

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BIAYA KULIAH,  
LOKASI,BAURAN PROMOSI, KUALITAS SDM TERHADAP  
KEUNGGULAN KOMPETITIF PTS DI KOTA PALEMBANG**

**Yolanda Veybitha  
Yola\_2602@yahoo.com**

---

**ABSTRACT**

*This study aims to measure the impact of service quality, tuition, location, promotion mix, and the quality of human resources to the competitive advantage of private colleges in the city of Palembang. In this study collected primary data and secondary data. Primary data was collected using a questionnaire distributed to students in four private colleges in the city of Palembang, while secondary data gathered from the relevant literature such as journals, books and other related publications. The total sample of 392 students with stratified random sampling technique. Processing data using SPSS version 20, the results showed that the variable quality of services, tuition, location, promotion, and the quality of Human Resource significant influence simultaneously and partially to competitive advantage Colleges in Palembang. The test results according to the theory except variable tuition fees. According to the theory costleadership, put forward Porter's variable tuition fees negatively affect where the lower the price offered by the company, the higher the level of competitive advantage. But the results of this study are supported by Kotler theory which says that "a competitive advantage can be gained if companies offer more value to consumers, either through lower prices or by providing more benefits that support the pricing more.*

**Key Words : *kompetitif advantage***

**A. PENDAHULUAN**

Indonesia sudah memasuki era perdagangan bebas tingkat Asia Tenggara atau lebih dikenal dengan sebutan MEA (Masyarakat Ekonomi Asia Tenggara) sejak akhir tahun 2015. Diberlakukannya MEA tersebut mendatangkan pro dan kontra di kalangan masyarakat. Masyarakat yang pro, merasa MEA merupakan peluang dalam menciptakan lapangan kerja dikarenakan Indonesia memiliki jumlah penduduk

paling banyak di Asia Tenggara. Menurut Badan Pusat Statistik jumlah penduduk Indonesia tahun 2014 dan 2015 sudah mencapai 254,9 juta jiwa. Menurut hasil riset dari International Labour Organisation (ILO) dengan diberlakukannya MEA diperkirakan akan menciptakan lapangan kerja baru sekitar 14 juta dan sekitar 600 juta penduduk diharapkan akan meningkat taraf hidupnya di kawasan Asia Tenggara. (Kompas.com)

\*) Dosen Fakultas Ekonomi UTP

Sementara itu masyarakat yang merasa belum siap menghadapi tantangan di era MEA dikarenakan masih terbatasnya kualitas Sumber Daya Manusia di Indonesia. Mereka khawatir justru dengan diberlakukannya MEA akan menambah jumlah pengangguran di Indonesia karena kalah bersaing dengan Malaysia, Siangapura, dan Thailand. Pendidikan merupakan salah satu cara meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia di Indonesia. Melalui pendidikan diharapkan masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuannya agar dapat bersaing dengan negara tetangga. Oleh karena itu lembaga pendidikan dalam hal ini perguruan tinggi baik negeri maupun swasta diharapkan terus meningkatkan kualitas pendidikannya agar dapat menghasilkan out put yang berkualitas, sehingga mampu bersaing dengan masyarakat global.

Namun pada kenyataannya berlakunya MEA merupakan ancaman bagi pelaku bisnis lokal jika tidak mampu bersaing dengan negara tetangga. Jumlah penduduk Indonesia yang cukup besar menjadi daya tarik

bagi negara tetangga untuk memasarkan produk barang dan jasa. Oleh karena itu pelaku bisnis harus meningkatkan kualitas produk barang dan jasa serta mampu menetapkan strategi pemasaran agar tidak kehilangan pangsa pasar.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Perusahaan atau organisasi yang bergerak di bidang jasa menggunakan bauran pemasaran jasa yang terdiri 7P (*Product, Price, Promotion, Place, Physical Evidencel, People, dan Process*). Perguruan Tinggi Swastamerupakan salah satu organisasi yang bergerak di bidang jasa. Dalam era MEA Perguruan Tinggi Swasta harus mampu bersaing tidak hanya dengan investor lokal atau domestik tetapi juga investor asing. Jumlah penduduk Indonesia yang cukup besar menjadi daya tarik bagi investor asing untuk mendirikan perguruan tinggi di Indonesia. Menurut sekretaris

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Nasional mengatakan bahwa Negara Singapura paling intens dalam meminta perizinan untuk mendirikan perguruan tinggi di Indonesia. (Okezone.com). Sumber lain menyebutkan bahwa *The Management Development Institute of Singapore* (MDIS) berencana untuk mendirikan kampus di Sumatera Utara, hal tersebut disampaikan oleh Therappan yang merupakan perwakilan dari pihak MDIS di Medan. (Infobekasi.co.id).

Dengan diberlakukannya MEA sejak akhir tahun 2015, maka membuka peluang yang besar bagi pelaku bisnis domestik maupun asing untuk mengembangkan usahanya sampai ke tingkat Asia Tenggara. Hal ini mendorong pelaku bisnis untuk terus meningkatkan strategi bisnisnya agar dapat bersaing dan tetap mendapat pasar dalam persaingan global.

Keunggulan bersaing (kompetitif) merupakan kemampuan yang dimiliki oleh sebuah organisasi untuk merumuskan strategi dan mengaplikasikannya pada suatu posisi yang tepat dengan

menggunakan kemampuan karakteristik dan segala sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Melalui strategi pemasaran jasa yakni bauran pemasaran jasa, diharapkan bisnis yang bergerak dibidang jasa yang dalam hal ini Perguruan Tinggi Swastasenatiasa harus memperbaharui strateginya agar dapat bersaing dalam era MEA.

#### **Adapun Permasalahan dalam penelitian ini adalah :**

- 1) Seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan Jasa, Biaya Kuliah, Lokasi, Bauran Promosi, dan Kualitas SDM secara simultan terhadap Keunggulan Kompetitif Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kota Palembang dalam Menghadapi Era MEA.
- 2) Seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan Jasa, Biaya Kuliah, Lokasi, Bauran Promosi, dan Kualitas SDM secara parsial terhadap Keunggulan Kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di

Kota Palembang dalam Menghadapi Era MEA.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan Jasa, Biaya Kuliah, Lokasi, Bauran Promosi, dan Kualitas SDM secara simultan terhadap Keunggulan Kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di Kota Palembang dalam Menghadapi Era MEA.
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan Jasa, Biaya Kuliah, Lokasi, Bauran Promosi, dan Kualitas SDM secara parsial terhadap Keunggulan Kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di Kota Palembang dalam Menghadapi Era MEA.

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2008) berpendapat bahwa kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dalam pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2008).

Menurut Tjiptono (2008) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yakni sebagai berikut: *Tangible, Empathy, Reliability, Responsibility, dan Assurance*.

Menurut Kamus Besar Indonesia biaya kuliah adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh calon mahasiswa sebagai biaya pendidikan di perguruan tinggi. Menurut Swastha (2008) "Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan".

Menurut Tjiptono (2008) pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap 64 faktor-faktor berikut: akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan,

persaingan, dan peraturan pemerintah

### **Bauran Promosi**

Bauran promosi terdiri dari lima alat-alat promosi yakni periklanan, *sales promotion*, *personal selling*, *public relation*, dan *direct marketing*. Melalui penelitian ini penulis hanya mengambil periklanan dan *personal selling*.

Menurut Terence A. Shimp (2007) tujuan periklanan sekaligus dapat dijadikan indikator adalah sebagai berikut :

- *Informing*: membuat konsumen sadar akan merek-merek baru, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.
- *Persuading*: iklan yang efektif akan mampu membujuk pelanggan untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan.
- *Reminding* : iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen.
- *Value Adding* : periklanan memberikan nilai tambah pada merek dengan mempengaruhi persepsi konsumen.
- *Assisting*: peran utama periklanan adalah sebagai pendamping yang memfasilitasi upaya-upaya lain

dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran.

### **Personal Selling**

Menurut Kotler dan Keller (2009), “*Personal Selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada pelanggan”.

### **Ciri-ciri Kualitas Sumber Daya Manusia**

Menurut Danim (2004) ciri-ciri kualitas Sumber Daya Manusia yang dapat dijadikan indikator adalah sebagai berikut: (1) Kualitas fisik dan kesehatan, (2) Kualitas intelektualpengetahuan dan keterampilan, (3) Kualitas spiritual (kejuangan).

### **Pengertian Keunggulan Kompetitif**

Keunggulan Bersaing menurut Kottler dan Amstrong (2012) yaitu suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih mahal.

Menurut Tjiptono (2008), yang dapat dijadikan indikator dalam keunggulan bersaing, yaitu:

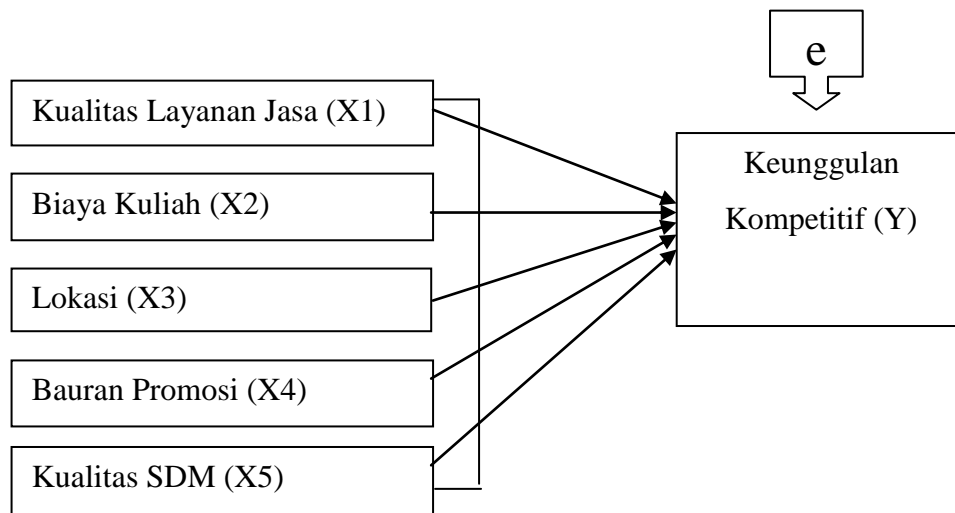
- a. Diferensiasi Produk : Menciptakan keunikan produk yang lebih menarik dari pesaing
- b. Diferensiasi Kualitas Pelayanan: Mengharmonisasikan unsur-unsur marketing mix :*product, place, price, promotion, people, packaging,* dan *programming partnership* sehingga kualitas

jasa yang dirasakan oleh konsumen melebihi harapan.

- c. Diferensiasi Citra: Citra identik dengan atribut adalah sebuah karakteristik, yang khusus atau pembeda dari penampilan seseorang atau benda.

**Kerangka Konseptual Penelitian**

Berdasarkan kajian toeritis maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian

Sumber: Diolah, 2016

**Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka penulis membuat hipotesis terhadap penelitian ini:

- 1) Ho : Variabel kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia tidak

berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang.

- 2) Ha : Variabel kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber

Daya Manusia berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang.

## B.METODE PENELITIAN

### Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa di empat

Untuk mendapatkan sampel menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008). Jumlah sampel sebanyak 292 mahasiswa.

**Tabel 3.1**

**Jumlah sampel masing-masing Perguruan Tinggi Swasta di Palembang**

No.	Nama Perguruan Tinggi Swasta	Jumlah Mahasiswa yang Aktif (orang)	Sampel (orang)
1.	Universitas Tridinanti Palembang	5.265	110
2.	Universitas Bina Darma	5.897	121
3.	Universitas Indo Global Mandiri	1.666	36
4.	Universitas Muhammadiyah Palembang	6.289	125
<b>Total</b>		<b>19.117</b>	<b>392</b>

*Sumber: Data Sekunder (Pangkalan Data Pendidikan Tinggi), diolah 2016*

Teknik pengambilan sampel adalah stratified random sampling. yakni mengambil sampel secara acak proposional dari masing-masing kelompok. Pengambilan sampel secara proporsi dilakukan dengan mengambil subyek dari setiap strata atau setiap wilayah ditentukan seimbang dengan

Perguruan Tinggi Swasta, yaitu Universitas Tridinanti Palembang, Universitas Indo Global Mandiri, Universitas Muhammadiyah Palembang, dan Universitas Binadarma. Adapun jumlah populasi mahasiswa di empat Perguruan Tinggi Swasta tersebut sebanyak 19.117 mahasiswa.

banyaknya subyek dalam masing-masing strata atau wilayah (Arikunto, 2010). Melalui rumus slovin diperoleh jumlah sampel 392 orang mahasiswa, kemudian dari 392 orang akan diambil secara proposional berdasarkan jumlah mahasiswa yang ada di empat Perguruan Tinggi Swasta.

**Tabel 3.2**  
**Matrik Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
1	2	3
<b>Kualitas Layanan Jasa (X1)</b>	<p>1. <i>Tangibles</i></p> <p>2. <i>Reability</i></p> <p>3. <i>Responsiviness</i></p> <p>4. <i>Assurance</i></p> <p>5. <i>Emphaty</i></p>	<p>1) Fasilitas fisik</p> <p>2) Perlengkapan dan peralatan belajar</p> <p>3) Penampilan karyawan administrasi.</p> <p>1) Kehandalan karyawan dalam memberikan informasi pelayanan</p> <p>2) Kehandalan karyawan dalam melancarkan prosedur pelayanan.</p> <p>3) Kehandalan karyawan dalam memudahkan teknis pelayanan.</p> <p>1) Respon karyawan dalam menanggapi keluhan mahasiswa</p> <p>2) Respon karyawan terhadap saran mahasiswa</p> <p>3) Respon karyawan terhadap kritikan mahasiswa.</p> <p>1) Kemampuan administrasi karyawan</p> <p>2) Kemampuan teknis karyawan di bidang pelayanan.</p> <p>1) Perhatian karyawan dalam pelayanan</p> <p>2) Kepedulian karyawan</p> <p>3) Keramahan karyawan dalam pelayanan.</p>
<b>Biaya Kuliah</b>	<p>1. <i>Price List</i></p>	<p>1) Biaya kuliah tercantum secara jelas di daftar biaya kuliah</p>



<p>(X2)</p>	<p>2. <i>Discount</i></p> <p>3. <i>Payment Period</i></p>	<p>2) Biaya kuliah terjangkau</p> <p>3) Biaya kuliah sesuai dengan manfaat yang mahasiswa dapatkan dari Perguruan Tinggi Swasta</p> <p>4) Biaya kuliah bersaing dengan Perguruan Tinggi Swata lain</p> <p>1) Perguruan Tinggi Swata memberikan diskon atau potongan biaya pada saat mendaftar dengan ketentuan yang berlaku</p> <p>2) Perguruan Tinggi Swasta memberikan diskon atau potongan biaya kuliah pada saat tertentu.</p> <p>1) Perguruan Tinggi Swasta memberikan kemudahan dalam teknis pembayaran biaya kuliah</p> <p>2) Perguruan Tinggi Swasta memberi kelonggaran jangka waktu dalam membayar biaya kuliah.</p>
<p><b>Lokasi (X3)</b></p>	<p>1. Akses</p> <p>2. Visiabilitas</p>	<p>1) Lokasi strategis</p> <p>2) Akses transportasi mudah dijangkau</p> <p>3) Ada jalur alternatif menuju lokasi perguruan tinggi</p> <p>- Lokasi Perguruan Tinggi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal</p>

	<p>3. Lalu-lintas</p> <p>4. Lingkungan sekitar</p>	<p>1) Banyak lalu-lalang orang</p> <p>2) Lokasi perguruan tinggi bebas dari kemacetan lalu-lintas</p> <p>1) Lokasi perguruan tinggi dekat dengan perguruan tinggi lainnya yang sejenis.</p> <p>2) Perguruan Tinggi berlokasi dekat dengan pusat jajanan, asrama, dan perkantoran.</p>
<p><b>Bauran Promosi (X4)</b></p>	<p>1. <i>Advertising</i></p> <p>2. <i>Personal Selling</i></p>	<p>1) <i>Mission</i></p> <p>2) <i>Message</i></p> <p>3) <i>Media</i></p> <p>1) <i>Prospecting</i></p> <p>2) <i>Communicating</i></p> <p>3) <i>Selling</i></p> <p>4) <i>Servicing</i></p>
<p><b>Kualitas Sumber Daya Manusia (X5)</b></p>	<p>a. Kualitas fisik dan kesehatan</p> <p>b. Kualitas intelektual (pengetahuan dan keterampilan)</p> <p>c. Kualitas Spiritual (Kejuangan)</p>	<p>1) Memiliki kesehatan yang baik serta kesegaran jasmani</p> <p>2) Memiliki semangat kerja yang tinggi</p> <p>1) Memiliki latar belakang pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi</p> <p>2) Memiliki pengetahuan dan keterampilan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi.</p> <p>3) Memiliki penguasaan bahasa meliputi bahasa nasional dan bahasa asing.</p> <p>1) Taat menjalankan agama dan memiliki toleransi yang tinggi dalam kehidupan</p>

		beragama. 2) Jujur yang dilandasi kesamaan antara pikiran, perkataan dan perbuatan serta tanggung jawab yang dipikulnya.
<b>Keunggulan Kompetitif (Y)</b>	1. Diferensiasi produk jasa	1) Keunikan produk jasa pendidikan (menarik) 2) Produk jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa
	2. Diferensiasi kualitas layanan jasa	1) Perguruan Tinggi Swasta memiliki keunggulan dalam hal keramahmataman karyawan dalam pelayanan dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Swasta lain 2) Perguruan Tinggi Swasta secara konsisten memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari pesaing.

**C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Model Analisis Regresi Berganda**

Berikut merupakan hasil regresi berganda dari data primer yang sudah di olah.

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,530	,162		9,430	,000
Kualitas Layanan Jasa	,373	,045	,212	4,494	,000
Biaya Kuliah	,204	,040	,606	15,029	,000

Lokasi	,117	,049	,114	2,373	,018
Bauran Promosi	,275	,051	,280	5,354	,000
Kualitas`SDM	,604	,040	,606	15,029	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5$$

$$Y = 1,530 + 0,373X_1 + 0,204X_2 + 0,117X_3 + 0,275X_4 + 0,604X_5$$

Konstanta sebesar 1,530 artinya apabila kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, kualitas SDM tidak ada atau nilainya adalah 0, maka keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta nilainya sebesar 1,530.

Koefisien regresi variabel kualitas layanan jasa (X<sub>1</sub>) sebesar 0,373, artinya apabila kualitas layanan jasa ditingkatkan 1 satuan, maka keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta akan mengalami kenaikan sebesar 0,373 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara kualitas layanan jasa dengan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Jika kualitas layanan jasa terus ditingkatkan, maka dapat

meningkatkan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta.

Koefisien regresi variabel biaya kuliah (X<sub>2</sub>) sebesar 0,204 artinya apabila biaya lokasi ditingkatkan 1 satuan, maka keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta dapat mengalami kenaikan yang sebesar 0,204 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara biaya kuliah dengan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Artinya semakin ditingkatkan biaya kuliah yang diberlakukan maka akan semakin meningkatkan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Hasil uji regresi terhadap variabel biaya kuliah bertentangan dengan teori keunggulan kompetitif Porter (2007) yakni teori *cost leadership*. *Cost leadership* merupakan suatu strategi bagaimana cara perusahaan memberikan harga paling rendah dibandingkan pesaingnya tanpa mengurangi kualitas produk barang atau jasa yang ditawarkan. Artinya sifat hubungan negatif, dimana semakin rendah harga yang

ditawarkan perusahaan, maka akan semakin tinggi tingkat keunggulan bersaingnya. Namun harga atau biaya kuliah dapat ditingkatkan jika kualitas atau manfaat yang diterima konsumen (mahasiswa) juga mengalami peningkatan. Hal ini sejalan dengan teori keunggulan bersaing Kotler yang mengatakan bahwa keunggulan bersaing dapat diperoleh jika perusahaan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih mahal.

Koefisien regresi variabel lokasi ( $X_3$ ) sebesar 0,117 artinya apabila lokasi ditingkatkan 1 satuan, maka keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta dapat mengalami kenaikan sebesar 0,117 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara lokasi dengan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Apabila lokasi yang strategis dan tebebas dari kemacetan, maka dapat meningkatkan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta.

Koefisien regresi variabel bauran promosi ( $X_4$ ) sebesar 0,275 artinya apabila bauran promosi ditingkatkan 1 satuan, maka dapat meningkatkan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta sebesar 0,275 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara bauran promosi dengan keunggulan kompetitif. Jika bauran promosi ditingkatkan, maka dapat meningkatkan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Hal tersebut juga berlaku sebaliknya, semakin menurunnya bauran promosi maka akan berdampak pada keunggulan bersaing yang semakin menurun.

Koefisien regresi variabel kualitas Sumber Daya Manusia ( $X_5$ ) sebesar 0,604 artinya apabila kualitas Sumber Daya Manusia ditingkatkan 1 satuan, maka dapat meningkatkan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta sebesar 0,604 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara kualitas Sumber Daya Manusia dengan keunggulan kompetitif. Jika kualitas Sumber Daya Manusia ditingkatkan, maka dapat meningkatkan keunggulan kompetitif

Perguruan Tinggi Swasta. Hal tersebut juga berlaku sebaliknya, semakin menurunnya kualitas Sumber Daya Manusia maka akan berdampak pada keunggulan bersaing yang semakin menurun.

Hasil uji regresi terhadap variabel kualitas layanan jasa ( $X_1$ ), lokasi ( $X_3$ ), bauran promosi ( $X_4$ ), dan kualitas Sumber Daya Manusia ( $X_5$ ) sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler yang mengatakan bahwa diferensiasi (keunggulan bersaing) kualitas

layanan jasa dapat diperoleh dengan mengharmonisasikan unsur-unsur marketing mix : *product, place, price, promotion mix, people*(Sumber Daya Manusia), packaging, programming patnership sehingga kualitas jasa yang dirasakan oleh konsumen melebihi harapan.

**Pengujian Hipotesis pada Regresi Berganda**

Terdapat empat macam uji dalam pengujian regresi linier berganda, yakni sebagai berikut:

**1) Analisis Korelasi Ganda (R)**

Hasil pengujian korelasi ganda (R) dapat di lihat pada tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Korelasi Ganda**  
**Model Summary<sup>e</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,606 <sup>a</sup>	,367	,365	,42590

Berdasarkan tabel 4.2 di atas diperoleh angka R sebesar 0,606. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia dengan keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta.

**2) Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)**

Tujuan dari Uji F adalah untuk mengetahui apakah variabel independen (kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keunggulan kompetitif). Adapun hipotesis uji F dalam penelitian ini:

- 1)  $H_0$  : Variabel kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia tidak berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang.
- 2)  $H_a$  : Variabel kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang.

Hasil uji pengaruh variabel independen (kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia) secara simultan terhadap variabel dependen (keunggulan kompetitif) dapat di lihat pada tabel 4.3 di bawah ini :

Tabel 4.3

## Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52,427	5	13,107	85,557	,000 <sup>e</sup>
	Residual	59,287	386	,153		
	Total	111,714	391			

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh nilai Fhitung sebesar 85,557 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai hitung lebih besar dari Ftabel 2,26 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05 Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap

keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Musnaini (2011) bahwa kualitas layanan konsumen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing jasa transportasi darat pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) kelas argo. Selanjutnya penelitian Siti Fatonah (2009), hasil

yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi pemasaran (Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi), dan Orientasi Pemasaran, memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan Kompetitif dengan nilai Koefisien Determinasi pertama (R<sup>2</sup>) adalah sebesar 0,841, yang ditunjukkan dengan indikasi digunakannya strategi pemasaran dan orientasi pemasaran yang maksimal, sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan batik di Surakarta sebanyak 84,1%.

**3) Uji Kofisien Regresi Secara Parsial (Uji t)**

Uji regresi secara parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (keunggulan kompetitif).

Adapun hipotesis uji t dalam penelitian ini:

- 1) Ho : Variabel kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang.
- 2) Ha : Variabel kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang.

Hasil uji pengaruh variabel kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, kualitas Sumber Daya Manusia secara parsial terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta dapat di lihat pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,530	,162		9,430	,000
Kualitas Layanan Jasa	,373	,045	,212	4,494	,000



Biaya Kuliah	,204	,040	,606	15,029	,000
Lokasi	,117	,049	,114	2,373	,018
Bauran Promosi	,275	,051	,280	5,354	,000
Kualitas`SDM	,604	,040	,606	15,029	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui nilai thitung dari setiap variabel. Adapun nilai thitung setiap variabel adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh kualitas layanan jasa terhadap keunggulan kompetitif

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai thitung sebesar 4,494 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar daripada nilai ttabel 1,972 dan nilai Sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel kualitas layanan jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta.

b. Pengaruh biaya kuliah terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta

Berdasarkan tabel 4.4 di atas diperoleh nilai thitung sebesar 15,029 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar daripada nilai ttabel 1,972 dan nilai Sig lebih kecil daripada

0,05. Dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel biaya kuliah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta.

c. Pengaruh lokasi terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai thitung sebesar 2,373 dengan nilai Sig sebesar 0,018. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar daripada nilai ttabel 1,972 dan nilai Sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta.

d. Pengaruh bauran promosi terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai thitung sebesar 5,354 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih

besar daripada nilai  $t_{tabel}$  1,972 dan nilai Sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel bauran promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta.

e. Pengaruh kualitas Sumber Daya Manusia terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta

Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 15,029 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$  1,972 dan nilai Sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel kualitas Sumber Daya Manusia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta.

**4) Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Pada tabel 4.5 di bawah ini dapat dilihat hasil uji determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>e</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,606 <sup>a</sup>	,367	,365	,42590

Berdasarkan tabel 4.5 di atas diperoleh angka  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,367 atau (37%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, kualitas Sumber Daya Manusia terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta sebesar 37%. Artinya variabel keunggulan kompetitif dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh

variabel kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, kualitas Sumber Daya Manusia sebesar 37%, sedangkan sisanya sebesar 63% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**1.1. Implikasi Terhadap Penelitian**

Berdasarkan hasil uji penelitian hasil regresi variabel kualitas layanan jasa berpengaruh

secara positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Oleh karena itu Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang harus terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan jasa. Menurut Tjiptono (2008) dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut: (1) Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran, (2) Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi, (3) Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan, (4) Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya SDM untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk, (5) Kenyamanan konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya. Perguruan Tinggi Swasta harus selalu berupaya mengukur kualitas pelayanannya agar Perguruan Tinggi Swasta dapat

memenuhi harapan mahasiswa. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, antara lain: (1) mendapatkan umpan balik dari pelanggan (mahasiswa) dengan mengadakan survei kepada mahasiswa dan *follow up* kepada mahasiswa setelah memberikan pelayanan, (2) Perguruan Tinggi Swasta melakukan evaluasi dapat melalui survei untuk mengukur tingkat kemampuan Perguruan Tinggi Swasta mengenai kehandalan dan cepat tanggap, serta mengetahui pelayanan dan kualitas produk jasa berdasarkan pengalaman mahasiswa secara langsung seperti kebermanfaatan produk jasa, pelayanan karyawan administrasi, dan penampilan karyawan.

Hasil uji penelitian hasil regresi terhadap variabel biaya kuliah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Namun menurut Kotler peningkatan biaya juga harus disertai dengan peningkatan manfaat produk jasa, misal alumni dari Perguruan Tinggi Swasta tersebut memiliki kompetensi sehingga mampu bersaing di dalam

dunia kerja. Perguruan Tinggi Swasta harus memperhitungkan penetapan harga (biaya kuliah). Dengan kata lain penetapan biaya kuliah adalah suatu proses yang harus dilakukan oleh Perguruan Tinggi Swasta untuk memberikan nilai suatu produk jasa pendidikan yang ditawarkan dengan mengkalkulasikan terlebih dahulu segala macam biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan serta mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga.

Selanjutnya hasil uji regresi variabel lokasi juga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Oleh karena itu Perguruan Tinggi Swasta harus terus berupaya memperhatikan kenyamanan dan keamanan lokasi, tidak hanya mudah dijangkau. Kenyamanan berarti kampus tempat kuliah bebas dari kebisingan suara kendaraan, tersedia lahan parkir yang cukup, di sekitar kampus terdapat tempat bisnis lain yang dapat menunjang kebutuhan mahasiswa seperti foto copy, bank, kantin, dan

kostan. Sedangkan aman berarti kampus tidak rawan terhadap pencurian atau tindak kriminal lainnya. Selain itu Perguruan Tinggi Swasta juga harus memperhatikan apakah ada jalur alternatif menuju Perguruan Tinggi Swasta jika terjadi kemacetan di sekitar kampus. Perguruan Tinggi Swasta juga harus memiliki lahan yang luas jika nanti ada kebijakan ekspansi. Adapun tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan bagi Perguruan Tinggi Swasta karena lokasi yang strategis memudahkan mahasiswa untuk menjangkau lokasi Perguruan Tinggi Swasta tersebut. Strategi lokasi antara lain: (1) Tidak pindah, tetapi meluaskan fasilitas yang ada (jika ada ekspansi), (2) Mempertahankan lokasi yang sekarang, selagi menambah fasilitas lain di tempat lain, (3) Menutup fasilitas yang ada dan pindah ke lokasi lain.

Hasil uji bauran promosi (periklanan dan personal selling) menunjukkan bahwa bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Dengan demikian Perguruan Tinggi Swasta

harus meningkatkan bauran promosi yakni periklanan lebih sering tidak hanya pada saat penerimaan mahasiswa baru tapi juga di luar waktu tersebut karena fungsi iklan sebagai *informing* (memberi informasi) membuat calon mahasiswa sadar atau memahami akan produk jasa pendidikan yang ditawarkan Perguruan Tinggi Swasta, mendidik mereka tentang manfaat produk jasa pendidikan tersebut. Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang efektif karena dapat menjangkau khalayak lebih luas, sehingga tidak hanya berfungsi memperkenalkan produk jasa pendidikan yang baru dibuka tetapi juga dapat meningkatkan kesadaran dalam benak calon mahasiswa terhadap produk jasa pendidikan yang telah ada sejak lama. Fungsi iklan ini untuk menjaga agar produk jasa pendidikan yang ditawarkan Perguruan Tinggi Swasta tetap ada dalam ingatan calon mahasiswa.

Untuk meningkatkan bauran promosi (*personal selling*) Perguruan Tinggi Swasta harus meningkatkan kuantitas dan kualitas kunjungan ke instansi (sekolah-sekolah) yang

siswanya memiliki minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi yakni ke perguruan tinggi. Tujuan personal selling yakni menjalin komunikasi dua arah antara calon mahasiswa dengan personal selling yang diutus Perguruan Tinggi Swasta. Melalui personal selling Perguruan Tinggi Swasta dapat mengidentifikasi kebutuhan dari calon mahasiswa, mencocokkan kebutuhan dari calon mahasiswa tersebut dengan produk jasa pendidikan Perguruan Tinggi Swasta seperti fakultas dan program studi, dan yang terakhir personal selling diharapkan dapat meyakinkan calon mahasiswa untuk bergabung di Perguruan Tinggi Swasta tersebut yang menurut pertimbangan mereka Perguruan Tinggi Swasta tersebut sudah dianggap sesuai dan dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Yang terakhir hasil uji regresi variabel kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta. Oleh karena itu diharapkan Perguruan Tinggi Swasta terus meningkatkan kualitas SDM –nya, SDM yang dimiliki Perguruan

Tinggi Swasta yakni para dosen dan para karyawan. Yang perlu ditingkatkan kualitas fisik dan kesehatan, kualitas intelektual (pengetahuan dan keterampilan), dan kualitas spritual. Agar memiliki keunggulan kompetitif diharapkan Perguruan Tinggi Swasta senantiasa meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia –nya. Kualitas fisik dan kesehatan, dapat dilakukan dengan menjaga kebugaran stamina dosen dan pegawai melauai olahraga dan makanan yang baik nutrisinya. Kualitas intelektual dapat dilakukan dengan mendukung para dosen untuk melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi seperti strata tiga (S3) baik di dalam maupun di luar negeri, memberikan pelatihan secara berkala kepada para karyawan untuk meningkatakn keterampilan skill dalam bidang operasional dan dan skill dalam hal pelayanan. Kualitas spritual SDM dapat dilakukan dengan mengdakan kajian keagamaan secara rutin, sehingga diharapkan para dosen dan para karyawan Perguruan Tinggi Swasta memiliki integritas yang tinggi sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif PTS tersebut.

## D. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang. Hasil pengujian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Porter mengenai keunggulan bersaing.
- 2) Kualitas Layanan Jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kulaitas Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang. Hasil pengujian sesuai teori kecuali variabel biaya kuliah. Menurut teori *cost leadership* yang dikemukakan Porter, variabel biaya

kuliah berpengaruh secara negatif dimana semakin rendah harga yang ditawarkan perusahaan, maka akan semakin tinggi tingkat keunggulan bersaingnya. Namun hasil penelitian ini didukung oleh teori Kotler yang mengatakan bahwa “keunggulan bersaing dapat diperoleh jika perusahaan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih.

### **Saran**

Dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan jasa, biaya kuliah, lokasi, bauran promosi, dan kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Swasta di kota Palembang. Berdasarkan hasil dari penelitian yang diperoleh tersebut, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Perguruan Tinggi Swasta harus selalu berupaya mengukur kualitas pelayanannya agar Perguruan Tinggi Swasta dapat

memenuhi harapan mahasiswa. Adapun caranya yakni melalui survei dan *follow up* kepada mahasiswa dan dapat setelah melakukan pelayanan dalam rangka untuk mendapatkan umpan balik dari mahasiswa. Perguruan Tinggi Swasta harus terus berupaya memperhatikan kenyamanan dan keamanan lokasi, tidak hanya mudah dijangkau, tetapi juga bebas dari kebisingan suara kendaraan. Sedangkan aman berarti kampus tidak rawan terhadap pencurian atau tindak kriminal lainnya.

- 2) Biaya kuliah yang ditetapkan oleh Perguruan Tinggi Swasta harus sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh mahasiswa, fasilitas yang ada harus berfungsi dalam menunjang proses kegiatan belajar-mengajar. Promosi juga harus ditingkatkan melalui iklan dan personal selling karena kondisi persaingan dimana ada banyak Perguruan Tinggi Swasta yang menawarkan produk jasa yang sama. Selain itu kualitas Sumber Daya Manusia tidak kalah pentingnya karena fungsi

Sumber Daya Manusia sebagai pengelola, pengatur dan penggerak (alat untuk membangun keunggulan), sehingga senantiasa harus diperbaharui pengetahuannya, skillnya, dan kemampuannya.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Alwi, Hasan. (2007). Kamus Besar Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Danim, S. (2004). Ekonomi Sumber Daya Manusia. Jakarta: Pustaka Setia
- Fatonah, Siti. 2009. "Pengaruh Bauran Pemasaran, dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran pada Perusahaan Batik di Surakarta". DIE- Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen Volume 6 Nomor 1, X
- Kotler, P, dan G.Armstrong.(2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran.Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P, dan K.L. Keller. (2009). Manajemen Pemasaran, edisi ke-1, jiid 1. Terjemahan oleh: Bob Sobran. Jakarta: Penerbit PT Indeks.
- Musnaini. 2011. "Analisis Kualitas Layanan Konsumen terhadap Keunggulan Bersaing Jasa Transportasi Darat pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Kelas Argo". Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Tahun 4, No. 2, VIII.
- Porter, Michael. 2007. Strategi Bersaing (Competitive Strategy). Tangerang: Kharisma Publishing Group
- Shimp, Terence A. (2007). Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, jilid 1. Edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Suharyadi, dan Purwanto S.K. 2009. *Statiska* untuk Ekonomi dan Keuangan Modern, edisi ke-2. Jakarta: Salemba Empat.
- Swasta, Basu. dan Irawan. (2008). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Husein. 2008. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- [www.forlap.ristekdikti.go.id](http://www.forlap.ristekdikti.go.id) (diakses Agustus 2016)
- [www.kompas.com](http://www.kompas.com) (diakses Agustus 2016)
- [www.okezone.com](http://www.okezone.com) (diakses Agustus 2016)
- [www.infobekasi.co.id](http://www.infobekasi.co.id) (diakses Agustus 2016)