
**ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH
UNIVERSITAS TERBUKA DENGAN TRUST SEBAGAI INTERVENING**

Oleh

**Kadek Masakazu¹, T.M. Kusuma², I Ketut Putu Suniantara^{*3}, Gede Suwardika⁴,
Ni Putu Nanik Hendayanti⁵**

^{1,4}Universitas Terbuka UPBJJ - Denpasar

^{2,3,5}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer, Institut
Teknologi dan Bisnis Stikom Bali

Jalan Raya Puputan Renon no. 86 Denpasar, Bali, Indonesia. Tlp. (0361) 244445

Email: ¹kadek.masakazu@ecampus.ut.ac.id, ²mahendra.kusuma@stikom-bali.ac.id

³suniantara@stikom-bali.ac.id, ⁴isuwardika@ecampus.ut.ac.id, ⁵nanik@stikom-bali.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) Universitas Terbuka Denpasar melalui faktor kepercayaan (*trust*) yang berimplikasi pada pengambilan keputusan mahasiswa berkuliah di Universitas Terbuka Denpasar. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin kompetitifnya persaingan antar universitas baik negeri maupun swasta, serta Universitas Terbuka sebagai universitas yang menerapkan sistem pembelajaran jarak jauh dan terbuka tentu harus mendapatkan kepercayaan (*trust*) bagi mahasiswanya karena pembelajaran tidak dilakukan secara tatap muka. Penelitian ini menggunakan Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan sampel 356 mahasiswa Universitas Terbuka Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kemampuan, kebaikan hati, dan integritas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa Universitas Terbuka, (2) Kemampuan, kebaikan hati, integritas, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Terbuka, dan (3) Kepercayaan memediasi kemampuan, kebaikan hati, dan integritas.

Kata Kunci: Kemampuan, Kebaikan_Hati, Integritas, Kepercayaan, Intervening

PENDAHULUAN

Universitas Terbuka (UT) merupakan universitas yang menerapkan sistem pembelajaran jarak jauh dan terbuka. Memilih perguruan tinggi bagi individu yang telah bekerja atau karena alasan lain tidak dapat melanjutkan pendidikan tingginya secara tatap muka, UT menjadi salah satu opsi untuk tetap melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di tengah persaingan dunia kerja yang semakin kompetitif, merupakan keputusan yang sangat penting karena hal tersebut dapat menentukan masa depan mereka.

Pendidikan yang dibutuhkan oleh mereka yang mengalami hal tersebut adalah pendidikan jarak jauh. Pendidikan jarak jauh merupakan kebalikan dari pendidikan dengan pola tatap muka. Keterpisahan antara

instruktur dengan peserta didik dan adanya penggunaan satu atau lebih media sebagai alat untuk menyatukannya merupakan gambaran dari pendidikan jarak jauh. Perguruan tinggi yang baik harus mampu melihat hal-hal yang penting bagi mahasiswa, mampu memberikan informasi kepada mahasiswa bahwa apa yang disediakan kampus bermanfaat bagi mahasiswa, kemudian memberikan apa yang telah dijanjikan kepada mahasiswanya.

Banyak faktor yang perlu diperhitungkan ketika memilih kampus, sama halnya ketika seorang konsumen memilih sebuah produk, dalam suatu penelitian dilaporkan bahwa sekitar 71% keputusan konsumen untuk membeli suatu produk didasarkan pada faktor kepercayaan antara penjual dan pembeli. Ini menarik karena

bagaimana mungkin tercipta suatu kepercayaan dalam jangka waktu yang demikian singkat. Pada awalnya kepercayaan dipelajari lebih banyak dari disiplin ilmu psikologi, karena berkaitan dengan sikap seseorang.

Dalam perkembangannya, kepercayaan telah menjadi penelitian dari berbagai disiplin ilmu. Kepercayaan merupakan faktor penting bagi mahasiswa, terutama mahasiswa yang memilih melanjutkan di Universitas Terbuka sebab pembelajarannya dilaksanakan secara daring dan video serta bersifat terbuka, yaitu tidak ada batasan usia, tahun diploma, dan masa penelitian. Upaya-upaya yang dapat memengaruhi kepercayaan (*trust*) hingga mahasiswa menjatuhkan pilihan dan memutuskan berkuliah di Universitas Terbuka tentu sangat perlu diketahui oleh para pengelola Universitas Terbuka melalui kajian-kajian sebagai bahan evaluasi mereka.

Kepercayaan (*trust*) menjadi faktor penting bagi mahasiswa dalam membuat keputusan memilih universitas dimana mereka harus mendapatkan ilmu dan pendidikan yang berkualitas di tengah pertumbuhan dan persaingan perguruan tinggi yang kompetitif. Bagi mahasiswa yang sudah bekerja tentu mengambil waktu kuliah pada perguruan tinggi yang mampu memberikan pendidikan jarak jauh yang berkualitas adalah pilihan yang tepat karena supaya tidak mengganggu pekerjaannya serta agar tercapai harapan untuk bisa berhasil baik di pekerjaan maupun pendidikan.

Pada awalnya kepercayaan (*trust*) banyak dikaji dari disiplin psikologi, karena hal ini berkaitan dengan sikap seseorang. Pada perkembangannya, *trust* menjadi kajian berbagai disiplin ilmu. Universitas Terbuka sebagai universitas yang menerapkan sistem pembelajaran jarak jauh dan terbuka tentu harus mendapatkan kepercayaan (*trust*) bagi mahasiswanya karena pembelajaran tidak dilakukan secara tatap muka tetapi dengan memanfaatkan media, baik media cetak, internet, maupun video serta bersifat terbuka,

yaitu tidak ada batasan usia, tahun ijazah, maupun masa studi.

Pengelola perguruan tinggi selalu berupaya memberikan pendidikan yang berkualitas bagi penerima jasanya, yaitu mahasiswa. Upaya-upaya yang dapat memengaruhi kepercayaan (*trust*) hingga mahasiswa menjatuhkan pilihan dan memutuskan berkuliah di Universitas Terbuka tentu sangat perlu diketahui oleh para pengelola perguruan tinggi melalui kajian-kajian sebagai bahan evaluasi mereka. Menurut Mayer dalam kepercayaan (*trust*) dibangun atas tiga faktor yaitu, kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) yang secara komprehensif membangkitkan kepercayaan (*trust*) seseorang agar dapat mempercayai suatu media, transaksi, atau komitmen tertentu.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, penelitian menggunakan empat variabel yang mempengaruhi *trust*, yaitu *ability*, *benevolence*, *integrity* dan *propensity to trust*, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi *trust*, sebagaimana yang dikembangkan oleh [8], yaitu *ability*, *benevolence*, dan *integrity* penelitian dilakukan pada mahasiswa dua universitas di Kanada. Jumlah responden yang diperoleh sebanyak 68 mahasiswa. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah *partial least squares* (PLS) dan *linear structured relationship* (LISREL). Penelitian tersebut diketahui bahwa dari empat variabel independen yang mempengaruhi *trust*, variabel *integrity* merupakan penggerak utama (*key driver*) bagi tumbuhnya *trust*. Perbedaan dengan penelitian sebatas menguji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepercayaan dalam *e-commerce*, sedangkan penelitian ini di samping menguji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepercayaan juga menguji pengaruh kepercayaan sebagai variabel intervening terhadap keputusan mahasiswa Universitas Terbuka Denpasar.

Kedua, dalam penelitian Walczuch *et al.* (2001) variabel yang diuji sebagai faktor yang mempengaruhi kepercayaan adalah faktor psikologis yang terdiri dari *perceptionbased factors*, *knowledge-based factors*, *attitude*, *personality-based factors* dan *experience-based factors*, sedangkan dalam penelitian tersebut variabel yang diuji sebagai faktor yang berpengaruh terhadap kepercayaan adalah *ability*, *benevolence*, dan *integrity*. Penelitian yang dilakukan oleh menggunakan variabel *brand trust* sebagai variabel intervening terhadap keputusan memilih universitas menggunakan metode *smart PLS – SEM*. Hasil penelitian menunjukkan *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih lembaga perguruan tinggi. Penelitian lain yang dilakukan mengenai pengaruh *ability*, *benevolence*, dan *integrity* terhadap *trust* menggunakan metode SEM menunjukkan hasil bahwa hanya integritas yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* pelanggan *e-commerce*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk melihat keputusan mahasiswa terhadap pilihan mereka memilih Universitas Terbuka sebagai perguruan tinggi tempat mereka memperoleh pendidikan melalui faktor kepercayaan (*trust*) yang berdasarkan pada bentuk kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*).

LANDASAN TEORI

Kepercayaan (*Trust*)

Bersedianya seseorang terhadap tindakan pihak lain yang didasari harapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya merupakan definisi dari Kepercayaan. Menurut Morgan Kepercayaan (*trust*) adalah keinginan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka Kepercayaan

(*trust*) tidak seketika diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun dari awal dan tentu saja harus dapat dibuktikan. Kepercayaan (*trust*) suatu pihak terhadap pihak lain didasari suatu keyakinan bahwa pihak yang diberikan kepercayaan tersebut akan memenuhi segala kewajibannya sesuai dengan yang diharapkan. Jika diibaratkan sebuah produk, konsumen akan selalu membeli produk untuk memenuhi kebutuhan akan tetapi produk mana yang mereka beli dan bagaimana mereka membuat keputusan akan erat hubungannya dengan perasaan mereka terhadap merek-merek yang ditawarkan. Kepercayaan terhadap suatu *brand* terjadi apabila seseorang tersebut mempunyai loyalitas terhadap brand tersebut begitu pula dengan brand bisa mendapatkan kepercayaan karena brand tersebut memiliki citra yang positif yang menjamin akan kualitasnya.

Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah sejauh mana pekerja memiliki pengetahuan, kemampuan dan kecakapan interpersonal serta kecakapan teknis dan tenaga untuk menghasilkan kinerja. Kompetensi dan karakteristik dari institusi dalam memengaruhi dan menguasai area yang spesifik merupakan acuan sebuah kemampuan. Berkaitan dengan hal tersebut, bagaimana sebuah perguruan tinggi mampu memberikan layanan pendidikan tinggi yang berkualitas, mempunyai pengalaman sehingga profesional dalam mengembangkan program pendidikannya. Artinya bahwa mahasiswa yang memutuskan menempuh pendidikan di perguruan tinggi tersebut mendapatkan jaminan kepuasan dari perguruan tinggi. Kim *et al.* menyatakan bahwa kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan merupakan cakupan dari *ability*.

Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Benevolence adalah sejauh mana pihak yang dipercaya ingin melakukan dan memberikan yang terbaik kepada pihak yang mempercayai, terlepas dari motif keuntungan yang sifatnya egosentris. Perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima seseorang atau satu pihak kepada pihak lain merupakan

bagian dari kebaikan hati. Perguruan tinggi sebaiknya tidak hanya mengejar dari segi kuantitas mahasiswa, tetapi harus memberi perhatian dalam memberikan pelayanan terhadap mahasiswanya, memiliki keinginan dan itikad baik untuk selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya.

Integritas (Integrity)

Kim et al mengemukakan bahwa integrity dapat dilihat dari sudut kewajaran (fairness), pemenuhan (fulfillment), kesetiaan (loyalty), keterus-terangan (honestly), keterkaitan (dependability), dan kehandalan (reliability). Apa yang telah diucapkan oleh Trustee kepada Trustor harus sama dengan tindakan yang akan Trustee lakukan dan konsumen memiliki keingintahuan apakah Trustee dapat melakukan hal yang sama seperti yang telah dijanjikannya. Terkait perguruan tinggi, integritas berkaitan dengan bagaimana sebuah perguruan tinggi menjalankan proses pendidikan yang ada di dalamnya. Apakah informasi yang diberikan sesuai dengan fakta atau tidak, apakah sistem pembelajarannya dapat dipercaya atau tidak.

Pengambilan Keputusan

Menurut Terry fakta, data atau informasi keputusan yang baik dan solid menjadi dasar keputusan yang tepat. Bentuk dari perbuatan berpikir disebut pengambilan keputusan dan hasil dari suatu perbuatan tersebut disebut keputusan. Pengambilan keputusan merupakan sebuah perilaku manusia yang fundamental. Keputusan yang diambil oleh seseorang didasari oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Kemudian apabila sudah didasari oleh keinginan dan kebutuhan, maka mahasiswa akan mencari informasi mengenai perguruan tinggi yang diinginkannya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Saputro bahwa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih universitas yakni citra yang dimiliki oleh universitas/prodi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif berbasis pengujian

hipotesis. Sampel dalam penelitian ini adalah 356 Mahasiswa Universitas Terbuka UPPJJ Denpasar yang diambil dengan *metode simple random sampling* dengan mengumpulkan data yang diperlukan dari kuesioner yang telah diisi secara online. Alasan penggunaan pengumpulan data online karena penelitian ini dilakukan pada saat terjadi pandemi dan setiap orang harus tinggal di rumah. Teknik analisis data pada pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur (*analysis path*) karena diantara variabel independen dengan variabel dependen terdapat mediasi yang memengaruhi. Tujuan dari analisis jalur adalah untuk melihat pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung variabel kemampuan, kebaikan hati, integritas, kepercayaan terhadap pengambilan keputusan. Model persamaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_1 \dots \dots \dots (1)$$

$$Y_2 = \beta_4 X_1 + \beta_5 X_2 + \beta_6 X_3 + \beta_7 Y_1 + \varepsilon_2 \dots (2)$$

Keterangan:

X_1 = Ability

X_2 = Benevolence

X_3 = Integrity

Y_1 = Trust

Y_2 = Decision

$\beta_1 - \beta_7$ = koefisien jalur

$\varepsilon_1, \varepsilon_2$ = kesalahan struktural
(*structural error*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui instrumen yang digunakan tersebut valid atau tidak. Uji validitas dengan membandingkan r hitung > r tabel yang menyatakan pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Pada Tabel 1. Terlihat bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner memiliki nilai r hitung > r tabel, maka dapat dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Simpulan
kemampuan (<i>ability</i>)	X1.1	0,855	0,264	valid
	X1.2	0,867	0,264	valid
	X1.3	0,779	0,264	valid
	X1.4	0,761	0,264	valid
kebaikan hati (<i>benevolence</i>)	X2.1	0,825	0,264	valid
	X2.2	0,885	0,264	valid
	X2.3	0,908	0,264	valid
integritas (<i>integrity</i>)	X3.1	0,826	0,264	valid
	X3.2	0,667	0,264	valid
	X3.3	0,901	0,264	Valid
kepercayaan (<i>trust</i>)	Y1.1	0,835	0,264	Valid
	Y1.2	0,926	0,264	Valid
	Y1.3	0,909	0,264	valid
Keputusan (<i>decision</i>)	Y2.1	0,867	0,264	valid
	Y2.2	0,803	0,264	valid
	Y2.3	0,860	0,264	valid
	Y2.4	0,896	0,264	valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

b. Uji Realibilitas

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan koefisien *Cronbach Alpha* jika nilainya lebih besar dari 0,6 kuesioner reliabel, dan jika lebih kecil dari 0,6 kuesioner tidak reliabel [19].

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

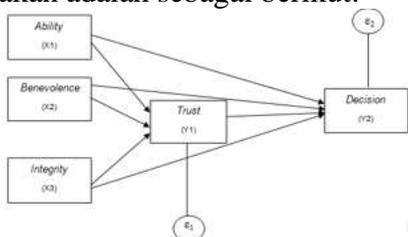
Cronbach's Alpha	N of Items
0,979	17

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel 2 nilai koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 yaitu 0,979. Maka seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel.

c. Analisis Jalur

Adapun rancangan model *diagram path* berdasarkan teori dan variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Diagram Path

Langkah awal dalam analisis jalur adalah membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada variabel bebas kemampuan, kebaikan hati, dan integritas terhadap variabel dependen, yaitu variabel kepercayaan.

Tabel 3 Coefficients Model Struktur I

Variabel (Model 1)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t hitung	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,072	0,374		-0,193	0,847
Ability	0,213	0,042	0,256	5,097	0,000
Benevolence	0,323	0,058	0,310	5,576	0,000
Integrity	0,386	0,052	0,357	7,355	0,000

Berdasarkan Tabel 3. hasil pengujian pengaruh variabel kemampuan, kebaikan hati, dan integritas terhadap variabel kepercayaan persamaan strukturalnya terlihat pada persamaan 3) yang semua variabel berpengaruh terhadap kepercayaan.

$$Y_1 = 0,256 X_1 + 0,310 X_2 + 0,357 X_3 \quad (3)$$

Tabel 4. Koefisien Determinasi Model Struktur I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,861	0,742	0,740	1,206762

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* pada Tabel 4, maka perhitungan nilai standar error nya yaitu $\epsilon_1 = Pe_1 = \sqrt{1-0,740} = 0,509$.

Hasil pengujian pengaruh variabel kemampuan, kebaikan hati, integritas, dan kepercayaan terhadap variabel keputusan disajikan dalam Tabel 5 dengan bentuk persamaan strukturalnya yaitu:

$$Y_2 = 0,165 X_1 + 0,212 X_2 + 0,270 X_3 + 0,221 Y_1 \quad (4)$$

Sedangkan nilai *Adjusted R Square* disajikan dalam Tabel 6, sehingga perhitungan nilai standar error yaitu $\epsilon_2 = Pe_2 = \sqrt{1-0,637} = 0,602$.

Tabel 5. Coefficients Model Struktur II

Variabel (Model 2)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t hitung	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,593	0,525		4,938	0,000
Ability	0,162	0,061	0,165	2,672	0,008
Benevolence	0,262	0,085	0,212	3,084	0,002
Integrity	0,346	0,079	0,270	4,375	0,000
Trust	0,262	0,075	0,221	3,502	0,001

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Tabel 6. Koefisien Determinasi Model Struktur II

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	0,800	0,641	0,637	1,693915

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Terhadap kedua variabel dependen, variabel kepercayaan memberikan nilai sebesar (*R square*) 0,742 (Tabel 4) angka tersebut mengandung arti bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel kepercayaan sebesar 74,2 persen. Variabel keputusan memberikan nilai (*R square*) 0,641 (Tabel 6) angka tersebut mengandung arti bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel keputusan sebesar 64,1 persen.

Berdasarkan nilai standar *error* ε_1 dan ε_2 masing-masing 0,509 dan 0,602, maka koefisien determinasi total persamaan struktural dari model penelitian ini dapat dihitung dengan perhitungan sebagai berikut:

$$R^2_m = 1 - (0,509)^2 - (0,602)^2$$

$$R^2_m = 1 - (0,259) - (0,362)$$

$$R^2_m = 1 - 0,094$$

$$R^2_m = 0,906$$

Koefisien determinasi total sebesar 0,906 mempunyai arti bahwa sebesar 90,6 persen variabel yang digunakan dapat dijelaskan oleh model yang dibentuk, sedangkan sisanya sebesar 9,4 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang dibentuk.

d. Pengaruh Langsung

Pengaruh langsung antar variabel konstruk dapat dilihat dari hasil olahan data dengan nilai *path coefficients* yang ditampilkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Path Coefficient

Hubungan Variabel	Coefficient Standar	Standar Error	P-value	Keterangan
X1 -> Y1	0,256	0,042	0,000	Signifikan
X2 -> Y1	0,310	0,058	0,000	Signifikan
X3 -> Y1	0,357	0,052	0,000	Signifikan
X1 -> Y2	0,165	0,061	0,008	Signifikan
X2 -> Y2	0,212	0,085	0,002	Signifikan
X3 -> Y2	0,270	0,079	0,000	Signifikan
Y1 -> Y2	0,221	0,075	0,001	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel 7 dapat dijelaskan bahwa kemampuan, kebaikan hati, dan integritas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 yaitu dengan nilai P-value sebesar 0,000. Artinya semakin baik kemampuan, kebaikan hati, dan integritas dari Universitas terbuka Denpasar maka kepercayaan mahasiswa terhadap Universitas Terbuka semakin positif. Dapat dijelaskan juga bahwa kemampuan, kebaikan hati, integritas, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikan kurang dari 0,05.

e. Pengaruh Tidak Langsung

Mencari pengaruh tidak langsung variabel X terhadap variabel Y2 adalah berdasarkan hasil perkalian pengaruh langsung variabel X terhadap variabel Y1 dengan variabel Y1 terhadap Y2.

Tabel 8. Hasil Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung

Hubungan Variabel	Nilai Pengaruh langsung	Nilai Pengaruh Tidak Langsung
X1 -> Y2	0,165	0,056
X2 -> Y2	0,212	0,068
X3 -> Y2	0,270	0,059

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Hasil perhitungan berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan nilai pengaruh langsung, hal tersebut menunjukkan bahwa secara tidak langsung variabel kemampuan, kebaikan hati, dan integritas melalui kepercayaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan namun kemampuan, kebaikan hati, dan integritas memberikan perubahan positif pada keputusan melalui kepercayaan.

f. Pengujian Variabel Mediasi

Prosedur pengujian variabel mediasi dapat dilakukan uji sobel. Tabel 9 menyajikan hasil perhitungan uji sobel. Pengujian ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen X1, X2, X3 terhadap variabel dependen Y2 melalui variabel mediasi Y1.

Tabel 9. Hasil Perhitungan Uji Sobel

Hubungan variabel	Z Hitung
pengaruh kemampuan melalui kepercayaan terhadap keputusan	2,790
pengaruh kebaikan hati melalui kepercayaan terhadap keputusan	2,989
pengaruh integritas melalui kepercayaan terhadap keputusan	3,573

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan uji sobel, diperoleh nilai z hitung > 1,64 (nilai z pada tingkat signifikan 0,05) yang berarti bahwa variabel kepercayaan (*trust*) memediasi variabel kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) terhadap variabel keputusan (*decision*).

PENUTUP**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disampaikan simpulan sebagai berikut:

1. Kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*) mahasiswa Universitas Terbuka.
2. Kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), integritas (*integrity*), dan kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Terbuka.
3. Kepercayaan (*trust*) memediasi kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diberikan saran untuk penelitian berikutnya supaya ditambahkan variabel baru agar memperkaya model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. Fawcett and M. Juliana, "Teaching in the Digital Age," in *Designing Instruction for Technology-Enhanced Learning*, 2011, pp. 71–82.
- [2] K. J. You *et al.*, *The Evolution, Principles and Practices of Distance Education* BIS-Verlag, vol. 16, no. 4, 2009.
- [3] B. Pasaribu, "Faktor Daya Tarik FKIP UIKA Bogor dalam Persepsi Mahasiswa," 2008.
- [4] J. Riegelsberger, M. A. Sasse, and J. D. McCarthy, "The researcher's dilemma: Evaluating trust in computer-mediated communication," *Int. J. Hum. Comput. Stud.*, vol. 58, no. 6, pp. 759–781, 2003.
- [5] G. B. Murphy and A. A. Blessinger, "Perceptions of No-name Recognition Business to Consumer E-Commerce Trustworthiness: The Effectiveness of Potential Influence Tactics," *J. High Technol. Manag. Res.*, vol. 14, pp. 71–92, 2003.
- [6] D. Wong, "Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan Ecommerce di UBM," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 2, no. 2, pp. 155–168, 2017.
- [7] B. A. Aubert and B. L. Kelsey, "The Illusion of Trust and Performance," *Sci. Ser. Cirano*, vol. 3, pp. 1–13, 2000.
- [8] R. C. Mayer, J. H. Davis, and F. D. Schoorman, "An Integrative Model of Organizational Trust," *Acad. Manag. Rev.*, vol. 20, no. 3, pp. 709–734, 1995.
- [9] R. Walczuch, J. Seelen, and H. Lundgren, "Psychological Determinants for Consumer Trust in E-Retailing," in *Proceedings of Eighth Research Symposium on Emerging Electronic Market*, 2001, pp. 1–21.
- [10] J. Juliana and J. Johan, "Pengaruh brand image terhadap keputusan memilih universitas dengan brand trust sebagai variabel intervening," *J. Bus. Bank.*, vol. 9, no. 2, pp. 229–246, 2020.
- [11] R. M. Morgan and S. D. Hunt, "1994_methodology_for_limitations_COMMITMENT TRUST THEORY BY MORGAN AND HUNT.pdf," *Journal of Marketing*, vol. 58, no. July 1994, pp. 20–38, 1994.
- [12] N. Trista, A. prihatini, and S. Saryadi, "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Toyota Avanza Di Kota Semarang," *J. Ilmu Adm. Bisnis SI Undip*, vol. 2, no. 2, pp. 21–28, 2013.
- [13] P. Indarjanti and T. Bodroastuti, "Pengaruh Kemampuan, Usaha dan Dukungan Organisasi Terhadap Kinerja," *J. Kaji. Akunt. dan Bisnis*, vol. 1, pp. 64–83, 2012.
- [14] D. J. Kim, D. L. Ferrin, and R. H. Rao, "Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce," in *AMCIS 2003 Proceedings*, 2003, pp. 157–167.

-
- [15] V. Susanti, C. Hadi, and M. Si, “Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget secara Online,” *Psikol. Ind. Dan Organ.*, vol. 02, no. 01, pp. 55–33, 2013.
- [16] G. R. Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2009.
- [17] R. Desmita, *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2008.
- [18] M. Saputro, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi,” *J. Pendidik. Inform. dan Sains*, vol. 6, no. 1, pp. 83–94, 2017.
- [19] I. Ghozali, “Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS edisi III,” *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*. 2016.