



## STUDI PERILAKU MAHASISWA DALAM POLA PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA BIMBINGAN BELAJAR (Studi pada Jasa Bimbingan Belajar Mahasiswa Buka Buku dengan Pendekatan Studi Kasus)

M. Rizky Al Caesar, I Made Sukresna<sup>1</sup>  
[mrizalcaesar@gmail.com](mailto:mrizalcaesar@gmail.com)

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50275, Phone: +622476486851

### ABSTRACT

*Buka Buku is the only business that is engaged in education services that are presented to students for tutoring services. Buka Buku itself is currently focused on Undip, exactly to help academics students of the Faculty of Economics and Business Undip. However, Buka Buku experienced a gap between S-I and D-III students in students purchasing power. It affects the difference of class proportion between S-I and D-III students. This study aims to determine the behavior of students that occur today, and the impact of student behavior on the pattern of decision making use of tutoring services Buka Buku. In addition, this study aims to know the right way in serving students, especially the segment of students Diploma III.*

*This research uses Theory of Planned Behavior theory. There are three main variables in the theory in determining the intention of behaving a person, where the intention is to form a person's behavior. These variables are attitude toward the behavior, perceived norm, and perceived behavioral control. Methods and approaches conducted in this study using qualitative research methods with case study approach. The preparation of this research using Patton model with Miles and Huberman model analysis technique.*

*The result of the research shows how the student behavior, to know the factors causing student decision making. In addition, this study presents the decision making pattern of the use of Buka Buku services based on the relationship between the factors that make up student decisions. Therefore, an effective strategy can be done in serving the student segment at the Faculty of Economics and Business Undip, especially the D-III students.*

*Keywords: qualitative, Theory of Planned Behavior theory, consumer behavior, decision making pattern.*

### PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang ini, manusia hidup di dunia ini adalah untuk mencari sesuatu hal yang memiliki arti maupun pengaruh terhadap hidupnya. Pendidikan adalah satu hal yang sangat dicari oleh sebagian manusia di dunia ini. Cukup banyak manusia yang rela menghabiskan banyak uang untuk mencari dan merasakan bangku pendidikan formal setinggi mungkin. Pendidikan formal di bangku perkuliahan memiliki sistem belajar yang berbeda dari pendidikan formal di sekolah. Mahasiswa dapat menentukan sendiri waktu belajar dalam perkuliahan. Tetapi, pelajaran yang dipelajari dan tingkat kesulitan pada bangku kuliah juga terasa lebih fokus dan lebih sulit. Sehingga, mahasiswa dituntut untuk lebih mandiri dalam belajar.

Mahasiswa baru biasanya mengalami *culture shock* karena cara belajar dan amteri yang berbeda. Akibat cara belajar yang berbeda dan cara penyampaian materi yang diberikan dosen berbeda-beda, tidak menutup kemungkinan para mahasiswa membutuhkan jam belajar tambahan diluar kampus. Buka Buku adalah satu-satunya bimbingan belajar khusus mahasiswa yang ada di Universitas Diponegoro, Semarang. Buka Buku sendiri memiliki peserta didik sejumlah 185 mahasiswa yang tersebar di berbagai jurusan FEB Undip.

---

<sup>1</sup> Corresponding author

Seharusnya daya beli antara mahasiswa D-III dan S-I memiliki kesamaan atau hampir menyamai karena sama-sama mahasiswa FEB Undip. Akan tetapi, berdasarkan data yang ada persebaran jumlah peserta didik yang berjumlah 185 mahasiswa tidak tersebar secara menyeluruh. Mahasiswa D-III terlihat cenderung tidak mengambil kesempatan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan bimbingan belajar Buka Buku. Mahasiswa D-III jauh lebih sedikit yang menggunakan jasa bimbingan belajar Buka Buku daripada mahasiswa S-I. Sehingga terjadi *gap* atau perbedaan jumlah proporsi kelas yang tersedia di Buka Buku pada mahasiswa S-I dan D-III. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan pengguna jasa Bimbingan Belajar Buka Buku pada mahasiswa S-I dan D-III, selain itu melihat apakah ada persamaan proses dari pengambilan keputusan tersebut, dan bagaimana cara yang paling efektif untuk melayani segmen mahasiswa D-III untuk dapat meningkatkan penggunaan jasa Buka Buku.

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### Landasan Teori – *Theory of Planned Behavior*

Penelitian ini membahas hal-hal yang saling berhubungan dalam perilaku konsumen, dari konsumen berperilaku hingga memutuskan dalam menggunakan suatu jasa bimbingan belajar. Maka dari itu, teori dalam penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen dalam penelitian ini merujuk kepada teori psikologi konsumen yaitu *Theory of Planned Behavior*. *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen. Dimana teori tersebut menyatakan bahwa perilaku mahasiswa disebabkan oleh intensi berperilaku seseorang, intensi berperilaku tersebut ditentukan oleh sikap terhadap perilaku, *perceived norm*, dan *perceived behavioral control*.

*Theory of Planned Behavior* sendiri merupakan teori kedua yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen dari teori sebelumnya, yaitu *Theory of Reasoned Action* (1967). Mulai tahun 1980 teori tersebut mulai digunakan untuk mempelajari tingkah laku atau perilaku sosial manusia.

Berbeda dengan *Theory of Reasoned Action* yang bersifat statis, *Theory of Planned Behavior* bersifat dinamis karena memiliki perbedaan dalam penentu intensi berperilaku seseorang. Kedua teori ini menempatkan atau meramalkan bahwa prediktor terkuat dari kehendak untuk berperilaku adalah intensi untuk berperilaku. Intensi perilaku dalam *Theory of Reasoned Action* dipercaya atau dianggap hasil dari dua faktor, yaitu pengaruh individu dan pengaruh normatif. Sedangkan dalam *Theory of Planned Behavior* intensi perilaku dipengaruhi oleh ketiga faktor yang lebih luas dan jelas, yaitu sikap terhadap perilaku (pengaruh individu), persepsi normatif (pengaruh normatif), serta persepsi terhadap kontrol perilaku.

Ada beberapa tujuan dan manfaat dari teori ini, antara lain adalah untuk meramalkan dan memahami pengaruh-pengaruh motivasional terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau kemauan individu sendiri. untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana mengarahkan strategi-strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan tiap aspek penting beberapa perilaku manusia seperti mengapa seseorang membeli *handphone* baru, memilih ketua BEM di kampus, memilih suatu jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, atau dalam penelitian ini merujuk kepada bagaimana mahasiswa S-I dan D-III memutuskan untuk menggunakan bimbingan belajar Buka Buku.

Dalam *Theory of Planned Behavior* menyebutkan bahwa intensi untuk menampilkan atau melakukan suatu perilaku tergantung pada hasil pengukuran dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* atau persepsi mengenai pengendalian suatu perilaku. Hasil yang positif dari ketiga variabel ini akan mengindikasikan intensi berperilaku yang positif. Sebagai contoh, seorang anak perempuan bernama Amelinda memiliki cita-cita menjadi seorang penyiar di salah satu radio ternama di Indonesia. Amelinda memiliki persepsi bahwa bila menjadi penyiar setidaknya akan membuat dirinya terkenal dan memiliki banyak penggemar. Persepsi ini membuat sifat perilaku sebagai variabel pertama dari intensi berperilaku bersifat positif. Selanjutnya, keinginannya menjadi penyiar disambut secara baik dari keluarganya sendiri dan teman-teman terdekatnya sehingga membuat Amelinda termotivasi untuk memenuhi cita-citanya tersebut dan memenuhi ekspektasi dari orang-orang terdekatnya. Hal ini membuat norma subjektif sebagai variabel kedua dari intensi berperilaku juga bersifat positif. Variabel ketiga akan menentukan apakah Amelinda akan membentuk suatu intensi berperilaku yang positif atau negatif, penentu apakah Amelinda akan menjadi seorang penyiar atau tidak. Apabila Amelinda memiliki

*control beliefs* yang kuat terhadap faktor-faktor yang ada seperti ia senang berbicara didepan umum, senang berinteraksi dengan orang lain, beranggapan mudah berteman dengan orang baru, dan sebagainya (faktor-faktor yang ada yang mendukung perilaku), akan membuat Amelinda memiliki persepsi (*perceived behavioral control*) yang tinggi bahwa ia dapat mengendalikan suatu perilaku. Itu artinya *perceived behavioral control* sebagai variabel ketiga dari intensi berperilaku bersifat positif. Sehingga Amelinda akan membentuk suatu intensi berperilaku yang positif dan akan menampilkan atau melakukan hal yang dapat membantu ia menjadi seorang penyiar radio. Berbeda bila Amelinda memiliki *control beliefs* yang kuat terhadap faktor-faktor yang menghambat perilaku seperti ia pendiam, malu berbicara didepan umum dan malu untuk berinteraksi dengan orang baru, serta tidak percaya diri akan membuat dirinya memiliki persepsi yang rendah bahwa ia dapat mengendalikan suatu perilaku. Sehingga ia akan menahan atau meninggalkan keinginannya menjadi seorang penyiar radio, walaupun sikap dan norma subjektifnya bersifat positif.

Menurut Fishbein dan Ajzen (2011), faktanya bahwa tiga prediktor atau variabel dari intensi perilaku dapat mengambil bobot kriteria yang berbeda dalam mengatakan bahwa niat untuk melakukan perilaku tertentu didasarkan pada kombinasi tertentu dari sikap, norma-norma, dan kontrol pertimbangan-pertimbangan. Level dari analisis ini juga dapat membantu menjelaskan mengapa orang dengan sikap yang sama, persepsi terhadap norma, dan persepsi dari kontrol perilaku dalam cara yang berbeda dalam menampilkannya.

### **Pemilihan Teori dalam Penelitian**

Pemilihan teori perilaku konsumen "*Theory of Planned Behavior*" dalam penelitian ini memiliki alasan tersendiri daripada menggunakan teori perilaku konsumen yang lain. Seperti yang kita tahu, terdapat dua teori lain yang dikemukakan Ajzen selain *Theory of Planned Behavior*, yaitu *Theory of Reasoned Action* dan *The Reasoned-Action Approach*.

Pertama, alasan menggunakan teori perilaku konsumen *Theory of Planned Behavior* lebih bersifat dinamis dalam memprediksi perilaku seseorang. Jika dibandingkan dengan teori sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action*, TRA lebih bersifat statis. Hal itu dikarenakan *Theory of Reasoned Action* lebih berfokus kepada faktor-faktor penyebab perilaku seseorang yang benar-benar berasal dari dalam individu seseorang. Seseorang akan diprediksikan membentuk sebuah perilaku apabila sikap dan persepsi norma sama-sama bersifat positif. Sedangkan *Theory of Planned Behavior* bersifat dinamis karena mempertimbangkan faktor-faktor yang bisa berasal dari luar individu seseorang, atau faktor-faktor dimana individu mempertimbangkan kembali perilaku yang akan ia bentuk. Hal tersebut terdapat dalam variabel penentu ketiga dalam *Theory of Planned Behavior*, yaitu *perceived behavioral control*.

Kedua, alasan menggunakan *Theory of Planned Behavior* daripada teori *The Reasoned-Action Approach* karena RAA lebih kompleks daripada TPB. Hal tersebut karena RAA memperhitungkan *background factor*. Sedangkan dalam penelitian ini, masih ingin dilihat secara umum apa yang menyebabkan perilaku mahasiswa dari variabel-variabel penentu yang ada dari teori TPB. Dalam penelitian selanjutnya, bisa saja untuk memperhitungkan *background factor* dari perilaku mahasiswa.

Selanjutnya, *Theory of Planned Behavior* dapat meramalkan perilaku mahasiswa sehari-hari. Perilaku tersebut pada akhirnya yang mendasari keputusan pembelian mahasiswa. Seperti contoh seseorang yang bernama Amelinda dalam membuat keputusan menjadi penyiar radio. Keputusannya didasari oleh sikap yang positif, persepsi norma yang positif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku yang positif pula. Hal ini juga mendasari mahasiswa S-I dan D-III FEB Undip yang membuat keputusan untuk menggunakan jasa bimbingan belajar Buka Buku. Mahasiswa yang menggunakan bimbingan belajar Buka Buku dapat diramalkan akibat memiliki sikap yang positif terhadap bimbingan belajar, seperti dalam menggunakan bimbingan belajar dapat membuat ia rajin belajar atau membantu dalam kebutuhan akademik mereka. Selain itu, orang-orang juga mendukung apabila ia menggunakan bimbingan belajar karena dipercaya dapat membuat ia lebih mengerti atau membuat lebih rajin belajar. Kemudian, ia juga memiliki persepsi bahwa bimbingan belajar tidak hanya membantunya dalam hal akademik, tetapi juga membantu ia dapat mendapat teman atau kenalan baru serta membuat ia lebih percaya diri. Maka dari itu, teori ini juga dapat

mencerminkan bagaimana ia akhirnya memutuskan untuk menggunakan bimbingan belajar Buka Buku.

### **Research Gap**

Pada tahun 1998 seorang peneliti menggunakan teori TPB dalam penelitiannya di bidang *marketing* (psikologi industri). Chiou meneliti tentang pengaruh dari sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* terhadap intensi membeli sebagai *moderating effects* pengetahuan produk terhadap perhatian pada informasi perbandingan sosial. Tujuan penelitiannya adalah untuk menyelidiki apakah pengaruh relatif dari sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* dalam mengendalikan intensi membeli akan berbeda ketika konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk (subjektif dan objektif) dan perhatian pada informasi perbandingan sosial (*attention to social comparison information*) yang berbeda. Sebagaimana dikemukakan oleh *Theory of Planned Behavior*, intensi membeli para konsumen dipengaruhi tidak hanya oleh sikap mereka, tetapi juga oleh pengaruh kelompok dan persepsi mengenai kemampuan mengendalikan yang mereka miliki. Kekuatan relatif pengaruh ketiga variabel pada teori ini terhadap intensi membeli akan bervariasi di antara tiap perilaku konsumen / calon konsumen dan situasi yang sedang dihadapi.

Hasil penelitian yang dilakukan Chiou menunjukkan bahwa kepentingan relatif sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* dalam memprediksi intensi bervariasi ketika konsumen memiliki perbedaan tingkat pengetahuan subjektif mengenai suatu produk dan tingkat perhatian pada informasi perbandingan sosial (*attention to social comparison information*). Pengetahuan subjektif adalah variabel moderator untuk hubungan antara *perceived behavioral control* dan intensi membeli, sedangkan *attention to social comparison information* adalah variabel moderator untuk hubungan antara sikap serta norma subjektif terhadap intensi membeli. Berdasarkan hasil tersebut, ada beberapa implikasi dalam bidang pemasaran, antara lain menyangkut pemasaran produk, pengukuran sikap konsumen dan saluran komunikasi.

Ketika konsumen membeli suatu produk atau jasa tanpa memiliki banyak kendali dari diri sendiri, konsumen tidak hanya membutuhkan lebih banyak sumber daya seperti waktu atau informasi, tetapi juga perlu lebih percaya diri dalam mengambil suatu keputusan yang tepat. Para tenaga pemasar seharusnya mencoba tidak hanya untuk memberi penjelasan tentang produk, tetapi juga meningkatkan *perceived behavioral control* konsumen, misalnya dengan menyediakan lebih banyak demonstrasi untuk konsumen guna menunjukkan bagaimana kinerja suatu produk. Dalam kebanyakan penelitian pasar yang standar seperti uji produk atau uji konsep, sikap konsumen terhadap produk adalah pertanyaan utama yang harus diukur, tetapi umumnya norma subjektif tidak disertakan dalam pengukuran. Padahal, bagi mereka yang memiliki *attention to social comparison information* tinggi, norma subjektif sangatlah penting. Oleh karena itu, norma subjektif harus disertakan dalam kuesioner jika target pasarnya adalah orang-orang yang menganggap penting informasi perbandingan sosial, seperti pada kelompok masyarakat kolektivistik. Demikian pula dalam memilih saluran komunikasi, untuk mempengaruhi orang-orang dengan *attention to social comparison information* tinggi, media tradisional seperti televisi, radio, atau koran saja tidak mencukupi, diperlukan saluran komunikasi yang lebih bersifat interpersonal. Para pemasar juga perlu mempelajari jenis kelompok acuan atau kelompok sosial mana yang memiliki pengaruh paling kuat dalam mempersuasi atau mengajak mereka untuk memilih suatu produk.

Dalam penelitian yang dilakukannya, Chiou juga mengemukakan keterbatasan-keterbatasan penelitiannya dan memberikan beberapa saran. Menurutnya untuk penelitian selanjutnya perlu lebih mengidentifikasi karakteristik-karakteristik produk yang bisa mempengaruhi hasil penelitian. Dalam penelitian yang digunakan Chiou hanya satu jenis produk yang diuji, yaitu printer. Penelitian selanjutnya bisa dilakukan pada jenis produk yang lain. Chiou juga menyarankan untuk melakukan penelitian di negara lain yang memiliki sumber tekanan sosial yang berbeda, dimana kelompok acuan yang paling berpengaruh bisa berbeda. Mengidentifikasi kelompok acuan pada tiap kelompok masyarakat dapat membantu para tenaga pemasar dalam merancang program pemasaran yang lebih efektif.

Dari penelitian yang dilakukan Chiou dan keterbatasan yang dimiliki, mendorong penulis untuk menggunakan teori dalam penelitian ini, yaitu *Theory of Planned Behavior*. Dimana teori ini membahas perilaku konsumen, hingga konsumen tersebut menampilkan suatu perilaku.

Keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian Chiou juga mendorong penulis saat ini untuk melakukan sebuah penelitian baru dengan sumber tekanan sosial yang berbeda, dan objek penelitian baru (jenis produk yang berbeda), yaitu pada segmen mahasiswa dalam menggunakan jasa bimbingan belajar.

### **Framework Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang penelitian dan landasan teori yang sudah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini akan mempelajari lebih jauh terhadap perilaku konsumen (perilaku mahasiswa mahasiswa S-I dan D-III Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro) dalam menggunakan suatu jasa bimbingan belajar mahasiswa (Bimbingan Belajar Buka Buku). Latar belakang dan landasan teori tersebut menggambarkan bahwa manusia memiliki perilaku yang beragam dalam kehidupannya, bahkan dalam membeli suatu produk atau menggunakan jasa suatu perusahaan. Teori yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen juga menyajikan sebuah *framework* dasar yang dapat dijadikan acuan peneliti untuk meneliti sebuah perilaku konsumen.

Penelitian ini akan menyajikan sebuah *framework* yang akan digunakan untuk membandingkan perilaku mahasiswa S-I dan D-III Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Berawal dari ketiga pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam penelitian ini. Pertanyaan tersebut disesuaikan dengan teori perilaku konsumen *Theory of Planned Behavior* untuk menggambarkan bagaimana perilaku mahasiswa, bagaimana proses pengambilan keputusan mahasiswa, dan memiliki kesamaan dalam proses tersebut. Sehingga terlihat dua pola perilaku antara mahasiswa S-I dan D-III. Sehingga terakhir penelitian ini dapat memberikan bukti dan alur proses pengambilan keputusan yang berbeda antara mahasiswa S-I dan D-III serta cara yang paling efektif untuk melayani segmen mahasiswa D-III.

## **METODE PENELITIAN**

### **Model Penelitian**

Model penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode penelitian kualitatif peneliti gunakan karena peneliti ingin mengetahui lebih dalam dan lebih luas tentang *college student behavior* yang menyebabkan adanya perbedaan proporsi kelas antara S-I dan D-III. Sedangkan pendekatan studi kasus digunakan karena studi kasus memiliki fokus yang spesifik dan mendalam pada kasus sebagai objek yang diteliti (Daymon dan Holloway, 2008). Karena penelitian ini sendiri memiliki fokus yang spesifik atau entitas tunggal dalam penelitiannya.

### **Narasumber Penelitian**

Narasumber dalam penelitian ini merupakan narasumber kunci yang harus memenuhi persyaratan penelitian. Pemilihan narasumber dalam penelitian ini berdasarkan tujuan penelitian (purposeful). Narasumber kunci dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah mengikuti langsung bimbingan belajar Buka Buku dan mahasiswa yang tergabung sebagai tenaga pengajar di Buka Buku yang disebut "Kaka Kita".

Narasumber penelitian ini berjumlah sebelas orang mahasiswa yang terbagi menjadi tujuh peserta didik Buka Buku dan empat orang Kaka Kita. Tujuh peserta didik tersebut terbagi menjadi empat orang mahasiswa S-I dan tiga orang mahasiswa D-III.

### **Extent of Researcher Interference**

Dalam penelitian ini, tingkat yang dilakukan peneliti sebagai pemilik bimbingan belajar Buka Buku langsung dapat dikatakan sudah tingkat *excessive interference*. Walaupun peneliti dapat dikatakan memiliki andil yang cukup besar dalam bimbingan belajar tersebut. Tetapi dalam penelitian ini, peneliti tidak campur tangan dengan aktivitas normal di bimbingan belajar Buka Buku seperti mengajar peserta didik. Sehingga jawaban-jawaban responden dari peserta didik juga benar adanya tanpa interferensi dari peneliti, karena jawaban-jawaban mereka apa adanya. Responden dengan percaya diri mengatakan kekurangan yang ia rasakan dari bimbingan belajar Buka Buku serta hal-hal yang memang menjadi daya ikat dari bimbingan belajar Buka Buku berdasarkan apa yang sudah mereka dapatkan selama mengikuti bimbingan belajar Buka Buku. Saat awal wawancara juga peneliti menekankan kepada narasumber bahwa jawaban yang diberikan

harus sesuai apa yang mereka rasakan, dan mengesampingkan pandangan tidak enak karena peneliti juga sebagai pemilik.

### Metode Pengumpulan Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari narasumber. Peneliti mengumpulkan data tersebut dengan cara melakukan wawancara kepada narasumber penelitian. Wawancara yang dilakukan menggunakan wawancara tatap muka *one-to-one* dengan jenis wawancara semi-terstruktur. Lokasi wawancara dilakukan sesuai dengan kesepakatan antara peneliti dengan narasumber, dengan tujuan narasumber dapat merasa nyaman dan lebih leluasa dalam menjawab pertanyaan yang diajukan kepada mereka. Peneliti juga menggunakan dokumentasi dalam mengumpulkan data. Dokumen tersebut seperti foto, maupun rekaman suara yang terjadi antara peneliti dan narasumber saat wawancara berlangsung.

### Tahap Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini disusun sesuai dengan proses yang dikemukakan oleh Patton (2002) dan didukung oleh model Miles dan Huberman. Patton (2002) menjelaskan proses dalam menyusun studi kasus terdapat tiga tahap, yaitu: 1) mengumpulkan data kasus mentah, pada tahap ini sudah dijelaskan data mentah dikumpulkan dengan cara mewawancarai narasumber kunci; 2) menyusun catatan kasus, pada tahapan ini data mentah diorganisir, diklasifikasi atau dibuat kode penelitian, agar menjadi data yang dapat dimengerti; 3) membuat laporan akhir studi kasus, pada tahapan ini laporan penelitian sudah dapat dibaca, dan menampilkan pandangan deskriptif atau cerita tentang hal apa yang diteliti. Sedangkan model Miles dan Huberman (dalam Emzir, 2011), terdapat tiga tahap analisis data kualitatif, yaitu: 1) Reduksi data; 2) Model Data; 3) Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan.

### Uji Validitas Data

Validitas data penelitian ini diperoleh dengan uji kredibilitas data dan metode triangulasi. Uji kredibilitas penelitian ini digunakan dengan teknik *member checking*. Sedangkan metode triangulasi yang digunakan adalah metode triangulasi metodologi, yang membandingkan dan memeriksa data penelitian yang diperoleh melalui hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi memiliki kesamaan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah sebelas wawancara yang dilakukan, peneliti dapat mengetahui latar belakang atau profil narasumber. Profil tersebut menyajikan informasi tentang karakteristik demografi pengelompokan narasumber terhadap jenis kelamin, latar belakang pendidikan, status pada bimbingan belajar Buka Buku, serta asal daerah tempat tinggal. Berikut tabel karakteristik demografi narasumber:

**Tabel 1**  
**Distribusi Frekuensi Karakteristik Demografi Narasumber**

No.	Karakteristik Demografi	Kategori	Frekuensi (Orang)
1.	Jenis Kelamin	a) Laki-laki	5
		b) Perempuan	6
2.	Latar Belakang Pendidikan	a) S-I Manajemen	4
		b) S-I Akuntansi	1
		c) S-I IESP	2
		d) D-III Akuntansi	2
		e) D-III Perpajakan	2
3.	Status dalam Buka Buku	a) Peserta Didik	7
		b) Kaka Kita	4
4.	Asal daerah tempat tinggal	a) Jakarta	2
		b) Bekasi	3

No.	Karakteristik Demografi	Kategori	Frekuensi (Orang)
		c) Semarang	2
		d) Gresik	1
		e) Pati	1
		f) Tegal	1
		g) Medan	1

Sumber: Data primer, 2017 (diolah)

**Hasil Reduksi Data**

Setelah sebelas wawancara yang dilakukan dan dilakukan transkrip dari hasil wawancara tersebut, diperoleh data mentah. Peneliti melakukan analisis terhadap data mentah tersebut sehingga menimbulkan tema-tema baru dari jawaban-jawaban yang sering dikemukakan oleh narasumber. Dari 18 tema tersebut peneliti lakukan reduksi data, dimana data yang sudah direduksi tersebut yang berhubungan dan sesuai dengan ketiga pertanyaan penelitian ini. Berikut tabel proses reduksi data:

**Tabel 2**  
**Proses Reduksi Data**

NO	CODING	TEMA	R	PERTANYAAN PENELITIAN	NO	CODING	TEMA	HASIL
1	MTR	Materi Perkuliahan			1	MTR	Materi Perkuliahan	1 2 3
2	BB2	Bimbingan Belajar Sesuai	E D	Bagaimana proses pengambilan keputusan mhs s1 dan d3	2	BB2	Bimbingan Belajar Sesuai	1 2 3
3	IGN	Keinginan Mahasiswa	U K		3	IGN	Keinginan Mahasiswa	1 2 3
4	BTH	Kebutuhan Mahasiswa	S I		4	BTH	Kebutuhan Mahasiswa	1 2 3
5	DrSdr	Diri Sendiri	R		5	DrSdr	Diri Sendiri	3
6	KKKT	Pengajar Buka Buku	E D		6	KKKT	Pengajar Buka Buku	3
7	SKP	Sikap	U		7	SKP	Sikap	1 2
8	G.Bel	Gaya Belajar	K S	apakah ada kesamaan dalam proses pengambilan keputusan mhs s1 dan d3	8	G.Bel	Gaya Belajar	3
9	B	Biaya	I		9	B	Biaya	1 2
10	OMD	Orientasi Masa Depan	R		10	OMD	Orientasi Masa Depan	1 2
11	ORG	Organisasi Mahasiswa	E D		11	TMN	Lingkungan Pertemanan	1 2 3
12	AKT	Akuntansi	U K		12	Prod.Bel	Produktivitas Belajar	3
13	TMN	Lingkungan Pertemanan Produktivitas	S I		13	BB+	Nilai Tambah Buka Buku	3
15	JENKEL	Perempuan Lebih Rajin	E D U	efektif dalam melayani segmen mahasiswa s1 dan d3	15	P-D3	Perbedaan D-III	2 3
16	BB+	Nilai Tambah Buka Buku	K S					
17	S-D3	Suasana D-III	I					
18	P-D3	Perbedaan D-III						

Sumber: Data primer, 2017 (diolah)

Dari delapan belas tema baru direduksi menjadi 15 tema yang sesuai dengan ketiga pertanyaan penelitian ini. Setiap tema dapat dilihat mewakili hasil dari setiap pertanyaan penelitian tersebut. Tema tersebut juga disesuaikan dengan hubungan jawaban pertanyaan penelitian ke satu, dua, atau tiga.

### Faktor Pengambilan Keputusan

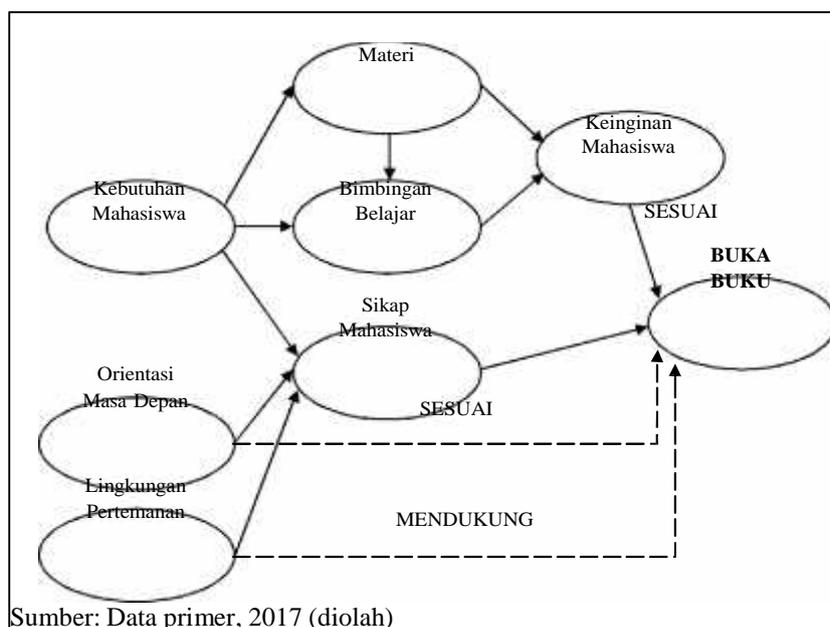
Penelitian ini memperlihatkan faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa Bimbingan Belajar Buka Buku. Dimana bagian ini akan berhubungan dengan pertanyaan penelitian ini tentang bagaimana proses pengambilan keputusan mahasiswa S-I dan D-III. Faktor-faktor tersebut berasal dari kebutuhan mahasiswa, materi mata kuliah, bimbingan belajar, keinginan mahasiswa, sikap mahasiswa, orientasi masa depan mahasiswa, lingkungan pertemanan, serta biaya yang dikeluarkan untuk mengikuti bimbingan belajar (keadaan finansial).

### Pola Pengambilan Keputusan Mahasiswa S-I

Pola pengambilan keputusan mahasiswa S-I ditentukan oleh faktor-faktor yang sudah disebutkan sebelumnya. Pola pengambilan keputusan mahasiswa S-I dapat dibentuk pertama kali semenjak faktor kebutuhan mahasiswa muncul. Dimana saat mahasiswa sudah mulai merasa butuh akan suatu hal, dan dalam penelitian ini dapat dikatakan mahasiswa butuh akan tambahan jam belajar diluar kampus. Penyebabnya adalah mahasiswa kurang menguasai materi yang diberikan di kelas. Setelah itu, berhubungan pula kebutuhan tersebut akan bantuan dari orang lain dalam memahami materi. Dimana kebutuhan tersebut akan berdampak kepada perasaan mahasiswa untuk mengikuti bimbingan belajar Buka Buku. Materi dan bantuan yang dirasa sudah dapat terpenuhi dalam bimbingan belajar masih akan dipengaruhi oleh keinginan dari mahasiswa itu sendiri, apakah yang mereka cari sudah tersedia dan sudah sesuai keinginan mereka.

Kebutuhan mahasiswa juga mempengaruhi sikap mahasiswa saat ini. Sikap mahasiswa saat ini juga tidak lepas dari pengaruh orientasi masa depan mahasiswa sendiri dan lingkungan pertemanan mereka. Sesuai dengan penjelasan yang sudah diberikan, orientasi masa depan dan lingkungan pertemanan mahasiswa menjadi salah satu faktor yang tidak bisa dilepaskan dari penentu mahasiswa untuk menggunakan jasa bimbingan Buka Buku. Hasil akhir dari kebutuhan mahasiswa yang dirasa sudah terpenuhi dan diperkuat oleh penyebab dari faktor-faktor lain, mahasiswa akan memilih untuk menggunakan jasa bimbingan belajar Buka Buku. Pola pengambilan keputusan mahasiswa S-I dalam menggunakan jasa Buka Buku terlihat dalam gambar berikut:

**Gambar 1**  
**Pola Pengambilan Keputusan Mahasiswa S-I Dalam Menggunakan Jasa Buka Buku**



### **Pola Pengambilan Keputusan Mahasiswa D-III**

Mahasiswa D-III memiliki proses dan pola yang hampir sama dengan mahasiswa S-I. Perbedaan terletak antara tujuan pendidikan mahasiswa D-III yang lebih difokuskan menjadi tenaga kerja ahli daripada mahasiswa S-I. Sehingga apa yang mereka cari kurang selaras dengan apa yang Buka Buku tawarkan, mereka beranggapan tidak terlalu perlu, dan akhirnya menjadi salah satu penghambat mahasiswa D-III untuk menggunakan jasa Buka Buku. Tetapi tidak semua mahasiswa D-III berpikiran seperti itu. Kembali lagi kepada diri sendiri masing-masing bagaimana memandang Buka Buku dari segi kebutuhan mereka.

Selain itu, lingkungan pertemanan pada mahasiswa D-III juga tidak terlalu sama seperti mahasiswa S-I. Walaupun mahasiswa D-III memiliki kelompok pertemanan masing-masing, tetapi masih saja mahasiswa D-III terkesan lebih individualis dalam belajar. Lingkungan pertemanan juga menjadi penghambat apabila seorang mahasiswa D-III ingin mengikuti bimbingan belajar Buka Buku tetapi temannya yang lain tidak bersedia untuk ikut Buka Buku. Sehingga, ini menjadi penghambat lain mahasiswa D-III untuk menggunakan jasa Buka Buku.

Fasilitas dan suasana belajar juga sangat diperhatikan oleh mahasiswa D-III. Dapat dilihat dari suasana yang terbangun di lingkungan kampus D-III dan S-I, bahwa mahasiswa D-III lebih sedikit yang mau menunggu dikampus bila menunggu kelas berikutnya. Fasilitas di D-III dirasa sangat minim oleh mereka, maka dari itu mereka memilih untuk mengerjakan ditempat yang nyaman seperti kos-kosan. Hal ini juga bisa menjadi penyebab mahasiswa D-III tidak menggunakan jasa Buka Buku karena merasa mitra-mitra Buka Buku di daerah Pleburan, Semarang kurang mendukung untuk kegiatan belajar mengajar mereka.

Terakhir yang bisa menyebabkan perbedaan proporsi kelas antara mahasiswa S-I dan D-III adalah alur informasi. Mahasiswa D-III merasa alur informasi di D-III kurang menyeluruh. Padahal, informasi juga penting dalam mahasiswa mengetahui apakah ada sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Maka dari itu, pola pengambilan keputusan mahasiswa dapat dikatakan akan seperti ini. Alur informasi yang baik akan menjadi faktor utama mahasiswa dalam mengetahui keberadaan bimbingan belajar Buka Buku, yang bertujuan mahasiswa menjadi tahu akan kebutuhannya. Bila mahasiswa sudah mengetahui kebutuhannya, mahasiswa D-III sama seperti mahasiswa S-I yang membutuhkan materi dan bantuan dalam belajar. Setelah itu juga disesuaikan apakah kebutuhan materi dan bimbingan belajar sudah sesuai dengan yang mereka inginkan. Namun disini sedikit berbeda dengan mahasiswa S-I, bahwa Buka Buku mencoba menyesuaikan dengan keinginan mahasiswa D-III dengan menawarkan kelas yang dapat daftar secara personal dan kelas yang dilaksanakan di tempat peserta didik. Biaya juga menjadi penentu sikap mahasiswa D-III, selain orientasi masa depan dan lingkungan pertemanan. Dimana ketiga faktor ini juga akan berpengaruh langsung kepada keputusan penggunaan jasa bimbingan belajar Buka Buku. Hasil akhir dari kebutuhan mahasiswa D-III yang dirasa sudah terpenuhi dan diperkuat oleh penyebab dari faktor-faktor lain, mahasiswa D-III akan memilih untuk menggunakan jasa bimbingan belajar Buka Buku. Pola pengambilan keputusan mahasiswa D-III dalam menggunakan jasa Buka Buku terlihat dalam gambar berikut:



mengikuti Buka Buku nantinya tidak merasa dirugikan dengan adanya Kaka Kita yang kurang kompeten sehingga mengganggu produktivitas belajar mereka.

**Promotion**, menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan agar peserta dan calon peserta didik mengetahui jasa yang ditawarkan oleh Buka Buku. bimbingan belajar Buka Buku dapat melakukan strategi atau kegiatan promosi yang lebih efektif berdasarkan jawaban-jawaban narasumber dan bagaimana pola pengambilan keputusan mereka. Strategi tersebut dilakukan agar mahasiswa mengetahui apa itu Buka Buku dan dapat merasakan jasa yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan seperti: 1) Lebih memperkenalkan secara detil bimbingan belajar Buka Buku; 2) Lebih menonjolkan Kaka Kita dan memperlihatkan bahwa Kaka Kita di Buka Buku sangat kompeten; 3) Memunculkan *brand ambassador* Buka Buku; 4) Memberitahu mahasiswa bahwa Buka Buku dapat memenuhi kebutuhan mereka saat kuliah; 5) Memberitahu mahasiswa bahwa Buka Buku senantiasa memberikan *tips and trick* (program TnT) disetiap kegiatan belajar mengajar; 6) Mengadakan program BST (*Buka Buku Service Time*); 7) Menawarkan suasana belajar yang sesuai dengan keinginan mahasiswa; 8) Menyediakan kelas-kelas khusus; 9) Memperbanyak kegiatan *direct marketing*; 10) Pendekatan langsung kepada kelompok-kelompok mahasiswa.

Kegiatan bauran pemasaran ini merupakan cara yang paling efektif untuk melayani segmen mahasiswa D-III, karena sudah disesuaikan dengan keadaan mereka saat ini.

## KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

### Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku mahasiswa serta bagaimana pola pengambilan keputusan pembelian mahasiswa terhadap bimbingan belajar Buka Buku. Selain itu untuk mengetahui adakah perbedaan pola pengambilan keputusan antara mahasiswa S-I dan D-III FEB Undip yang berdampak pada daya beli penggunaan jasa bimbingan belajar Buka Buku. Setelah mengetahui perilaku mahasiswa tersebut, bimbingan belajar Buka Buku dapat mengetahui cara melayani kedua segmen mahasiswa, yang berfokus kepada mahasiswa D-III secara efektif.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa mampu menjawab ketiga pertanyaan penelitian yang terdapat dalam penelitian ini. Mahasiswa sebagai objek penelitian dalam penelitian ini terlihat memiliki proses yang hampir sama dalam memutuskan untuk menggunakan jasa bimbingan belajar Buka Buku. Mahasiswa S-I dan D-III sama-sama dipengaruhi oleh faktor kebutuhan mahasiswa, materi perkuliahan, bantuan akan bimbingan belajar, keinginan mahasiswa, sikap mahasiswa, orientasi masa depan, lingkungan pertemanan, dan finansial mahasiswa. Dimana pola tersebut terdapat perbedaan yang mencolok pada mahasiswa D-III yang membutuhkan alur informasi yang lebih baik lagi di awal, biaya yang harus mereka keluarkan, serta penawaran yang sudah dikhususkan bagi mahasiswa D-III untuk membuat mereka memutuskan untuk menggunakan jasa bimbingan belajar Buka Buku. Baru setelah itu, bimbingan belajar Buka Buku dapat menentukan cara pelayanan yang efektif untuk melayani mahasiswa D-III yang tercakup dalam bauran pemasaran *process, people, dan promotion*.

### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki banyak keterbatasan dan kekurangan. Sehingga diharapkan dengan adanya keterbatasan dan kekurangan tersebut dapat menjadi dasar, dan mengalami perbaikan pada penelitian mendatang. Keterbatasan dan kekurangan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Pada penelitian ini, terdapat pertanyaan tentang pengaruh jenis kelamin terhadap gaya belajar. Seharusnya dapat dieksplorasi lebih dengan lebih banyak narasumber apakah jenis kelamin benar-benar berpengaruh terhadap gaya belajar, dan mungkin berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Buka Buku; 2) Faktor kesibukan organisasi pada mahasiswa memasuki semester dua seharusnya dapat dieksplorasi lebih dalam apakah memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa Buka Buku; 3) Perbedaan mahasiswa antar jurusan juga seharusnya dapat diteliti lebih dalam apakah ada perbedaan antara mahasiswa tiap-tiap jurusan dalam menggunakan jasa Buka Buku; 4) Pada penelitian ini, pandangan-pandangan narasumber terhadap bimbingan belajar tidak selamanya positif. Ada narasumber menganggap mereka butuh belajar lebih, tetapi merasa tidak perlu untuk langsung menggunakan jasa bimbingan belajar. Seharusnya dapat dieksplorasi lebih mahasiswa yang seperti itu mengapa beralasan demikian, dan apakah pengaruhnya besar atau

tidak; 5) Pada penelitian ini tidak meneliti tentang retensi mahasiswa yang terus menerus menggunakan jasa Buka Buku. Faktor apa saja yang lebih mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan jasa Buka Buku di kemudian hari; 6) Narasumber dalam penelitian ini masih tergolong sedikit. Apabila melihat pada jumlah mahasiswa yang mengikuti bimbingan belajar Buka Buku dengan narasumber yang diwawancara, jauh sekali perbedaannya. Karena keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti, maka hanya dapat mewawancarai sembilan narasumber. Seharusnya dapat dilakukan wawancara pada narasumber dengan jumlah yang lebih banyak agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi, dan lebih dapat mewakili setiap golongan mahasiswa yang ada; 7) Pada penelitian ini, peneliti hanya melakukan satu kali wawancara kepada setiap narasumber. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, dapat dilakukan wawancara lebih dari satu kali pada tiap narasumber untuk menggali terus informasi dan mencocokkan keadaan yang sebenarnya dengan apa yang sedang diteliti; 8) Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan studi kasus. Mungkin bila menggunakan pendekatan lain yang lebih cocok untuk fenomena pada penelitian ini, dapat dihasilkan hasil yang lebih baik. Bisa juga dengan menggabungkan pendekatan studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang lain.

### Saran Penelitian

Adapun saran-saran yang dapat dipertimbangkan dalam agenda penelitian selanjutnya: 1) Pada penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan memiliki narasumber yang lebih banyak. Sehingga dapat mewakili lebih banyak golongan mahasiswa serta mendapatkan hasil yang lebih baik dan jelas; 2) Pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat menambah narasumber dari internal tim Buka Buku selain tenaga pengajar, agar mendapatkan persepsi lain tentang perilaku mahasiswa yang lebih detail; 3) Pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat melakukan wawancara lebih dari satu kali pada setiap narasumber. Hal ini berguna bagi peneliti untuk dapat menggali informasi lebih banyak lagi; 4) Pada penelitian selanjutnya, jawaban-jawaban narasumber yang belum tereksplorasi dapat digunakan dengan menggunakan tema penelitian baru agar lebih terlihat bagaimana perilaku mahasiswa dan pengaruh-pengaruh lain terhadap gaya belajar dan keputusan pembelian mereka; 5) Dalam menentukan variabel penelitian, alangkah lebih baiknya jika memiliki landasan teori lebih dari satu. Sehingga dapat dibandingkan teori perilaku konsumen yang satu dengan yang lainnya. Hal ini berguna untuk memperkuat variabel yang digunakan dalam penelitian selanjutnya; 6) Pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat menggunakan pendekatan kualitatif yang lain atau dapat menggabungkan pendekatan tersebut. Contohnya adalah pendekatan etnografi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan lebih jelas, karena peneliti benar-benar merasakan apa yang terjadi.

### REFERENSI

- Achmat, Zakarija. 2010. *Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan?.* Diunduh pada tanggal 24 Januari 2017. Tersedia di <http://zakarija.staff.umm.ac.id>.
- Ajzen, Icek. 1991. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes.* Vol 50: 179-211.
- Ajzen, Icek. 2005. *Attitudes, Personality, and Behavior.* United Kingdom: Mc-Graw Hill.
- Ariely, Dan. 2013. *Irrational Consumer: Perilaku Irasional yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan.* Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Blackwell, Roger D., Paul W. Miniard, James F. Engel, Pai Di-Ching, Norjaya Mohd. Yasin, Wan Jooria Hood. 2012. *Consumer Behavior.* Singapore: Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Daymon, Christine dan Immy Holloway. 2008. *Metode-Metode Riset Kualitatif: Dalam Public Relations & Marketing Communications.* Yogyakarta: Bentang.
- Denzin, Norman dan Yvonna S. Lincoln. 1994. *Handbook of Qualitative Research.* California: SAGE Publications, Inc.
- Dillard, James Prince, dan Michael Pfau. 2002. *The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice.* California: SAGE Publications, Inc.
- Emzir. 2011. *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Rajawali Press.
- Fishbein, Martin. 2008. A Reasoned Action Approach to Health Promotion. *Medical Decision Making.* Vol 28: 834-844.



- Fishbein, Martin dan Icek Ajzen. 2011. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned-Action Approach*. New York: Psychology Press.
- Han, Heesup, Li-Tzang (Jane) Hsu, Chwen Sheu. 2010. Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*. Vol 31: 325-344.
- Hawkins, Del I., et al. 2007. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw Hill.
- Ifinedo, Princely. 2012. Understanding information systems security policy compliance: An integration of the theory of planned behavior and the protection motivation theory. *Computers and Security*. Vol 31: 83-95.
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. 2016. *METODOLOGI PENELITIAN: Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan (Revisi)*. Bandung: Refika Aditama.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research & Evaluation Methods: Third Edition*. California: Sage Publications, Inc.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, Nusa. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Quintal, Vanessa Ann, Julie Anne Lee, Geoffrey N. Soutar. 2010. Risk, uncertainty, and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*. Vol 31: 797-805.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior: Tenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Southey, Gregory. 2011. The Theories of Reasoned Action and Planned Behaviour Applied to Business Decisions: A Selective Annotated Bibliography. *New Business Ideas and Trends*. Vol 9 (1): 43-50.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Trafimow, David. 2009. The Theory of Reasoned Action: A Case Study of Falsification in Psychology. *Theory and Psychology*. Vol 19 (4): 501-518.
- Yazan, Bedrettin. 2015. Three Approaches to Case Study Methods in Education: Yin, Merriam, and Stake. *The Qualitative Report*. Vol 20 (2): 134-152.
- Yin, Robert K. 1996. *Case Study Research: Design and Methods Second Edition*. London: SAGE Publications, Ltd.
- Yin, Robert K. 1999. Enhancing the Quality of Case Studies in Health Services Research. *HSR: Health Services Research*. Vol 34: 5 part II.