

Analisis Pengaruh Promosi, Biaya Studi, Fasilitas Perkuliahan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Kuliah Di Sekolah Tinggi Teknik Surabaya

Kelvin

Sekolah Tinggi Teknik Surabaya

Email : kelvin@stts.edu

ABSTRACT

Keputusan siswa dalam melanjutkan pendidikan ke pendidikan tinggi dihadapi oleh banyak pertimbangan, seperti tingkat pendidikan, jenis kursus, dan berbagai hal lainnya. Menurut Indrajit ada lima dimensi yang harus dipertimbangkan, dimensi ilmiah, dimensi pendidikan, dimensi sosial, dimensi dimensi korporasi dan etika. Sekolah Tinggi Teknik Surabaya (STTS) adalah salah satu universitas di Surabaya yang berusaha memberikan pendidikan terbaik di bidang teknologi dan desain. Dalam hal ini, STTS ingin mengetahui hal-hal menjadi pertimbangan dalam memutuskan untuk belajar di STTS, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel promosi, biaya studi, kuliah, dan kualitas layanan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di STTS. Analisis dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada siswa untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi keputusan untuk kuliah di STTS. Hasil kuesioner kemudian dianalisis dengan metode statistik untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel. Metode analisis yang digunakan adalah regresi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel promosi, biaya studi, kuliah, dan kualitas layanan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan siswa untuk belajar di STTS. Selain itu, diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah biaya penelitian dengan koefisien 0,451..

Kata Kunci : promosi, biaya studi, kuliah, kualitas layanan, keputusan mahasiswa

PENDAHULUAN

Calon mahasiswa akan dihadapkan pada beragam pilihan perguruan tinggi, jenjang pendidikannya, hingga pilihan berbagai macam program studi. Selain itu, juga akan dihadapkan pada begitu banyaknya pertimbangan yang harus dipikirkan. Indrajit (2006:36) mengemukakan ada 5 dimensi makna perguruan tinggi atau institusi di bidang pendidikan, yaitu : dimensi keilmuan (ilmu dan teknologi), dimensi pendidikan (pendidikan tinggi), dimensi sosial (kehidupan masyarakat), dimensi korporasi (satuan pendidikan dan penyelenggaraan), dan dimensi etis. Globalisasi tidak hanya menyangkut dan berdampak pada bidang ekonomi, tetapi hampir pada seluruh elemen kehidupan manusia. Bagi dunia pendidikan di Indonesia globalisasi tidak hanya memiliki dimensi arus domestik akan tetapi juga dimensi global. Dari segi dimensi domestik, globalisasi ini memberi peluang dan tantangan yang positif bagi semua perguruan tinggi, terutama dalam hal upaya peningkatan mutu yang berkualitas dan memiliki daya saing.

STTS berusaha untuk selalu menghasilkan output dengan kompetensi yang baik dan sesuai dengan standar mutu yang baik dengan memberikan pendidikan yang berkualitas, fasilitas yang memadai, kurikulum yang sesuai dengan kondisi perkembangan jaman. Hal inilah yang menjadikan citra STTS khususnya di dunia kerja dan usaha cukup baik, sehingga mendapat predikat secara lisan sebagai kampus swasta berbasis teknologi terbaik di Jawa Timur. Banyak strategi yang dilakukan STTS untuk

dapat meningkatkan jumlah mahasiswa baru, antara lain dengan mengikuti pameran, pelatihan ke SMA/K, pemasangan iklan di berbagai media cetak, publikasi karya mahasiswa, hingga penawaran beasiswa yang menarik, namun kondisi yang terjadi 5 tahun terakhir adalah peningkatan jumlah mahasiswa baru tidak signifikan dan tidak konsisten, dengan jumlah peningkatan jika dirata-rata kurang dari 10%. Tidak konsistennya jumlah mahasiswa yang mendaftar, mengindikasikan bahwa terdapat masalah dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya di STTS. Berdasarkan konsep yang ada suatu masalah timbul apabila keadaan ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diketahui bahwa banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi, antara lain citra dari perguruan tinggi, promosi, biaya studi, fasilitas dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengambil tema penelitian “Analisis pengaruh citra, promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa untuk kuliah di Sekolah Tinggi Teknik Surabaya”.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2005:898), promosi adalah perkenalan dalam rangka memajukan usaha dagang. Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk. Sedangkan menurut Swastha (2009:237) promosi dapat diartikan sebagai arus informasi satu arah yang diciptakan untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Lupiyoadi (2006:120) promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Dari berbagai definisi tersebut, penulis menarik satu pengertian bahwa promosi adalah komunikasi yang dilakukan oleh penyedia produk atau jasa kepada pasar untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan dan memiliki sifat membujuk dan mempengaruhi agar meyakinkan calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan.

Menurut Supriyono (2000) biaya adalah pengorbanan ekonomis yang dibuat untuk memperoleh barang atau jasa. Biaya secara bahasa dapat diartikan sebagai pengeluaran, dan dalam istilah ekonomi biaya/pengeluaran dapat berupa uang atau bentuk moneter lainnya.

Sedangkan secara spesifik mengenai definisi biaya studi, Supriadi (2010:3) menyatakan bahwa biaya pendidikan merupakan salah satu komponen masukan instrumental (instrumental input) yang sangat penting dalam penyelenggaraan pendidikan. Biaya (cost) dalam pengertian ini memiliki cakupan yang luas, yakni semua jenis pengeluaran yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan, baik dalam bentuk uang maupun barang dan tenaga yang dapat dihargakan dengan uang.

Dari berbagai definisi tersebut, penulis berpendapat bahwa biaya studi adalah pengorbanan ekonomis yang dilakukan konsumen untuk dapat memperoleh pendidikan

yang diharapkan, dimana pengorbanan ekonomis tersebut akan digunakan penyelenggara pendidikan untuk mengelola dan menyelenggarakan pendidikan.

Definisi fasilitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi, fasilitas sosial disediakan oleh pemerintah atau swasta untuk masyarakat. Sedangkan menurut Sulastiyono (2006:86) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktifitas-aktifitas sehingga kebutuhan konsumen dapat dipenuhi.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Kotler (2009: 45) menyatakan fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Sedangkan Menurut Lupioadi, (2008: 148) Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang, ruang tempat kerja.

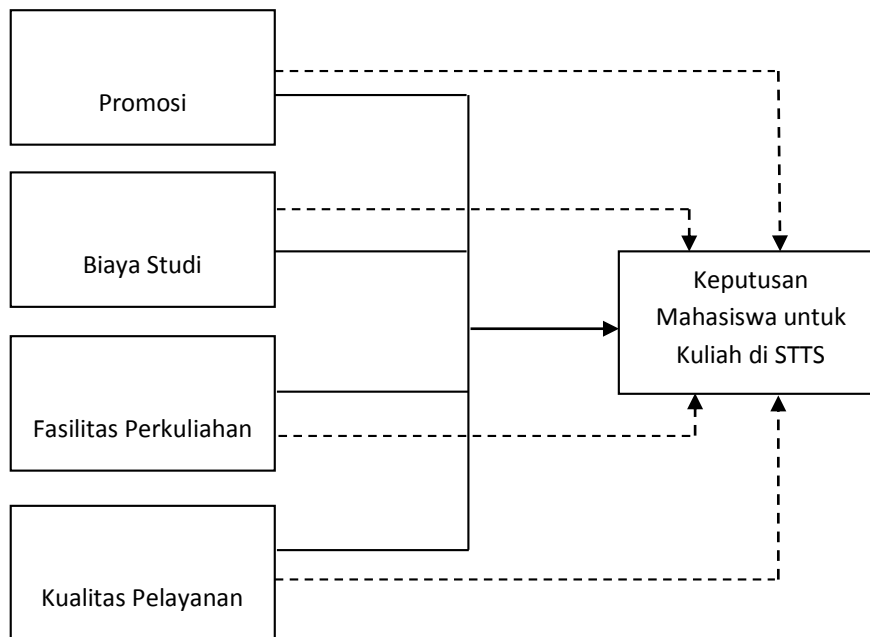
Dari berbagai definisi dapat ditarik satu definisi mengenai fasilitas pendidikan adalah segala bentuk perlengkapan fisik yang harus dimiliki oleh perguruan tinggi untuk memenuhi dan mendukung kegiatan belajar mengajarnya. Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan jasa sangat mempengaruhi keputusan konsumen, karena erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Keeratan hubungan tersebut dapat dilihat dari kecenderungan yang tampak pada pasar produk sekarang ini, dimana konsumen memiliki keinginan agar produk memiliki fasilitas yang lengkap (Sutiono, 2000).

Menurut Crosby dalam Nasution (2004:41) kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan, bila suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan dengan meliputi bahan baku, proses produksi, dan produk jadi. Garvin dalam Nasution (2004:41) menyatakan, bahwa kualitas adalah kondisi dinamis lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau pelanggan. Perguruan tinggi yang berkualitas adalah yang memiliki proses pembelajaran dan mampu menjamin tercapainya capaian pembelajaran melebihi dari standar yang telah ditetapkan (Alimudin, A.,2017).

Pelayanan yaitu setiap kegiatan yang manfaatnya dapat diberikan dari satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud (intangible) dan tidak berakibat pemilikan sesuatu (Kotler, 1985:352). Definisi dari pelayanan itu sendiri menurut Sugiarto (2002:216) adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan. Cravens (1998:23) mengungkapkan pengertian pelayanan yaitu upaya dalam memenuhi permohonan untuk menspesifikasikan produk-produk seperti data kinerja, permohonan untuk rincian, pemrosesan pesanan pembelian, penyelidikan status pesanan, dan layanan garansi. Pelayanan sering disebut sebagai jasa yang diberikan oleh perusahaan, artinya bahwa adanya suatu perbuatan yang dilaksanakan suatu pihak terhadap pihak lain (Tunggal, 1996:235). Pelayanan merupakan inti dari strategi bersaing, karena melalui peningkatan kepuasan layanan kepada mahasiswa menjadikan mahasiswa sebagai pelanggan akan menyampaikan kepada calon mahasiswa dan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka untuk memilih kampus (Alimudin, A.,2017).

Berbagai definisi telah diuraikan diatas bisa ditarik kesimpulan pengertian dari kualitas pelayanan yaitu segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan penyedia jasa atau produk dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan pelanggan.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra, promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan mahasiswa untuk kuliah di Sekolah Tinggi Teknik Surabaya.



Dari kajian di atas tersebut menunjukkan adanya hubungan antar variabel, maka dapat ditarik hipotesis dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS.
2. Biaya studi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS.
3. Fasilitas perkuliahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS.

Promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kuantitatif asosiatif, dimana data yang digunakan merupakan hasil dari kuisioner yang diangkakan. Hasil dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis pengaruh dari variabel bebas (promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel tergantung (minat mahasiswa untuk kuliah di STTS).

Dalam penelitian ini responden berjumlah 83 mahasiswa, yang tersebar dari berbagai jurusan dengan jenjang strata 1 berdasarkan *proportional cluster random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner dan diisi secara langsung oleh responden. Penentuan responden berdasarkan angkatan kuliah, dimana angkatan kuliah yang dijadikan responden adalah angkatan 2014/2015, dengan alasan ingatan angkatan tersebut terhadap alasan mereka ketika memilih masuk kuliah di Sekolah Tinggi Teknik Surabaya masih sangat jelas. Berikut adalah tabel profil responden berdasarkan jurusan dan jenis kelamin.

Jurusan	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
S1 Teknik Informatika	40	2	42
S1 Sistem Informasi Bisnis	16	2	18
S1 Teknk Industri	5	0	5
S1 Teknik Elektro	4	0	4
S1 Desain Komunikasi Visual	6	4	10
S1 Desain Produk	3	1	4
Jumlah	74	9	83

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisa kuantitatif Regresi Linier Berganda, di mana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas pelayanan adalah dengan menggunakan analisis regresi. Regresi berguna dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program *statistic SPSS for windows* untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya, setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, Analisis data yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, uji heterokedasitas, uji linearitas, analisis regresi berganda, uji t, dan uji F dengan menggunakan bantuan program statistic SPSS versi 16.0 dimana hasil

analisis data akan menunjukkan seberapa besar variabel promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.181	.332		.545	.587		
X1_Promosi	.240	.083	.240	2.912	.005	.802	1.247
X2_BiayaStudi	.372	.063	.451	5.883	.000	.926	1.080
X3_FasilitasPerkuliahan	.304	.066	.346	4.567	.000	.946	1.058
X4_KualitasPelayanan	.173	.077	.189	2.236	.028	.761	1.314

a. Dependent Variable:
Y_KeputusanKuliah

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS, dapat diketahui persamaan regresi untuk variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.240 X_1 + 0.451 X_2 + 0.346 X_3 + 0.189 X_4$$

Dimana:

- Y : Keputusan memilih kuliah di STTS
- X₁ : Promosi
- X₂ : Biaya Studi
- X₃ : Fasilitas Perkuliahan
- X₄ : Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling mempengaruhi keputusan memilih kuliah di STTS adalah biaya studi dengan nilai koefisien sebesar 0.451. Variabel yang mempengaruhi terbesar kedua adalah variabel fasilitas perkuliahan dengan nilai koefisien sebesar 0.346. sedangkan dua variabel lainnya yaitu promosi dan kualitas pelayanan masing-masing mempengaruhi dengan nilai koefisiensi 0.240 dan 0.189. Nilai koefisiensi dari masing-masing variabel bebas menunjukkan bahwa promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di STTS, hal ini memiliki arti bahwa dengan meningkatnya persepsi responden tentang promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan dan kualitas pelayanan maka akan berpengaruh pada meningkatnya keputusan untuk memilih kuliah di STTS.

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel bebas. Berikut adalah hasil koefisiensi determinasi yang diperoleh untuk penelitian ini.

Tabel 2. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
-------	---	----------	-------------------	----------------------------	---------------

1	.759 ^a	.576	.554	.27763	2.091
---	-------------------	------	------	--------	-------

a. Predictors: (Constant), X4_KualitasPelayanan, X3_FasilitasPerkuliahan, X2_BiayaStudi, X1_Promosi

b. Dependent Variable: Y_KeputusanKuliah

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa besarnya *adjusted R²* adalah sebesar 0.554, angka ini berarti 55.4% variasi dari keputusan kuliah di STTS dapat dijelaskan dari empat variabel bebas yaitu promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 44.6% dijelaskan oleh sebab-sebab lainnya di luar model penelitian ini.

Uji F berguna untuk menunjukkan apakah variabel bebas yang digunakan dalam model penelitian secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Berikut adalah tabel hasil uji F dengan menggunakan program SPSS.

Tabel 3. Uji ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.175	4	2.044	26.513	.000 ^a
	Residual	6.012	78	.077		
	Total	14.187	82			

a. Predictors: (Constant), X4_KualitasPelayanan, X3_FasilitasPerkuliahan, X2_BiayaStudi, X1_Promosi

b. Dependent Variable: Y_KeputusanKuliah

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa hasil dari uji statistik F didapatkan nilai F hitung sebesar 26.513 dengan nilai signifikan 0.000. sedangkan nilai Ftabel diketahui sebesar 2.94. Jika nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel dan signifikansi di bawah 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STTS.

Uji t berguna untuk menunjukkan seberapa jauh setiap variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut adalah tabel 1. hasil uji t dengan SPSS. Dari tabel 1 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel bebas memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0.05. Hal ini berarti bahwa masing-masing variabel bebas (promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STTS. Berikut ini penjelasan perhitungan uji t untuk masing-masing variabel:

1. Variabel Promosi

Hasil uji t pada variabel promosi memperoleh t hitung sebesar 2.912 dan nilai signifikansi sebesar 0.005. T hitung lebih besar nilainya dari t tabel yaitu sebesar 1.991 dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka dapat diketahui bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STTS.

2. Variabel Biaya Studi

Hasil uji t pada variabel biaya studi memperoleh t hitung sebesar 5.883 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. T hitung lebih besar nilainya dari t tabel yaitu sebesar 1.991 dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka dapat diketahui bahwa

variabel biaya studi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STTS.

3. Variabel Fasilitas Perkuliahan

Hasil uji t pada variabel fasilitas perkuliahan memperoleh t hitung sebesar 4.567 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. T hitung lebih besar nilainya dari t tabel yaitu sebesar 1.991 dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka dapat diketahui bahwa variabel fasilitas perkuliahan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STTS.

4. Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan memperoleh t hitung sebesar 2.236 dan nilai signifikansi sebesar 0.028. T hitung lebih besar nilainya dari t tabel yaitu sebesar 1.991 dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa kuliah di STTS

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini mencapai kesimpulan. Berikut adalah kesimpulan untuk lima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini:

1. Variabel promosi berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan yaitu “promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS” maka hipotesis tersebut dinyatakan diterima. Hal ini memiliki makna bahwa semakin tinggi intensitas promosi STTS baik di media massa maupun *direct promotion* akan meningkatkan keputusan mahasiswa kuliah di STTS,
2. Variabel biaya studi berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan “biaya studi berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS” maka hipotesis tersebut dinyatakan diterima. Hal ini memiliki makna bahwa semakin kompetitif biaya studi yang ditetapkan oleh STTS, akan meningkatkan keputusan mahasiswa kuliah di STTS.
3. Variabel fasilitas perkuliahan berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan “fasilitas perkuliahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS” maka hipotesis tersebut dinyatakan diterima. Hal ini bermakna bahwa peningkatan fasilitas perkuliahan di STTS supaya lebih memadai dan lengkap berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan mahasiswa kuliah di STTS.
4. Variabel kualitas pelayanan berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan yaitu “kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS” maka dinyatakan diterima. Hal ini bermakna bahwa peningkatan dalam hal kualitas pelayanan agar lebih baik yang dilakukan STTS akan berdampak meningkatnya keputusan mahasiswa kuliah di STTS.
5. Variabel promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, kualitas pelayanan berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan “promosi, biaya studi, fasilitas perkuliahan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk kuliah di STTS” maka dinyatakan diterima. Hal ini bermakna bahwa keempat variabel tersebut secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa kuliah. Peningkatan yang lebih baik pada keempat variabel tersebut secara bersama-sama yang dilakukan STTS akan meningkatkan keputusan mahasiswa kuliah di STTS.

Saran

Adapun saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian ini bagi STTS, dari variabel promosi STTS perlu meningkatkan promosi khususnya di media massa baik melalui iklan maupun publikasi dan tentunya konten yang disampaikan harus menarik. Sedangkan dalam hal biaya studi, STTS perlu mengkaji ulang dalam penentuan biaya masuk USP dan uang kuliah per semester agar lebih kompetitif.

Dari segi fasilitas, STTS harus terus melakukan pembaharuan khususnya di sektor tampilan fisik, dan juga kelengkapan fasilitas pendukung, karena STTS merupakan kampus teknologi yang perlu selalu mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Sedangkan dari segi kualitas pelayanan, hal yang perlu ditingkatkan adalah kesigapan tenaga pendidik dalam hal membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh mahasiswa. Diharapkan saran ini dapat memberikan dampak positif bagi STTS khususnya dalam meningkatkan keputusan mahasiswa kuliah di STTS.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A. (2017). Model of Customer Value Approach for Improving Satisfaction of the Hospital Patients. *SINERGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 7(2).
- Alimudin, A. (2017). Strategi Membangun Capaian Pembelajaran Mahasiswa Melalui Internalisasi Nilai-Nilai Perguruan Tinggi. *Dirāsāt: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, 3(1), 64-80.
- Assael, Henry (1987). *Customer Behavior & Marketing Actin*. Edisi Ketiga. Boston. Kent Publishing Company.
- Basu, Swastha (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta. BPFE.
- Buchari, Alma (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Ferdinand, Agusty (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Undip.
- Indrajit, R.Eko dan R. Djoko Pranoto (2006). *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Iriyanto, Setia. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Mahasiswa Baru dan Analisis Promosi Mix di Perguruan Tinggi Muhammadiyah Semarang*. Jurnal Unimus.
- Kevin Lane Keller (2003). *Strategic Brand Manajemen*, Second Edition, Prentice Hall.
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 (Edisi Kesebelas). Jakarta. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 (Edisi Keduabelas). Jakarta. Penerbit Indeks.
- Kurniawati, Dyah (2013). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Katolik Widya Mandala Madiun*. Jurnal Widya Warta No.1.
- Lupiyoadi, Hamdani (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat
- Lupiyoadi, Hamdani (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta. Penerbit Salemba Empat

- Maknunah, Jauharul. *Pengaruh Biaya Pendidikan dan Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Mahasiswa di STMIK PPKIA PRADNYA PARAMITA Malang*. Jurnal Dinamika Dotcom Vol. 4 No. 1.
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta. PT Ghalia Indonesia.
- Sadat, Andi M. (2009). *Brand Belief*. Jakarta. Salemba empat.
- Satryo, Soemantri (2013). *Mengatasi deficit sarjana teknik*. (www.inspirasi-insinyur.com/2013/01/mengatasi-defisit-sarjana-teknik, diakses pada 7 Mei 2014)
- Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5). Jakarta. Erlangga.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (1999). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2004). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta. Andi Offset.
- Umi Kalsum, Eka (2010). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Medan*. Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu Vol. 3 No.1.