

ABSTRAK

PERILAKU MAHASISWA PADA SAAT MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA DI INDONESIA

Oleh
Rayendra Hermansyah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris Electronic Service Quality (eSERVQUAL), referensi media, referensi electronic Word-of-mouth (eWOM), dan Ekuitas Merek Perguruan Tinggi (Brand Equity) yang memperluas teori konstruk perilaku terencana ke perilaku pilihan mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Indonesia. Lima ratus lima data yang digunakan diambil dari mahasiswa perguruan tinggi swasta Indonesia menggunakan purposive sampling dan dianalisis dengan Structural Equation Modeling dengan aplikasi statistik AMOS 26. Hasilnya menunjukkan bahwa eSERVQUAL, referensi media, referensi eWOM, dan Brand Equity perguruan tinggi membangun perilaku mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Hasil ini berimplikasi bahwa kualitas layanan website perguruan tinggi (eSERVQUAL), media, eWOM, dan eBrand Equity perguruan tinggi dapat meningkatkan perilaku pemilihan perguruan tinggi oleh calon mahasiswanya. Orisinalitas penelitian ini memperluas teori perilaku terencana yang berfokus pada pengaruh eSERVQUAL yang mewakili Sikap, referensi media reference dan referensi eWOM yang mewakili Norma Subjektif, serta Ekuitas Merek Perguruan Tinggi yang mewakili Kontrol Perilaku dalam persepsi memilih.

Kata kunci: Theory of Planned Behavior, eSERVQUAL, referensi Mass media, referensi eWOM, Ekuitas Brand, Perilaku Memilih Perguruan Tinggi

ABSTRAC

STUDENT BEHAVIOR WHEN CHOOSING THE PRIVATE HIGHER EDUCATION IN INDONESIA

Oleh
Rayendra Hermansyah

This study aims to empirically analyze Electronic Service Quality (eSERVQUAL), media references, electronic Word-of-mouth (eWOM) references, and Higher Education Brand Equity (Brand Equity) which extends the theory of planned behavior constructs to the behavioral choices of students at college. private universities in Indonesia. The five hundred and five data used were taken from Indonesian private university students using purposive sampling and analyzed by Structural Equation Modeling with the AMOS 26 statistical application. The results show that eSERVQUAL, media references, eWOM references, and university Brand Equity build student voting behavior. College. These results have implications that the quality of higher education website services (eSERVQUAL), media, eWOM, and university Brand Equity can improve the behavior of college selection by prospective students. The originality of this study extends the theory of planned behavior which focuses on the influence of eSERVQUAL which represents Attitude, media references and eWOM references which represent Subjective Norms, and Higher Education Brand Equity which represents Behavioral Control in voting perceptions.

Keywords: Theory of Planned Behavior, eSERVQUAL, Mass media reference. eWOM references, Brand Equity, College Choosing Behavior