mahasiswa APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA .
2. Mengetahui dan menganalisis variabel mana yang paling berpengaruh diantara 7 (tujuh variabel) yaitu, *price, product, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* terhadap kepuasan Mahasiswa APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan alat analisis regresi berganda , Uji t, Uji F, Koefisien determinasi, dan uji asumsi klasik, mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok.

2. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian *survey* yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok dan lingkungan penelitiannya adalah *field*, yaitu dengan mengadakan penelitian lapangan. (Singarimbun, M dan Effendi, S 1995:3).

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA dengan cara membagikan kuisionare kepada Mahasiswa APIKES CITRA MEDIKA dengan menitikberatkan penelitian pada faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk melanjutkan kuliah di APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA.

4. Metode pengumpulan data

a. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1) Data Primer

Data primer adalah pengambilan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari lapangan. Sumber ini dapat diperoleh melalui cara :

- a) Angket (*Questionare*), berupa rangkaian pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.
- b) Wawancara (*interview*), hal ini dilakukan karena data yang dibutuhkan adalah berasal dari orang dan tidak dibukukan dengan kata lain adalah pelakunya sendiri..
- c) Observasi, teknik menuntut adanya pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap obyek penelitian guna memperkuat dan memperjelas informasi data yang dibutuhkan.

2). Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain (Umar, 2000:130). Data tersebut dapat diperoleh dengan dari dokumentasi dan referensi yang memiliki relevansi dari masalah yang diteliti.

5. Analisis

a) Skala Pengukuran

Penelitian ini data yang diperlukan adalah berupa pertanyaan atau pernyataan berupa kalimat, sehingga untuk mengolahnya dalam bentuk angka maka data tersebut di ordinalkan, kemudian diranking dengan menggunakan teknik scoring dengan menggunakan Skala Interval yaitu dengan memberikan ranking terhadap responden, yang diranking bisa berupa preferensi, perilaku dan sebagainya (Anton Bawono, 2006:31). Dalam penskalaan dengan skala interval ini banyak juga yang menyebut dengan skala Linkert. Menurut Sugiyono (2003:86) Skala linkert ini digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Kategori skala terdiri dari 5 (lima) tingkatan untuk analisis, skor tersebut dari 1 sampai 5 dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) skor 1 = sangat tidak setuju
- 2) skor 2 = tidak setuju
- 3) skor 3 = netral
- 4) skor 4 = setuju
- 5) skor 5 = sangat setuju

b) Pengujian Validitas dan Reliabilitas

1) Pengujian Validitas

Pada penelitian ini dimungkinkan terjadinya ketidakvalidan data yang diperoleh. Untuk itu agar data yang diperoleh valid maka diperlukan uji kevalidan dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment (Sugiyono, 2003:213) yaitu

$$\text{Rumus } r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi product moment
- N = Jumlah sampel
- $\sum x$ = Jumlah skor butir
- $\sum y$ = Jumlah skor total
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian skor butir dengan skor total
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor butir
- $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Pelaksanaan perhitungan validitas butir-butir instrumen dianalisis dengan menggunakan software *SPSS For MS Windows Release 10.0*.

2) Pengujian Reliabilitas

Agar data penelitian ini konsisten atau untuk lebih memberikan nilai kemantapan, maka menggunakan rumus Alfa Cron Bach (Sugiyono, 2003:282)

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right\}$$

dimana :

- k : mean kuadrat antara subyek
- $\sum s_i^2$: mean kuadrat kesalahan
- S_t^2 : varians total

Untuk uji Reliabilitas dalam penelitian ini dengan melihat nilai standar alphanya sebesar, $\alpha = 5\%$, yang didapat dari hasil pengolahan data dengan *SPSS For MS Windows Release 10.0*. Apabila nilai alpha lebih besar, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel, sebaliknya apabila nilai alpha lebih kecil, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

c). Alat Analisis

1). Metode Regresi Berganda

Teknik ini digunakan untuk menganalisa data yang bersifat multivariate. Analisa ini digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen (Y) dengan variabel independen yang lebih dari satu (minimal dua) sehingga analisa regresi berganda sering disebut juga analisa multivariate, karena variabel yang mempengaruhi naik turunnya variabel dependen (Y) lebih dari satu variabel independen (X). Kondisi variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y) bervariasi bisa positif bisa juga negatif, atau beraneka ragam kondisi yang mempengaruhi. Metodenya adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \varepsilon$$

Di mana :

- Y = Peningkatan jumlah mahasiswa
- β_0 = Konstanta dari persamaan regresi
- $\beta_{1,2,3,4,5,6,7}$ = Koefisien dari variabel independen
- X_1 = *Product*
- X_2 = *Price*
- X_3 = *Place*
- X_4 = *Promotion*
- X_5 = *People*
- X_6 = *Physical Evidence*
- X_7 = *Process*
- ε = Residual atau *predictin error*

2). Uji Statistik

Uji statistik ini digunakan untuk melihat tingkat ketepatan atau keakuratan dari fungsi atau persamaan untuk menaksir dari data yang kita analisa.

a). Uji t_{test} (uji secara individu)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen yaitu *Product, Price, Place, Promotio, People, Physical Evidence* dan *Process* mempengaruhi variabel dependen yaitu peningkatan jumlah

mahasiswa Akademi Perkam Medik & Informatika Kesehatan (APIKES) CITRA MEDIKA SURAKARTA secara individu atau sendiri-sendiri dengan menggunakan metode :

- Menentukan hipotesis :

Ho: $\beta_1 = 0$, artinya variabel *product* (X_1) tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah mahasiswa (Y).

Ho : $\beta_1 \neq 0$, artinya variabel *product* (X_1) tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah mahasiswa (Y).

b). Menentukan t tabel

Dengan menggunakan tingkat α 5% dan derajat kebebasan

(dk) = $n - 1 - k$

Di mana :

n : jumlah data

k : jumlah variabel yang dipakai

c). Mencari t hitung :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{n-r^2}}$$

Pengambilan keputusan

Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Jika t hitung \geq t tabel, maka Ho ditolak. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

d). Uji F_{test} (uji secara serempak)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independen ($X_{1,2,3,4,5,6,7}$) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y (dependen).

1) Menentukan hipotesis

Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7 = 0$, artinya variabel independen ($X_{1,2,3,4,5,6,7}$) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7 \neq 0$, artinya variabel independen ($X_{1,2,3,4,5,6,7}$) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

2) Menentukan F tabel

Untuk memperoleh F table digunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan (dk) = (n - k).

3) Rumus untuk mencari F hitung

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (K - 1)}{(1 - R^2) / (n - K)}$$

di mana :

R^2 = koefisien determinasi

K = banyaknya variabel independen

n = jumlah sampel yang diteliti

4) Pengambilan keputusan

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama ($X_{1,2,3,4,5,6,7}$) terhadap variabel dependen (Y).

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama ($X_{1,2,3,4,5,6,7}$) terhadap variabel dependen (Y).

3). Uji Elastisitas

Yaitu untuk mengetahui variabel independen (X) mana diantara variabel-variabel yang digunakan yang mempunyai pengaruh paling besar atau dominan terhadap variabel dependen (Y), yaitu dengan menggunakan rumus :

$$E_j = b_j \frac{\bar{X}_j}{\bar{Y}}$$

4). Uji Asumsi Klasik

a). Pengujian Multikolinieritas

Multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linier di antara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antar variabel dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai VIF di sini tidak boleh lebih besar dari 5 (lima), jika lebih maka bisa dikatakan ada gejala multikolinieritas, dan sebaliknya jika nilai VIF nya lebih kecil dari 5 maka tidak ada gejala multikolinieritas sehingga analisis regresi linier dapat dilakukan.

b). Pengujian Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan varian antar variabel bebas tidak homogen. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode Glejser yang mengusulkan untuk meregresikan nilai absolute residual yang diperoleh atas variabel bebas menurut Gujarati (dalam Anton Bawono, 2006:141) yaitu dengan menggunakan model :

$$|U_i| = a + \beta X_i + V_i$$

Adapun prosedur pengujiannya adalah dengan cara meregresi nilai absolute residual terhadap variabel dependen atau unstandardized residual sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independennya adalah variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ sedangkan dasar pengambilan keputusannya adalah : jika $t\text{-test} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya dalam persamaan regresi tersebut terdapat heteroskedastisitas dan jika $t\text{-test} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya dalam persamaan regresi tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

Selain itu dalam pengujian ini juga dengan melihat grafik scatterplot, yaitu dengan melihat pola pergerakan grafik tersebut, kalau polanya beraturan (gelombangnya melebar dan menyempit), hal ini cenderung ada gejala penyakit heteroskedastisitas. Tetapi jika polanya tidak beraturan, ini cenderung tidak ada gejala penyakit heteroskedastisitas.

c). Pengujian Normalitas

Uji ini untuk menguji apakah dalam model regresi kita, data variabel dependen dan independent yang kita pakai berdistribusi normal atau tidak. Sebuah data penelitian yang baik adalah yang datanya berdistribusi normal.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisa statistik sederhana dengan cara harus diketahui terlebih dahulu nilai kurtosis dan skewnessnya yang dilanjutkan dengan mencari nilai ZSkewness dan Zkurtosis dengan rumus :

$$Z_{skewness} = \frac{Skewness}{\sqrt{6/N}} \text{ dan } Z_{kurtosis} = \frac{Kurtosis}{\sqrt{24/N}}$$

dengan kriteria pengujian :

Jika Z hitung > Z tabel, maka menunjukkan penolakan asumsi normalitas

Jika Z hitung < Z tabel, maka menunjukkan penerimaan asumsi normalitas.

d). Pengujian Linieritas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah spesifikasi model yang kita gunakan sudah tepat atau lebih baik dalam spesifikasi model bentuk lain. Spesifikasi model dapat berupa linier, kuadratik atau kubik.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson dan hasilnya nilai DW test berada diantara du dan $4 - du$, sehingga dapat dikatakan bahwa spesifikasi model linier layak untuk digunakan untuk model regresi.

Pengujian ini juga dilakukan dengan menggunakan metode grafik histogram yaitu dengan melihat perbandingan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal dan juga dengan menggunakan grafik normal plot yaitu dengan melihat perbandingan antara distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif data dari distribusi normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN UJI INSTRUMEN PENELITIAN

1. Uji Validitas

a. Validitas item pertanyaan untuk variabel Product (X1)

Variabel Product terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik analisis Pearson Correlation dengan hasil pada tabel 1.

Tabel 1. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Product

Item Pertanyaan	r_{it}	Signifikansi	Keterangan
X1_1	0,720	0,000	Valid
X1_2	0,747	0,000	Valid
X1_3	0,783	0,000	Valid
X1_4	0,579	0,000	Valid
X1_5	0,452	0,000	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan pada level 0,05) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya item pertanyaan yang valid.

b. Validitas item pertanyaan untuk variabel Price (X2)

Variabel Price terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik analisis Pearson Correlation dengan hasil pada tabel 2.

Tabel 2. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Price

Item Pertanyaan	r_{it}	Signifikansi	Keterangan
-----------------	----------	--------------	------------

X2_1	0,670	0,000	Valid
X2_2	0,807	0,000	Valid
X2_3	0,769	0,000	Valid
X2_4	0,383	0,000	Valid
X2_5	0,402	0,000	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan pada level 0,05) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

c. Validitas item pertanyaan untuk variabel Place (X3)

Variabel Place terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik analisis Pearson Correlation dengan hasil pada tabel 3.

Tabel 3. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Place

Item Pertanyaan	r_{it}	Signifikansi	Keterangan
X3_1	0,738	0,000	Valid
X3_2	0,754	0,000	Valid
X3_3	0,762	0,000	Valid
X3_4	0,273	0,014	Valid
X3_5	0,466	0,000	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan pada level 0,05) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan kesemuanya valid.

d. Validitas item pertanyaan untuk variabel Promotion (X4)

Variabel Promotion terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik analisis Pearson Correlation dengan hasil pada tabel 4.

Tabel 4. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Promotion

Item Pertanyaan	r_{it}	Signifikansi	Keterangan
X4_1	0,615	0,000	Valid
X4_2	0,737	0,000	Valid
X4_3	0,858	0,000	Valid
X4_4	0,439	0,000	Valid
X4_5	0,070	0,538	Tidak Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan pada level 0,05) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan terdapat 4 item pertanyaan yang valid.

e. Validitas item pertanyaan untuk variabel People (X5)

Variabel People terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik analisis Pearson Correlation dengan hasil pada tabel 5.

Tabel 5. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel People

Item Pertanyaan	r_{it}	Signifikansi	Keterangan
X5_1	0,808	0,000	Valid
X5_2	0,711	0,000	Valid
X5_3	0,772	0,000	Valid

X5_4	0,617	0,000	Valid
X5_5	0,324	0,003	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan pada level 0,05) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 5 diatas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan kesemuanya valid.

f. Validitas item pertanyaan untuk variabel Physical (X6)

Variabel Physical terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik analisis Pearson Correlation dengan hasil pada tabel 6.

Tabel 6. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Physical

Item Pertanyaan	r_{it}	Signifikansi	Keterangan
X6_1	0,744	0,000	Valid
X6_2	0,644	0,000	Valid
X6_3	0,401	0,000	Valid
X6_4	0,711	0,000	Valid
X6_5	0,716	0,000	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan pada level 0,05) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan kesemuanya valid.

g. Validitas item pertanyaan untuk variabel Process (X7)

Variabel Process terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik analisis Pearson Correlation dengan hasil pada tabel 7.

Tabel 7. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Process

Item Pertanyaan	r_{it}	Signifikansi	Keterangan
X7_1	0,682	0,000	Valid
X7_2	0,644	0,000	Valid
X7_3	0,679	0,000	Valid
X7_4	0,703	0,000	Valid
X7_5	0,589	0,000	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan pada level 0,05) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 7 diatas menunjukkan bahwa dari 6 item pertanyaan kesemuanya valid.

h. Validitas item pertanyaan untuk variabel Kepuasan (Y)

Variabel Kepuasan terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik analisis Pearson Correlation dengan hasil pada tabel 8.

Tabel 8. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Kepuasan

Item Pertanyaan	r_{it}	Signifikansi	Keterangan
Y1	0,670	0,000	Valid
Y2	0,819	0,000	Valid
Y3	0,420	0,000	Valid
Y4	0,706	0,000	Valid

Y5	0,699	0,000	Valid
----	-------	-------	-------

Sumber: Data yang diolah, 2012

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (signifikan pada level 0,05) merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 9. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Product	0,712	Alpha Cronbach > 0,60	Reliabel
Price	0,700	0,60 maka reliabel	Reliabel
Place	0,660		Reliabel
Promotion	0,662		Reliabel
People	0,692		Reliabel
Physical	0,663		Reliabel
Process	0,702		Reliabel
Kepuasan	0,699		Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2012

REGRESI LINIER BERGANDA

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Metode analisa ini digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis dengan uji regresi menggunakan program SPSS, hasil uji dapat dilihat pada tabel 9, berikut :

- a. Karena Variabel dependennya adalah Kepuasan Mahasiswa, dimana nilai kepuasan sangat berbeda untuk masing-masing individu, maka pada analisa ini menggunakan unstandarized dan hasilnya adalah :

$$Y = 2,874 + 0,106 X_1 - 0,606 X_2 + 0,939 X_3 - 0,205 X_4 + 0,263 X_5 + 0,177 X_6 + 0,316 X_7 + e$$

$$(0,208) (0,376) (0,005)** (0,001)** (0,254)** (0,248) (0,231) (0,070)$$

Dari hasil diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- Untuk variabel product ada perubahan sebesar 0,208, variabel Price ada perubahan sebesar (0,376), Variabel Place terjadi perubahan sebesar (0,005), Promotion berubah sebesar (0,001), People berubah sebesar (0,254), Physical berubah sebesar (0,248), Process berubah sebesar (0,231) dan terhadap kepuasan Mahasiswa serta ada peningkatan nilai kepuasan secara bersama-sama sebesar (0,070).

2. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	183.279	7	26.183	14.853	.000 ^a
	Residual	116.342	66	1.763		
	Total	299.622	73			

a. Predictors: (Constant), X7_Process, x4_promotion, x2_Price, X1_Product, X6_Physical, X3_Place, X5_People

b. Dependent Variable: Y_Kepuasan

Hasil uji secara serempak (Uji F) diketahui besarnya nilai $F = 14,853$ signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel bebas mempengaruhi Kepuasan..

3. Uji t

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.874	2.262		1.271	.208		
	X1_Product	.106	.119	.102	.891	.376	.449	2.229
	x2_Price	-.606	.209	-.370	-2.898	.005	.360	2.778
	X3_Place	.939	.260	.599	3.607	.001	.213	4.684
	x4_promotio	-.205	.178	-.142	-1.151	.254	.387	2.586
	X5_People	.263	.226	.216	1.167	.248	.172	5.800
	X6_Physica	.177	.146	.165	1.210	.231	.318	3.146
	X7_Process	.316	.172	.201	1.839	.070	.490	2.041

a. Dependent Variable: Y_Kepuasan

Hasil regresi diatas dianalisis dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + e$$

a. Menggunakan Standardized

$$Y = 2,874 + 0,102 X_1 - 0,370 X_2 + 0,599 X_3 - 0,142 X_4 + 0,216 X_5 + 0,165 X_6 + 0,201 X_7 + e$$

(0,208) (0,376) (0,005)** (0,001)** (0,254)** (0,248)(0,231)
(0,070)

b. Menggunakan Unstandardized

$$Y = 2,874 + 0,106 X_1 - 0,606 X_2 + 0,939 X_3 - 0,205 X_4 + 0,263 X_5 + 0,177 X_6 + 0,316 X_7 + e$$

(0,208) (0,376) (0,005)** (0,001)**(0,254)** (0,248) (0,231) (0,070)

Dari Uji t diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Place berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan, variable Price berpengaruh negative dan signifikan terhadap Kepuasan, untuk variabel Promotion berpengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan, Sedangkan variabel Product, People, Physical dan Process berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan.

4. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.782 ^a	.612	.571	1.328	1.163

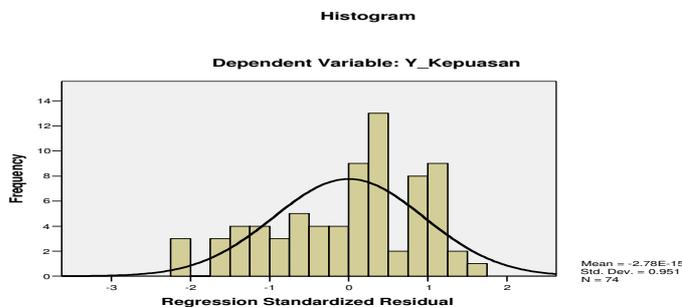
a. Predictors: (Constant), X7_Process, x4_promotion, x2_Price, X1_Product, X6_Physical, X3_Place, X5_People

b. Dependent Variable: Y_Kepuasan

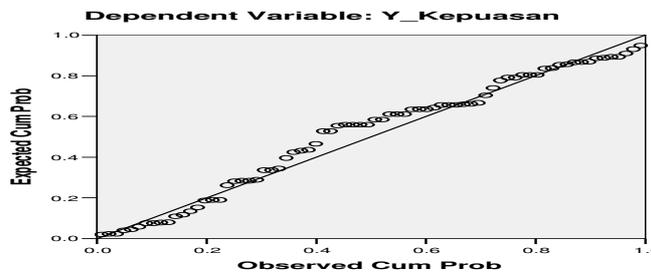
Uji R² didapatkan hasil sebesar 0.571 atau 57.1 %. yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 57.1% sedangkan sisanya (42.9%) dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

5. UJI PERSYARATAN REGRESI

1. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters	a,b Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.26243122
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.065
	Negative	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.194

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan cara menguji apakah data residual berdistribusi normal. Dari hasil diatas maka nilai z Kolmogorov-Smirnov sebesar 1,080 dengan signifikansi 0,194 (di atas 5%) sehingga data residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

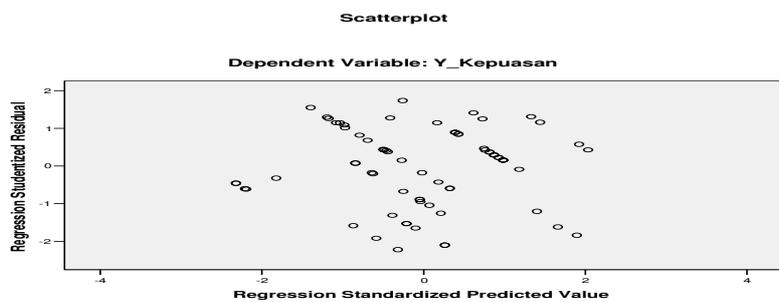
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.874	2.262		1.271	.208		
	X1_Product	.106	.119	.102	.891	.376	.449	2.229
	x2_Price	-.606	.209	-.370	-2.898	.005	.360	2.778
	X3_Place	.939	.260	.599	3.607	.001	.213	4.684
	x4_promotion	-.205	.178	-.142	-1.151	.254	.387	2.586
	X5_People	.263	.226	.216	1.167	.248	.172	5.800
	X6_Physical	.177	.146	.165	1.210	.231	.318	3.146
	X7_Process	.316	.172	.201	1.839	.070	.490	2.041

a. Dependent Variable: Y_Kepuasan

Hasil uji multikolinieritas diatas diketahui besarnya VIF masing-masing variabel lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.267	2.933		-.091	.928		
	X1_Product	-.180	.155	-.203	-1.166	.248	.449	2.229
	x2_Price	.423	.271	.304	1.561	.123	.360	2.778
	X3_Place	-.272	.337	-.204	-.806	.423	.213	4.684
	x4_promotion	.033	.231	.027	.142	.887	.387	2.586
	X5_People	.191	.292	.184	.654	.515	.172	5.800
	X6_Physical	-.234	.190	-.255	-1.231	.223	.318	3.146
	X7_Process	.157	.223	.117	.704	.484	.490	2.041

a. Dependent Variable: lnresd2

Uji heteroskedastisitas didapatkan hasil bahwa variabel independen setelah diregres dengan residual maka hasilnya tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Otokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.782 ^a	.612	.571	1.328	1.163

a. Predictors: (Constant), X7_Process, x4_promotion, x2_Price, X1_Product, X6_Physical, X3_Place, X5_People

b. Dependent Variable: Y_Kepuasan

dari tabel di atas dapat dilihat nilai Durbin-Watson sebesar 1.163 akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan derajat kepercayaan 5%, jumlah sampel 74 dan jumlah variabel bebas 7, maka di tabel Durbin-Watson akan didapat nilai d_L 1.28 dan d_U 1.68. Nilai DW 1.163 lebih kecil dari d_L atau $1.163 < 1.28$ maka ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi pada model regresi. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau periode sebelumnya (Imam Ghozali : Analisis Multivariat dengan Program SPSS). Karena data penelitian bukan merupakan time series maka uji autokorelasi ini bisa diabaikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Marketing mix* yang terdiri dari variabel *Product* (X_1), *Price* (X_2), *Place* (X_3), *Promotion* (X_4), *People* (X_5), *Physical Evidence* (X_6) dan *Process* (X_7) secara parsial yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA, adalah variabel *Place* (X_3), *Promotion* (X_4) dan *People* (X_5), sedangkan untuk keempat variabel lainnya mempunyai pengaruh yang tidak signifikan sehingga menimbulkan bias.
2. *Marketing Mix* yang terdiri dari variabel *Product* (X_1), *Price* (X_2), *Place* (X_3), *Promotion* (X_4), *People* (X_5), *Physical Evidence* (X_6) dan *Process* (X_7) secara simultan yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA, yaitu variabel *Place* (X_3), *Promotion* (X_4) dan *People* (X_5), hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi F_{hitung} (39,713) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sedangkan besarnya pengaruh ketiga variabel bebas tersebut terhadap Kepuasan Mahasiswa sebesar 81% sedangkan sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
3. Variabel *People* (X_5) mempunyai pengaruh paling besar/dominan terhadap Kepuasan Mahasiswa APIKES CITRA MEDIKA SURAKARTA dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini dapat dilihat pada koefisien beta dari variabel *People* (X_5) mempunyai nilai beta terbesar yaitu 0,425.

DAFTAR PUSTAKA

- Bawono, Anton, 2006, **Multivariate Analysis dengan SPSS**, STAIN Salatiga Press. Salatiga
- Buchari, Alma, 2000, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Alfabeta. Bandung

Husein, Umar, 2000, **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Business Research Center (JBRC), Jakarta.

Kadariusman, Muchodim. 2003. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jasa Reza Laundry Yogyakarta. STIE Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta.

Kotler, Philip, 2009. **Management Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1**. Alih bahasa Ancella Anitawati, Hermawan, Salemba. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. Peraturan Pemerintah No. 20, Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta

Slamet, Achmad. 2003. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Andong Purworejo. STIE Isti Ekatana Upaweda. Yogyakarta.

Singarimbun, M, 1995, **Metodologi Penelitian Survei**, Penerbit LP3S, Jakarta

Sugiyono, 2003, **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung.

Swasta, Basu, 2002, **Azas-azas Marketing**, Liberty, Yogyakarta.

