

## ANALISIS ABILITY TO PAY MAHASISWA POLITEKNIK SAHID JAKARTA

Nicko Gana Saputra<sup>1\*</sup>, Reni Sulistyowati<sup>2</sup>, Angga Pardosi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Politeknik Sahid Jakarta

\*Email: [nickoganasaputra@gmail.com](mailto:nickoganasaputra@gmail.com)

### ABSTRACT

Sahid Polytechnic is one of the universities in the field of tourism that has been established since 1983 under the part of the Sahid Jaya Education and Social Foundation. Along with the development of tourism education in Indonesia, causing more and more new universities so that the Sahid Polytechnic must compete fiercely to find new students. In 2019 the number of students at the Sahid Polytechnic is 1,431 students. This study was conducted to analyze the students' ability to pay for tuition at the Sahid Polytechnic in Jakarta, and there needs to be an increase in the priority of the service dimensions of the Sahid Polytechnic management, including the satisfaction of obtaining services from Sahid Polytechnic staff, security and comfort in the campus area and ease in obtaining campus facilities. The method of collecting data by distributing questionnaires to Sahid Polytechnic students with sampling using the Slovin method so that 93 students were obtained as respondents. Ability To Pay measurements use the household budget method. The results of the study were the estimated average ATP value of Rp. 1,530,322, - with a median of Rp. 1,500,000. The biggest ATP of students is in the scenario between Rp.750,000 - Rp. 1,150,000 as much as 86%. By increasing the priority dimensions expected by students, ATP from Sahid Polytechnic students will increase.

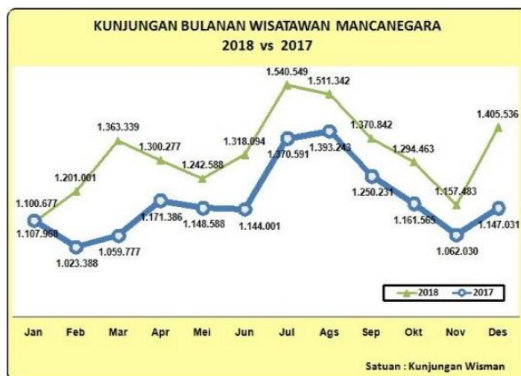
*Keywords: Ability to pay, Respondents Expectations*

*Diajukan: 12 November 2019; Direview: 21 November 2019; Direvisi: 15 Desember 2019; Diterima: 20 Januari 2020*

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pariwisata di Indonesia sangatlah cepat pariwisata di Indonesia juga merupakan salah satu sektor ekonomi penting di Indonesia. Secara etimologis, pariwisata berasal dari Bahasa

sanskerta, yaitu “pari” berarti „banyak, berkali-kali, berputar-putar” dan “wisata” berarti „perjalanan atau berpergian”. „Definisi pariwisata sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari satu tempat ke tempat lain dengan maksud tujuan tertentu”. (Simanjuntak et al, 2017: 01).



Berikut gambar 1.1 Kunjungan Wisatawan Di Indonesia  
Sumber: [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id) 2019

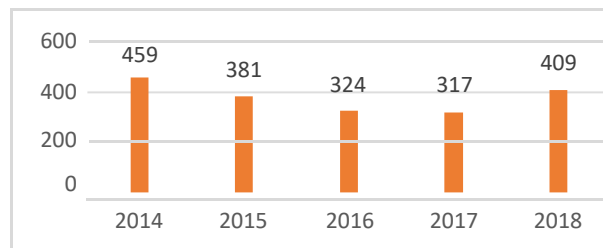
Seiring dengan berkembangnya industri pariwisata, kebutuhan akan tenaga professional di bidang pariwisata juga terus meningkat jumlahnya. Oleh karena itu banyak lembaga pendidikan bermunculan. Maraknya perguruan tinggi pariwisata di Indonesia, maka dibutuhkan keselektifan oleh calon mahasiswa dalam memilih universitas yang tepat.

Pesatnya pertumbuhan jumlah perguruan tinggi pariwisata tentu akan menyebabkan persaingan sehingga setiap institusi berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kualitas agar tetap diminati oleh siswa yang akan melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi. Beberapa faktor yang

menjadi tolak ukur untuk memilih universitas yang tepat diantaranya akreditasi universitas, biaya kuliah dan lokasi universitas.

Sebagai salah satu perguruan tinggi pariwisata yang sudah berdiri sejak 1983 dibawah naungan Yayasan Pendidikan dan Sosial Sahid Jaya, sesuai dengan visi dan misi Politeknik Sahid menjadi salah satu perguruan tinggi yang populer dan selalu berinovasi dalam mengembangkan kualitas pelayanan sehingga diharapkan mampu menjadi pertimbangan untuk calon mahasiswa yang akan menempuh pendidikan di bidang pariwisata dan menjadi tenaga professional berwawasan international yang siap berkarir.

Tabel 1.2 pertumbuhan mahasiswa Politeknik Sahid Jakarta periode 2014-2018



Sumber: BAAK Politeknik Sahid 2019

Minat beli calon mahasiswa terhadap Politeknik Sahid dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kemampuan mahasiswa dalam membayar uang kuliah, jarak antara kampus Politeknik Sahid dengan tempat tinggal dan

beberapa pertimbangan umum lainnya seperti prestasi dan akreditasi kampus Politeknik Sahid maupun perbandingan antara kampus Politeknik Sahid dengan universitas pariwisata lainnya yang ada di sekitaran Jabodetabek.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pariwisata

Menurut (utama, 2014) Pariwisata adalah “salah satu dari industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara wisatawan”.

Sementara dari sisi lainnya, jika dilihat dari sisi supply dan demand, menurut (Judisseno, 2017) pariwisata adalah “suatu kegiatan yang bersifat multidimensi dan multidisiplin yang dapat memberikan dampak positif dan negative

bagi suatu destinasi yang diminati oleh wisatawan. Dan kegiatan wisata tersebut hanya bisa tercipta jika didukung oleh kebijakan suatu negara dalam menyediakan segala aspek yang terkait dengan antraksi, aksesibilitas, dan amenitas termasuk faktor keamanan”.

Menurut Suriasumantri dalam buku Pengantar Industri Pariwisata (utama, 2014) dasar keilmuan pariwisata ada 3 syarat, yaitu:

- 1) Ontologi yang menunjukkan objek atau focus of interest yang dikaji;
- 2) Epistemologi adalah metodologi yang dapat digunakan untuk memperoleh pengetahuan

- 3) Aksiologi alah nilai manfaat pengetahuan ilmu tersebut.

Menurut Medlik dalam buku Pengantar Industri Pariwisata (utama, 2014) pendekatan yang digunakan untuk mengelompokkan pariwisata sebagai suatu komoditas yang dapat dijelaskan aspek-aspeknya secara sengaja diciptakan untuk merespon kebutuhan masyarakat untuk penawaran suatu produk terdiri dari empat aspek yaitu:

- 1) *Attractions* (daya tarik)
- 2) *Accesability* (transportasi)
- 3) *Aminities* (fasilitas)
- 4) *Ancillary* (kelembagaan)

### Harga

Menurut Kotler dan Keller (2012 : 274) Harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa atau pengertian lain dari harga merupakan beban atau nilai bagi konsumen, yang didapatkan dengan memperoleh dan menggunakan suatu produk termaksud biaya keuangan dan konsumsi di samping biaya social yang bukan keuangan, seperti dalam bentuk waktu, upaya, psikis dan prestise atau gengsi sosial (qtd. Lubis & Hidayat, 2017)

Hukum *The law of diminishing returns* oleh pyndicks dan Rubinfeld dalam teori ekonomi menunjukkan bahwa bila suatu macam *input* ditambah penggunaannya sedangkan *input* – *input* lain tetap maka tambahan *output* yang dihasilkan dari setiap tambahan suatu unit *input* akan meningkat sehingga harga jual produk juga akan meningkat. Demikian halnya jika satu macam dikurangi penggunaannya sedang *input* lain tetap maka *output* yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit *input* akan meningkat sehingga harga jual produk juga akan meningkat. Demikian halnya jika satu macam *input* dikurangi penggunaannya sedang *input* lain tetap maka *output* yang dihasilkan dari setiap pengurangan satu unit akan menurun sehingga harga jual produk juga akan menurun (Nur Rianto & Euis Amalia, 2014). Berdasarkan hukum tersebut dapat

disimpulkan bahwa peningkatan biaya produksi akan berimbas pada meningkatnya harga jual sebuah produk.

Menurut (Fandy Tjiptono, 2007), faktor – faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual yaitu laba, biaya produksi, dan faktor ekstern. Sedangkan secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal perusahaan.

### Biaya

Menurut (Novela et al, 2018) Pengertian biaya merupakan “*pengorbanan untuk memperoleh harta, sedangkan beban merupakan pengorbanan untuk memperoleh pendapatan, Semua aktivitas dapat diukur dengan satuan uang yang lazim disebut biaya dalam dunia bisnis*”. Objek biaya atau tujuan biaya (*cost objective*) adalah tempat dimana biaya atau aktivitas diakumulasikan atau diukur. Unsur aktivitas yang dapat dijadikan sebagai objek biaya adalah produk, produksi, departemen, divisi, lini produk. Klasifikasi biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungan dengan Produk, volume produksi, departemen dan pusat biaya, periode akuntansi, pengambilan keputusan.

Pengendalian biaya di pandang sebagai usaha manajemen untuk mencapai sasaran biaya dalam kegiatan tertentu. Pengendalian biaya dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya melalui program – program pengurangan biaya, perencanaan biaya, dan perhatian yang terus menerus terhadap pengambilan keputusan biaya dalam kaitannya dengan pengeluaran biaya. Efisiensi merujuk pada sejumlah konsep yang terkait pada kegunaan pemaksimalan serta pemanfaatan seluruh sumber daya dalam proses produksi dan jasa. Perilaku biaya adalah pola perubahan biaya dalam kaitannya dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas yang dilakukan perusahaan.

Dengan kata lain perilaku biaya adalah istilah untuk menggambarkan apakah biaya berubah seiring dengan perubahan *output*. Besar kecilnya biaya dapat dipengaruhi oleh volume produksi dan volume penjualan.

### **Skenario Penetapan Biaya dan Harga**

Apabila ingin melakukan penetapan atau perubahan harga dengan pertimbangan biaya, maka ada 4 kemungkinan / skenario yang akan terjadi:

- a. Bila harga dinaikkan, maka pangsa pasar produk atau jasa tersebut akan turun;
- b. Bila harga dinaikkan, maka pangsa pasar produk atau jasa tersebut akan naik pula;
- c. Bila harga diturunkan, maka pangsa pasar akan ikut turun;
- d. Bila harga diturunkan, maka pangsa pasar akan naik.

Dalam banyak hal, kemungkinan skenario pertama dan keempat adalah paling sering terjadi. Ada *trade – off* antara harga dan pangsa pasar dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kenaikan harga menyebabkan sebagian pelanggan mempertimbangkan untuk beralih ke produk lain. Bila harga diturunkan, daya tarik suatu produk secara umum akan mengalami kenaikan juga.

### **Karakteristik Pelaku konsumen**

Karakteristik adalah sifat-sifat, ciri-ciri atau hal-hal yang dimiliki elemen, misalnya: elemen orang di sebuah perusahaan berkarakteristik: Jenis kelamin, pendidikan, agama, umur, golongan, pangkat, gaji dan lain-lain. Jika elemennya perusahaan maka karakteristiknya: jumlah penjualan, jumlah produksi, jumlah karyawan, dan sebagainya.

Jika elemennya barang maka karakteristiknya: mutu, harga, warna, merek jenis, dan sebagainya. karakteristik hampir sama dengan variabel, bedanya variabel mempunyai nilai yang berbeda-beda sedangkan karakteristik tidak, misalnya: elemen barang berkarakteristik harga sedang variabel harganya berbeda-beda. Jadi nilai karakteristik suatu elemen merupakan nilai variabel. Biasanya huruf Latin atau Yunani dipakai menunjukkan suatu variabel X, Y, Z dan lain sebagainya.

Perilaku konsumen adalah dinamis, menekankan bahwa seorang konsumen, kelompok konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Dalam hal pengembangan strategi pemasaran, sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa seseorang tidak boleh berharap bahwa satu strategi pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama sepanjang waktu, dan di pasar serta industri yang sama.

Perilaku konsumen melibatkan interaksi, menekankan bahwa untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus memahami yang dipikirkan (kognisi), dirasakan (pengaruh), dan dilakukan (perilaku) oleh konsumen. Selain itu, kita juga harus memahami apa dan dimana peristiwa (kejadian sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh pikiran, perasaan, dan tindakan konsumen.

Perilaku konsumen melibatkan pertukaran, menekankan bahwa konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga berkaitan dengan pertukaran. Karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis.

## METODE

### Metode kuantitatif

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut (sugiyono, 2016),

*“metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan”.*

Pengukuran variable

Untuk mendapatkan data kuantitatif yang akurat maka setiap pengukuran dalam penelitian membutuhkan skala. Skala pengukuran terbagi menjadi 4 (empat) skala, yaitu:

- Skala Nominal adalah identifikasi, klasifikasi, dan kategori;
- Skala Ordinal adalah perjenjangan (*ranking*);
- Skala Interval adalah perjenjangan kontinum dengan jarak tetap;
- Skala Rasio adalah perjenjangan kontinum dengan jarak tetap yang memiliki mutlak.

Dalam kuesioner lampiran identitas responden yang termaksud ke dalam skala pengukuran adalah:

- Jenis kelamin termaksud ke dalam skala nominal;
- Usia termasuk ke dalam rasio;
- Tingkatan kuliah termasuk ke dalam skala ordinal;
- Prosedur penarikan sample

Menurut (sugiyono, 2016) yang dimaksud dengan sampel adalah *“bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.*

Dalam penelitian ini sampling teknik yang digunakan adalah *non probability*, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan teori terbatas. Jenis yang

digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan subyektif peneliti, dimana persyaratan yang dibuat sebagai kriteria harus dipenuhi sebagai sampel. Jadi dasar pertimbangannya ditentukan oleh peneliti. Persyaratan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah

- Mahasiswa aktif Politeknik Sahid angkatan 2015 s/d 2018
- Mahasiswa regular Politeknik Sahid

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah Politeknik Sahid

Sebagai perwujudan maksud dan tujuan yang telah ditetapkan Yayasan Kesejahteraan, Pendidikan dan Sosial Sahid Jaya, selanjutnya disebut Yayasan Sahid Jaya. Berdasarkan Surat Keputusan Ketua Umum Yayasan Sahid Jaya, Nomor 039/SG/Kpts/PI/1982 dan Surat Keputusan Koordinator Kopertis Wilayah III, Nomor: 0275/KOP.III/N.XXI/1982, pada tanggal 23 Maret 1983 didirikan Lembaga Pendidikan Tinggi yang diberi nama Akademi Perhotelan dan Pariwisata Sahid (APP Sahid). Berdasarkan Surat keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan nomor: 0216/O/1986 memperoleh status “Tedaftar”. Pada awal tahun 1987, timbul gagasan untuk memekarkan Akademi Perhotelan dan Pariwisata Sahid menjadi Universitas. Hal ini merupakan salah satu realisasi program pemerintah dalam upaya memenuhi permintaan masyarakat berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi nomor 436/d4.III/1988, Akademi Perhotelan dan Pariwisata Sahid dimekarkan menjadi Universitas Sahid dengan fakultas Non Gelar untuk Pendidikan Perhotelan dan Kepariwisata, sebagai dekannya diangkat Bapak Drs.Soebandi.

Pada tahun 1990, pemerintah mengeluarkan PP nomor.30/1990 Fakultas Non Gelar diubah kembali menjadi Akademi Perhotelan dan Pariwisata Sahid. Berdasarkan surat keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia nomor: 002/0/1992, tanggal 2 Januari 1992, yaitu tentang Perubahan Bentuk Fakultas



Non Gelar Pariwisata dilingkungan Universitas Sahid di Jakarta menjadi Akademi Pariwisata Sahid, yang mendapat status “diakui” untuk kedua jurusannya yaitu Perhotelan dan Usaha Wisata, baik untuk program Diploma I maupun Diploma III. Dengan demikian, Yayasan Sahid Jaya memiliki dua Lembaga Pendidikan tinggi, yaitu Universitas Sahid dan Akademi Perhotelan dan pariwisata Sahid yang bekerjasama dalam mengemban tugasmendidik generasi muda dalam berbagai bidang ilmu dan keahlian. Setelah diubahnya kembali Fakultas Non Gelar di Universitas Sahid menjadi Akademi Perhotelan dan Pariwisata Sahid, Ketua umum Yayasan Kesejahteraan, Pendidikan dan Sosial Sahid Jaya mengangkat Drs I Wayan Warsa sebagai Direktur Akademi Perhotelan dan Pariwisata Sahid yang menjabat dari tanggal 22 Juli 1991 sampai dengan tanggal 27 Oktober 1994.

Dengan semakin berkembangnya sarana dan prasarana serta untuk meningkatkan kualitas pengajar dan hasil didik, Akademi Pariwisata Sahid mendapatkan status “Disamakan” sesuai Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Nomor: 148/DIKTI/Kep/1996, tanggal 9 Mei 1996 tentang Pemberian Status Disamakan Kepada Jurusan/Program Studi di Lingkungan Akademi Pariwisata Sahid Jakarta. Sejak tanggal 23 Agustus 2000, Akademi Pariwisata Sahid meningkatkan jenjangnya menjadi Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Seiring dengan Perkembangan pariwisata Indonesia, Sejak tahun 2018 Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia meningkatkan jenjangnya menjadi Politeknik Sahid.

### **Visi dan Misi Politeknik Sahid**

Visi dari Politeknik Sahid adalah “Politeknik Sahid sebagai trend setter Pendidikan tinggi vokasi berbasis industri yang unggul, berbudaya, religius dan memiliki daya saing tingkat nasional dan international tahun

2030”. Sedangkan Misi dari Politeknik Sahid adalah:

1. Menyelenggarakan Pendidikan vokasi dengan jenjang Diploma, Magister Terapan, dan Doktor terapan dengan kurikulum berbasis okupasi di Industri.
2. Menyelenggarakan program Pendidikan Jarak Jauh.
3. Pengembangan perluasan jejaring kerjasama dengan industry.
4. Menyelenggarakan penelitian terapan produk unggulan.
5. Menyelenggarakan penelitian terapan.
6. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk pengembangan dan peningkatan sumberdaya secara nasional dan internasional.
7. Meningkatkan kerjasama dengan industri dalam pemberdayaan program CSR untuk pengembangan produk unggulan.
8. Menjalin kerjasama dengan pemerintah dalam mengembangkan sumberdaya manusia.
9. Membentuk mahasiswa yang memiliki karakter, berbudaya dan religius.
10. Mengembangkan kompetensi mahasiswa yang memiliki daya saing di tingkat nasional dan internasional.

### **Analisis Ability to Pay**

Dalam analisis ATP mahasiswa Politeknik Sahid, besarnya nilai ATP dibuat berdasarkan pendapat kepala keluarga responden, alokasi pendapatan terhadap biaya kuliah per bulan, dan alokasi biaya transportasi ke kampus per bulan.

Pendapatan kepala keluarga responden paling banyak yaitu (38%) antara Rp. 6.100.000 – Rp. 9.000.000, kemudian (31%) Rp. 4.000.000 – Rp.6.000.000 dan (20%) dengan pendapatan sebesar Rp.9.100.000–

Rp.12.000.000 dan (11%) dengan pendapatan diatas Rp.12.100.000. Rata-rata pendapatan kepala keluarga responden adalah Rp.8.130.107.

Range ATP responden yang terbesar yaitu Rp.750.000 – Rp.1.150.000 yaitu 32 orang (33%), kemudian Rp.1.200.000 – Rp.1.550.000 yaitu 15 orang (16%), sedangkan Rp.1.900.000 – Rp.2.350.000 yaitu 14 orang (15%), Rp.2.400.000 – Rp.2.650.000 yaitu 8 orang (9%).  $\geq$  Rp.2.700.000 8 orang (9.5%) dan *range* yang paling kecil berada di  $\leq$  Rp.700.000

yaitu 7 orang (7,5%). Rata-rata ATP responden sebesar Rp.1.530.322.

### Analisis Harapan Responden

Dari hasil analisis yang disebarakan kepada konsumen sebanyak 14 pertanyaan, seluruh pernyataan dikatakan valid pada taraf signifikan 0,05 dengan  $r$  tabel 0,202. Berdasarkan hasil uji validitas di bawah menunjukkan 14 pernyataan itu valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

### Peringkatan Pelayanan Jasa yang Diharapkan Oleh Responden

No	Pelayanan Jasa
1	Staff Politeknik Sahid tanggap dalam memenuhi tanggapan
2	Sistem keamanan yang baik
3	Akses yang mudah untuk kearah parkir
4	Pengelolaan lingkungan dalam hal perawatan taman dan penataan lingkungan
5	Staff berbicara dengan sopan dan mudah dimengerti
6	Dosen dan staff bersedia membantu mahasiswa/i
7	Kantor pelayanan buka berdasarkan jam operasional
8	Mahasiswa/I diberikan arahan atau petunjuk mengenai lab dan fasilitas yang memadai
9	Ketepatan waktu proses belajar dan mengajar
10	Kelengkapan sarana dan prasarana di kampus Politeknik Sahid
11	Kebersihan dan kenyamanan kampus Politeknik Sahid
12	Kondisi kelayakan dan kelengkapan fasilitas pendukung
13	Kemudahan untuk menyampaikan saran atau keluhan
14	Terdapat P3K dan fasilitas keselamatan

## KESIMPULAN

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, diolah dan di analisis yang

telah dilakukan peneliti untuk menjawab tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil dari kuesioner, rata-rata estimasi nilai *Ability to pay* (ATP) mahasiswa Politeknik Sahid Jakarta sebesar Rp.1.530.322, - dengan median Rp.1.500.000, -.
2. Skenario penetapan biaya kuliah mahasiswa Politeknik Sahid berdasarkan nilai ATP adalah:
  - a. Apabila skenario penetapan biaya kuliah mahasiswa Politeknik Sahid diantara Rp.750.000 - Rp.1.150.000,

maka *ability to pay* (ATP) mahasiswa adalah sebanyak 86%

- b. Apabila skenario penetapan biaya kuliah, mahasiswa Politeknik Sahid diantara Rp.1.200.000 – Rp.1.550.000, maka *ability to pay* (ATP) mahasiswa adalah sebanyak 54%
  - c. Apabila skenario penetapan harga mahasiswa Politeknik Sahid diantara Rp.1.600.000 – Rp.1.850.000, maka *ability to pay* (ATP) mahasiswa adalah sebanyak 39%
3. Prioritas dimensi jasa yang diharapkan oleh responden yaitu:

- a. Kepuasan dalam memperoleh pelayanan dari staff Politeknik Sahid
- b. Keamanan dan kenyamanan di daerah Kampus, dan
- c. Kemudahan dalam memperoleh fasilitas

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Basu Swasta, D., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Fandy Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Judisseno, R. K. (2017). *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- kusumawati. (2013). *pariwisata*. jakarta: erlangga.
- Lubis, D. I., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap keputusan pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman Vol.5*, 15-24.
- Murdiningtyas, N. e., & drs. suyatmin waskinto adi, m. (2016). faktor faktor kemauan membayar pajak wajib pajak orang pribadi yang melakukan pekerjaan bebas. *jurnal universitas muhammadiyah surakarta*, 10.
- Novela, I. M., Saerang, D. P., & Tirayoh, V. Z. (2018). *Analisis Pengendalian Biaya Produksi untuk Menilai Efisiensi dan Efektivitas Biaya Produksi*. *Jurnal Riset Akutansi Going Concern*, 356.
- Nur Rianto, & Euis Amalia. (2014). *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Prenada Media Group, 168.
- Saputra, N. G., & Parantika, A. (2017). *Analisa Ability to Pay (ATP) dan Willingness to Pay (WTP) Pengunjung di Monumen Nasional Jakarta*. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 134.
- Simanjuntak antonius bungaran, t. f. (2017). *sejarah pariwisata menuju perkembangan pariwisata indonesia*. Jakarta: yayasan pustaka obor indonesia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.