



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 8828-8842
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan Dan Lokasi Kampus Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi S1 Manajemen Feb UKSW

Mei Monika Asri^{1✉}, Annie Susanto²

Manajemen, FEB, Universitas Kristen Satya Wacana

Email: 212017609@student.uksw.edu^{1✉}

Abstrak

Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW, mengalami penurunan jumlah mahasiswa baru dalam jangka waktu 3 tahun terakhir. Hal ini mengindikasikan adanya persoalan terkait keputusan mahasiswa memilih Program Studi S1 Manajemen. Untuk itu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan dan Lokasi Kampus baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana data yang digunakan adalah data primer. Data diperoleh dari survei menggunakan alat bantu berupa kuesioner yang sudah divalidasi dan diuji reliabilitasnya. Analisis data menggunakan teknik deskriptif kuantitatif. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hipotesis penelitian ini diuji dengan Uji F dan Uji T. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda melalui Uji F, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,050 yang berarti variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, dan Lokasi Kampus secara bersama-sama mempengaruhi keputusan memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Nilai R Square adalah sebesar 0,719 memperlihatkan keputusan memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW, sebesar 71,9% dijelaskan oleh perubahan variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, dan Lokasi Kampus, serta sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Hasil Uji T menunjukkan bahwa semua variabel dependen, memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,050 sehingga dapat disimpulkan variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, maupun Lokasi Kampus secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW.

Kata Kunci : *Keputusan pembelian, promosi, kualitas program studi, biaya pendidikan, lokasi kampus*

Abstract

The S1 Management Study Program at FEB UKSW has experienced a decline in the number of new students over the past 3 years. This indicates issues related to students' decisions in choosing the S1 Management Study Program. Therefore, a study was conducted with the aim of determining the influence of Promotion, Quality of Study Programs, Tuition Fees, and Campus Location, both partially and simultaneously, on students' decisions to choose the S1 Management Study Program at FEB UKSW. This study employs quantitative methods, utilizing primary data collected through surveys using a validated questionnaire tested for reliability. Data analysis was performed using quantitative descriptive techniques. Classical assumption tests employed in this study include normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests. The hypotheses of this study were tested using the F Test and T Test. Based on the results of multiple regression analysis through the F Test, it can be observed that the significance value is 0.000, or less than 0.050, indicating that the variables of Promotion, Study Program Quality, Tuition Fees, and Campus Location collectively influence the decision to choose the FEB UKSW Management Undergraduate Study Program. The R Square value is 0.719, demonstrating that 71.9% of the decision to choose the FEB UKSW Management Undergraduate Study Program is explained by changes in the Promotion, Study Program Quality, Tuition Fees, and Campus Location variables, with the remaining influenced by unexamined variables. The T test results indicate that all dependent variables have a significance value of less than 0.050. Consequently, it can be concluded that the variables of Promotion, Quality of Study Programs, Tuition Fees, and Campus Location partially affect the decision to choose the Management Undergraduate Study Program at FEB UKSW.

Keyword: Purchasing decisions, promotions, quality of study programs, tuition fees, college location

PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan salah satu komponen terpenting bagi perguruan tinggi (Basuki, 2023). Bagi perguruan tinggi swasta, keberadaan mahasiswa akan sangat berpengaruh terhadap kegiatan operasionalnya karena jumlah mahasiswa pada suatu perguruan tinggi swasta, akan menentukan seberapa besar pendapatan yang diperoleh (Prasetyaningrum & Marlina, 2020). Hal ini disebabkan karena bagi perguruan tinggi swasta, mahasiswa merupakan sumber pendapatan utama, walaupun bukan yang satu-satunya. Pentingnya mahasiswa bagi perguruan tinggi swasta ini, menuntut setiap perguruan tinggi swasta untuk dapat menentukan strategi agar dapat memperoleh mahasiswa sesuai dengan kapasitas dan targetnya.

Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) yang merupakan salah satu perguruan tinggi swasta terkemuka di Jawa Tengah, memiliki perhatian terhadap bagaimana memperoleh jumlah mahasiswa (Suharyadi, 2012). Berdasarkan hasil pengamatan, terdapat aktivitas

promosi yang dilakukan oleh UKSW melalui berbagai media, seperti melalui media sosial (Instagram), sosialisasi ke sekolah-sekolah, iklan di media cetak, iklan di radio dan sosialisasi ke gereja-gereja (<https://www.uksw.edu>). UKSW yang terdiri dari 14 fakultas dan 61 program studi (<https://shorturl.at/atRST>) terus berupaya agar jumlah mahasiswa setiap program studi dapat terpenuhi sesuai kapasitas daya tampung masing-masing program studi. Salah satu program studi yang ada di UKSW adalah Program Studi S1 Manajemen yang ada di bawah pengelolaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB). Sesuai dengan data yang tersaji pada laman PDDIKTI, jumlah mahasiswa aktif Program Studi S1 Manajemen pada tahun 2022-2023 adalah sebanyak 1.314 orang mahasiswa. Program Studi S1 Manajemen mengalami tren penurunan jumlah mahasiswa baru selama beberapa tahun terakhir. Tren penurunan jumlah mahasiswa Program Studi S1 Manajemen ditunjukkan pada grafik berikut:

Berdasarkan data DAK Universitas Kristen Satya Wacana, Tren penurunan jumlah mahasiswa Program Studi S1 Manajemen terjadi mulai tahun 2020 hingga tahun 2023. Terjadi penurunan sebesar 20,77% pada tahun 2021, 20,98% pada tahun 2022 dan 8,97% pada tahun 2023. Penurunan jumlah mahasiswa baru menunjukkan bahwa semakin sedikit orang yang mengambil keputusan untuk memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW sebagai lembaga pendidikan bagi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat indikasi persoalan keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam proses pemilihan Program Studi S1 Manajemen. Program Studi S1 Manajemen perlu mengidentifikasi faktor-faktor tersebut agar dapat ditetapkan strategi pemasaran yang tepat.

Pada aspek promosi, tampak beberapa upaya yang dilakukan oleh UKSW secara umum dan FEB secara khusus dalam mempromosikan Program Studi S1 Manajemen. Terkait dengan aspek kualitas program studi, saat ini Program Studi S1 Manajemen telah Terakreditasi Unggul. Selain itu, kualitas Program Studi S1 Manajemen juga ditunjukkan dengan adanya dosen-dosen yang sebagian besar telah berpendidikan Doktor, dan terdapat pula beberapa Profesor yang mengajar di Program Studi S1 Manajemen. Sarana-prasarana yang dimiliki oleh Program Studi S1 Manajemen sudah berbasis sistem informasi dan sarana prasarana fisik yang lengkap dan mutakhir.

Terkait dengan aspek biaya pendidikan, Program Studi S1 Manajemen telah menetapkan biaya pendidikan yang harus dibayarkan oleh mahasiswa, baik dalam bentuk uang sumbangan, biaya kuliah per semester hingga harga untuk setiap sks. Selain ketersediaan beasiswa bagi mahasiswa berprestasi dan kurang mampu, Program Studi S1 Manajemen juga memiliki layanan dispensasi waktu pembayaran uang kuliah sebagai salah satu atribut dalam satu kesatuan komponen biaya pendidikan. Aspek lokasi kampus juga

menjadi hal yang diperhatikan oleh calon mahasiswa. Dalam kaitannya dengan Program Studi S1 Manajemen, lokasi kampus yang digunakan adalah di kampus utama UKSW, yang terletak di Jl. Diponegoro Salatiga, yang merupakan salah satu jalan utama di Kota Salatiga. Lokasi kampus yang digunakan oleh Program Studi S1 Manajemen memiliki akses transportasi yang mudah, baik dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun dengan kendaraan umum.

Meskipun aspek-aspek bauran pemasaran telah diperhatikan dengan baik oleh Program Studi S1 Manajemen, namun jumlah mahasiswa selama 4 tahun terakhir mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian tentang sejauh mana Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan dan Lokasi Kampus mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW sebagai lembaga pendidikan yang dipercaya menjadi tempat pendidikan bagi masyarakat. Pengaruh Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan dan Lokasi Kampus secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan dan Lokasi Kampus baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Program Studi S1 Manajemen secara khusus, dan UKSW pada umumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer hasil pengumpulan data melalui kuesioner. Pengumpulan data menggunakan teknik survei, dimana peneliti akan memberikan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertutup untuk dijawab para responden. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang sebelum digunakan telah diuji validitas (menggunakan Uji korelasi product moment) dan reliabilitasnya (menggunakan uji Alpha Cronbach). Responden penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW yang dipilih secara random berdasarkan rumus penetapan jumlah sampling yang dikemukakan oleh Taro Yamane (Riduwan, 2015). Dengan jumlah populasi sebanyak 1.314 orang (Jumlah mahasiswa Aktif Prodi S1 Manajemen pada Semester Ganjil Tahun 2023-2024 yang terdaftar di PDDIKTI) dan toleransi kesalahan sebesar 5%, maka jumlah sampel penelitian ini adalah sebanyak 307 orang. Analisis data menggunakan teknis deskriptif. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis penelitian menggunakan Uji T dan Uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Profil Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW yang masih aktif berkuliah dengan jumlah sebanyak 310 mahasiswa. Rata-rata usia responden adalah 20,4 tahun. Dari 310 responden, sebanyak 181 (58,39%) responden berjenis kelamin perempuan dan 129 (41,61%) responden berjenis kelamin laki-laki. Sebanyak 114 (36,77%) responden berasal dari Kota Salatiga dan Kabupaten Semarang, sementara sisanya sebanyak 196 (63,23%) berasal dari luar daerah tersebut. Responden mendapatkan informasi tentang S1 Manajemen FEB UKSW dari Website FEB UKSW, Brosur yang dibagikan di sekolah dan alumni.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

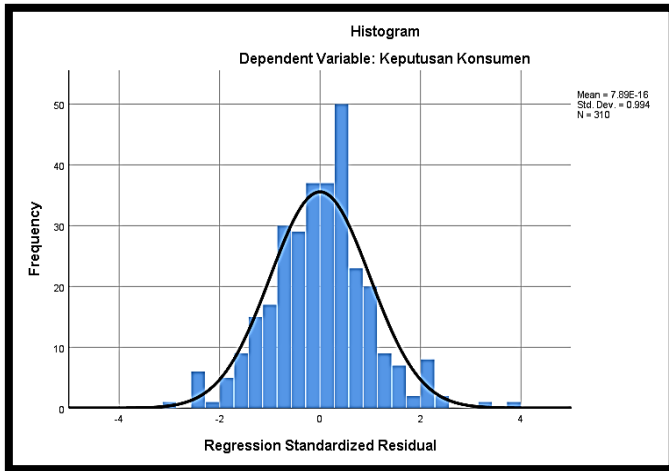
Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan menggunakan rumus Product Moment Correlation dengan batas minimal kriteria valid nilai $r_{xy} \geq 0,300$ (Arikunto, 2006), diketahui bahwa nilai validitas semua butir instrumen lebih dari 0,300, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrumen valid sehingga menghasilkan data yang valid pula. Selain uji validitas, juga dilakukan uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas yang dihitung menggunakan rumus Alpha Cronbach, dengan kriteria instrumen yang reliabel jika nilai Alpha Chronbach nya lebih dari atau sama dengan 0,50 (Naga, 1992), menunjukkan bahwa nilai Alpha Chronbach adalah sebesar 0,965 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pengumpulan data merupakan instrumen yang reliabel sehingga data yang dihasilkan juga data yang reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

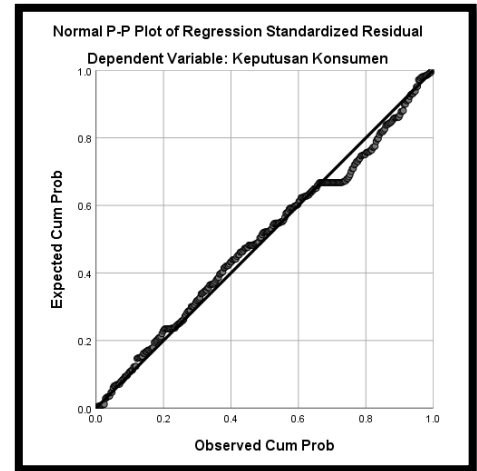
1) Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilaksanakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data juga menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (Tabel 1). Data yang berdistribusi normal adalah data dengan nilai Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,050. Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa nilai nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah sebesar 0,101 atau lebih besar dari 0,050. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini merupakan data yang berdistribusi normal dan memenuhi persyaratan untuk dilakukan regresi. Berdasarkan hasil pengujian, tampak pada Gambar 1. menunjukkan bahwa data dengan variabel dependen keputusan konsumen memiliki distribusi normal. Pengujian penggunaan Normal P-P Plot of

Regretion (Gambar 2) juga menunjukkan bahwa data penelitian memiliki distribusi normal yang ditunjukkan dengan terbentuknya garis diagonal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		310
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70698187
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.037
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.101
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction.		

2) Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilaksanakan untuk mengetahui apakah data memiliki gejala Multikolinearitas. Hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1(Constant)	6.319	1.134		5.574	.000		
Promosi	-.172	.048	-.245	-3.542	.000	.193	5.187
Kualitas Program Studi	-.103	.044	-.177	-2.376	.018	.167	6.000
Biaya Pendidikan	.351	.070	.384	5.014	.000	.157	6.378
Lokasi Kampus	.667	.037	.868	17.924	.000	.392	2.549

a. Dependent Variabel: Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai Tolerance lebih dari 0,100 dan VIF kurang dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinieritas sehingga memenuhi layak untuk dilakukan regresi.

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilaksanakan untuk mengetahui apakah terdapat gejala Heteroskedastisitas pada data penelitian. Hasil pengujian Heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	3.391	.724		4.682	.000
Promosi	.027	.031	.113	.876	.382
Kualitas Program Studi	-.006	.028	-.029	-.209	.835
Biaya Pendidikan	-.027	.045	-.088	-.615	.539
Lokasi Kampus	-.041	.024	-.157	-1.741	.083

a. Dependent Variabel: RES_2

Berdasarkan uji Heteroskedastisitas yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk semua variabel lebih dari 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas sehingga dapat dilakukan regresi.

4) Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji T dan Uji F. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Model Summary						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		
1	.848 ^a	.719	.715	1.718		
a. Predictors: (Constant), Lokasi Kampus, Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan						
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2304.159	4	576.040	195.135	.000 ^b
	Residual	900.360	305	2.952		
	Total	3204.519	309			
a. Dependent Variabel: Keputusan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Lokasi Kampus, Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan						
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.319	1.134		5.574	.000
	Promosi	-.172	.048	-.245	-3.542	.000
	Kualitas Program Studi	-.103	.044	-.177	-2.376	.018
	Biaya Pendidikan	.351	.070	.384	5.014	.000
	Lokasi Kampus	.667	.037	.868	17.924	.000
a. Dependent Variabel: Keputusan Konsumen						

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda ($Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$) melalui Uji F, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,050.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, dan Lokasi Kampus secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,050. Nilai R Square adalah sebesar 0,719 memperlihatkan keputusan memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW, sebesar 71,9% dijelaskan oleh perubahan variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, dan Lokasi Kampus, serta sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Pengujian secara parsial dilaksanakan menggunakan Uji T. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel dependen, baik variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, maupun Lokasi Kampus memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,050. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, maupun Lokasi Kampus secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW.

Pengaruh Promosi terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW

Hasil uji T menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan pada keputusan mahasiswa. Promosi memainkan peran penting dalam memicu tindakan konsumen, seperti yang diungkapkan oleh teori tindakan konsumen oleh Hawkins, Best & Coney (2019). Tingkat keterlibatan konsumen dan respons terhadap promosi memengaruhi keputusan pembelian (Petty & Cacioppo, 1986) (Zaichkowsky, 1985).

Rerata skor promosi sebesar 4,41 menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari informasi promosi yang diterima dan memiliki keinginan tinggi untuk tetap di Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Namun, ada ruang untuk meningkatkan promosi melalui media elektronik, yang belum mencapai optimalitasnya dibandingkan dengan media sosial. Evaluasi dan peningkatan kreativitas dalam promosi melalui media elektronik direkomendasikan.

Promosi efektif membantu meningkatkan kesadaran calon mahasiswa tentang keunggulan Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW, termasuk kurikulum, fasilitas, kualifikasi dosen, dan potensi karir. Citra positif, reputasi baik, serta informasi tentang fasilitas dan beasiswa dapat menjadi faktor penting dalam keputusan mahasiswa. Program promosi melibatkan testimoni dari alumni atau mahasiswa, memberikan keyakinan kepada calon mahasiswa bahwa program ini dapat memenuhi kebutuhan mereka (Aaker & Keller, 1990).

Promosi melalui platform online dan media sosial memiliki dampak besar pada era digital, memungkinkan interaksi langsung dengan calon mahasiswa dan memberikan informasi yang lebih mendalam. Sosial media FEB juga turut berperan dalam

mempromosikan Program Studi S1 Manajemen. Secara keseluruhan, promosi yang sesuai dan efektif dapat meningkatkan kepercayaan dan minat calon mahasiswa dalam memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Pengaruh Kualitas Program Studi terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW

Hasil Uji T menunjukkan bahwa kualitas Program Studi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, dengan nilai signifikansi sebesar 0,018, kurang dari 0,050. Temuan ini sejalan dengan pandangan Zeithaml, Bitner & Gremler (2018) yang menekankan bahwa kualitas produk merupakan faktor kunci dalam memengaruhi persepsi pelanggan dan kepuasan konsumen.

Kualitas produk, dalam konteks ini Program Studi, dianggap memengaruhi keputusan pembelian melalui pemenuhan atau melebihi harapan konsumen, sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Oliver (1977). Lebih lanjut, kontribusi kualitas produk terhadap nilai yang dirasakan oleh konsumen, seperti yang dijelaskan oleh Zeithaml, Parasuraman & Malhotra (2019), dapat memengaruhi keputusan pembelian.

Rerata skor kualitas Program Studi adalah 4,49, menunjukkan kepuasan calon mahasiswa terhadap Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Pernyataan tertinggi adalah mengenai pelibatan mahasiswa dalam proyek penelitian, menunjukkan pemahaman calon mahasiswa tentang pentingnya kemampuan penelitian dalam dunia kerja. Namun, perhatian terhadap kemutakhiran sarana prasarana perlu ditingkatkan, karena pernyataan terendah menunjukkan kurangnya kesadaran calon mahasiswa terhadap aspek ini. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk jasa akan mempengaruhi keputusan pembelian masa depan (Anderson, Fornell & Lehmann, 1994).

Peringkat akreditasi yang unggul dan kelengkapan sarana prasarana dapat menjadi faktor kunci dalam mempengaruhi keputusan calon mahasiswa. Kemampuan Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW untuk mempublikasikan pelibatan mahasiswa dalam penelitian dan meningkatkan kesadaran akan kemutakhiran sarana prasarana menjadi tantangan dan rekomendasi.

Selain itu, kualitas program studi tercermin dari kompetensi dosennya, kesuksesan alumni, dan jejak karir mereka. Alumni yang sukses menciptakan daya tarik bagi calon mahasiswa, dan informasi mengenai prestasi alumni dapat menjadi motivasi dalam memilih Program Studi. Keseluruhan, aspek kualitas program studi menciptakan gambaran positif, meningkatkan kepercayaan diri calon mahasiswa, dan memotivasi mereka untuk memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW

Hasil Uji T menunjukkan bahwa biaya pendidikan memiliki pengaruh signifikan

terhadap keputusan mahasiswa, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, kurang dari 0,050. Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap perbandingan antara biaya dan manfaat yang diperoleh, seperti yang diungkapkan oleh Monroe & Lee (2016).

Calon mahasiswa Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW memandang biaya pendidikan sebagai faktor penting dalam keputusan mereka. Persepsi terhadap harga dapat memengaruhi persepsi nilai dan keputusan pembelian, sejalan dengan penjelasan Suri & Monroe (2003). Faktor psikologis, seperti harga dianggap sebagai indikator kualitas produk jasa, juga berperan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas, sesuai dengan Zeithaml (1988).

Rerata skor biaya pendidikan adalah 4,45, dan calon mahasiswa mempertimbangkan besaran sumbangan pembangunan sebagai faktor utama dalam memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Kesadaran akan besaran sumbangan pembangunan menjadi penting, dan program studi perlu mengembangkan strategi keuangan yang meminimalkan beban finansial calon mahasiswa. Aspek ini khususnya signifikan bagi calon mahasiswa yang berasal dari luar daerah.

Ratchford (2001) menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketersediaan dana atau anggaran yang dimiliki konsumen. Pertimbangan terhadap biaya akomodasi tidak menjadi perhatian utama, namun tetap perlu dipertimbangkan dalam penetapan biaya pendidikan agar calon mahasiswa lebih mantap memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW. Program Studi perlu menyediakan informasi yang komprehensif tentang akomodasi dan biaya hidup di sekitar kampus. Harga yang diakhiri dengan angka ganjil atau menggunakan teknik pemasaran tertentu dapat memengaruhi keputusan pembelian (Thomas, Simon & Kadiyali, 2007).

Biaya pendidikan, termasuk sumbangan pembangunan, beban SKS, dan SPP, memberikan dampak signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa. Keseluruhan, Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW perlu mempertimbangkan strategi kebijakan dan fleksibilitas pembayaran, serta memberikan informasi terkait beasiswa dan bantuan keuangan. Kesesuaian antara biaya pendidikan dan manfaat yang diperoleh setelah lulus juga menjadi pertimbangan penting bagi calon mahasiswa. Pengaruh Lokasi Kampus terhadap keputusan mahasiswa memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW

Hasil Uji T menunjukkan bahwa variabel lokasi kampus memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, kurang dari 0,050. Temuan penelitian ini mendukung pandangan Kadiyali, Sudharshan & Sudharshan (1992) yang menyatakan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh lokasi layanan. Faktor-

faktor seperti aksesibilitas, keamanan, dan daya tarik lingkungan sekitar memiliki peran penting dalam proses keputusan mahasiswa. Baker, Grewal, & Parasuraman (1994) menambahkan bahwa perilaku konsumen, termasuk proses pengambilan keputusan, dapat dipengaruhi oleh lokasi tempat pelayanan. Lebih lanjut, Hui & Bateson (1991) menyatakan bahwa zona atau area di sekitar suatu lokasi penyedia layanan jasa dapat memengaruhi daya tarik dan keputusan pembelian konsumen. Belk & Costa (1998) menyoroti bagaimana lokasi suatu bisnis dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui pengaruh komunitas lokal

Skor rerata variabel lokasi kampus adalah 4,48, dengan pernyataan tertinggi mengenai pertimbangan fasilitas umum di sekitar kampus. Hal ini menunjukkan pentingnya kerjasama dengan pemerintah setempat untuk mempertahankan fasilitas di sekitar kampus. Meskipun lingkungan non fisik bukan fokus utama, Program Studi perlu memberikan informasi terkait. Mahasiswa asal Kota Salatiga dan Kabupaten Semarang cenderung memiliki nilai-nilai komunitas yang sejalan dengan lingkungan kampus.

Lokasi kampus memengaruhi keputusan mahasiswa melalui pertimbangan seperti aksesibilitas, fasilitas, biaya hidup, daya tarik budaya, dan reputasi kota. Mahasiswa lebih condong memilih program studi yang mudah dijangkau dan berlokasi strategis. Keamanan dan kenyamanan lingkungan kampus juga menjadi faktor penting. Biaya hidup, termasuk harga tempat tinggal, makanan, dan asrama, memengaruhi mahasiswa, khususnya yang berasal dari luar daerah.

Keberagaman budaya, aktivitas sosial, dan reputasi positif Kota Salatiga menambah daya tarik Program Studi. Calon mahasiswa cenderung memilih kampus dengan lingkungan yang mendukung gaya hidup terjangkau. Ketersediaan fasilitas akomodasi dan asrama berkualitas memengaruhi keputusan mahasiswa, terutama yang berasal dari luar daerah.

Reputasi baik Kota Salatiga sebagai lingkungan yang nyaman juga menjadi faktor penentu. Pengaruh faktor lingkungan seperti kebersihan udara dan keindahan alam juga memengaruhi kualitas hidup mahasiswa. Temuan ini memberikan wawasan bagi Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW untuk memperkuat strategi pemasaran dan kerjasama dengan pemerintah setempat dalam mempertahankan daya tarik lokasi kampus.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan. Variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, dan Lokasi Kampus secara bersama-sama mempengaruhi keputusan memilih Program Studi S1 Manajemen FEB

UKSW. Keputusan memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW, sebesar 71,9% dijelaskan oleh perubahan variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, dan Lokasi Kampus, serta sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, maupun Lokasi Kampus secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dirumuskan beberapa rekomendasi. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Variabel Promosi, Kualitas Program Studi, Biaya Pendidikan, maupun Lokasi Kampus, baik secara simultan maupun secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW menunjukkan bahwa Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW perlu mengembangkan strategi pemasaran yang memperhatikan variabel-variabel tersebut. Hal ini penting untuk dilakukan dalam rangka meningkatkan jumlah mahasiswa yang memilih Program Studi S1 Manajemen FEB UKSW sebagai tempatnya berkuliah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Keller, K. L. (1990). Consumer Evaluations of Brand Extensions. *Journal of Marketing*, 54(1), 27-41.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994). The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 328-339.
- Belk, R. W., & Costa, J. A. (1998). The Mountain Man Myth: A Contemporary Consuming Fantasy. *Journal of Consumer Research*, 25(3), 218-240.
- Ewell, Peter T. (2002). An Emerging Scholarship: A Brief History of Assessment. In T. Banta & Associates (Eds.), *Building a Scholarship of Assessment* (pp. 5-29). Jossey-Bass.
- Fishbein, Martin, dan Icek Ajzen. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Green, Kenneth C., et al. (2003). The Campus as a Learning Resource. *New Directions for Higher Education*, 2003(121).
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2019). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Education.
- Heller, Donald E. (2001). The Impact of Student Loan Debt on Small Business Formation. *The Journal of Private Enterprise*, 16(1), 96-124.
- Hui, M. K., & Bateson, J. E. (1991). Perceived Control and the Effects of Crowding and Consumer Choice on the Service Experience. *Journal of Consumer Research*, 18(2), 174-

- Ishitani, Terry T. (2003). A Longitudinal Approach to Assessing Campus Climate for Diversity. *The Review of Higher Education*, 26(2), 143-164.
- Kadiyali, V., Sudharshan, D., & Sudharshan, D. (1992). Positioning Store-Based Retailing Through Store Location. *Journal of Retailing*, 68(4), 448-466.
- Kim, Soo-yeon, dan Ann Huff Stevens. (2019). The Impact of Child Care Costs on the Living Arrangements of Single Mothers. *Journal of Labor Economics*, 37(S2), S403-S441.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2015). *Marketing Management*. Edisi 15. Pearson.
- Kuh, George D., et al. (2008). *What Matters to Student Success: A Review of the Literature*. National Postsecondary Education Cooperative.
- Mahendra Fakhri, Alini Gilang & Nining Ratnayu. (2017). Analisis Faktor Pembentuk Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Universitas Telkom (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* Vol. 11, No. 1, April 2017, 1-12; ISSN 2443-0633.
- Mahmud Basuki, Sofiyannurriyanti, Nissa Prasanti, Abdiel Khaleil Akmal, Kasmawati, Marlinda, Rita Hartati, Yusi Hidjrawan, Irmayani. (2023). Kontribusi Mahasiswa Dalam Akreditasi Program Studi. *NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*; Vol. 3, No.2 Mei 2023; e-ISSN: 2962-4800; p-ISSN: 2962-360X, Hal 48-54. <https://urlis.net/c0w1mhn5>.
- McFarlin, Dean B., dan Paul D. Sweeney. (1992). Distributive and Procedural Justice as Predictors of Satisfaction with Personal and Organizational Outcomes. *Academy of Management Journal*, 35(3), 626-637.
- Monroe, K. B., & Lee, A. Y. (2016). The Price Is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness Perceptions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 88-104.
- Nenny Anggraini, dkk. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UKI. *Jurnal Dinamika Pendidikan* Vol.15, No.1, April 2022, pp. 16-29 | p-ISSN: 1410-4695 - e-ISSN: 2620-3952.
- Oliver, R. L. (1977). Effect of Expectation and Disconfirmation on Postexposure Product Evaluations: An Alternative Interpretation. *Journal of Applied Psychology*, 62(4), 480-486.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Springer.
- Pike, Gary R. (1991). *The Effects of Residential Learning Communities and Traditional*

- Residential Living Arrangements on Educational Gains during the First Year of College. *Journal of College Student Development*, 32(3), 219-227.
- Ratchford, B. T. (2001). The New Economic Theory of Consumer Behavior: An Interpretive Essay. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 641-656.
- Reichheld, Frederick F., dan W. Earl Sasser Jr. (1990). Zero Defections: Quality Comes to Services. *Harvard Business Review*.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Spelt, Edward J. H., et al. (2009). Teaching and Learning Professionalism in Medical Education: A Best Evidence Medical Education (BEME) Systematic Review. BEME Guide No. 25. *Medical Teacher*, 31(10).
- Strober, Myra H., dan John F. Schreiner. (2003). The Influence of Campus Visits on College Choice Decisions. In *Higher Education: Handbook of Theory and Research* (Vol. 18, pp. 245-314). Springer.
- Suharyadi. (2012). Analisis Strategi Promosi Universitas dengan Data Mining. Tesis. Universitas Kristen Satya Wacana. <https://shorturl.at/kX456>.
- Suri, R., & Monroe, K. B. (2003). The Effects of Time Constraints on Consumers' Judgments of Prices and Monthly Payments: The Role of Perceived Similarity. *Journal of Consumer Research*, 30(3), 405-419.
- Thomas, M., Simon, D. H., & Kadiyali, V. (2007). Pricing and the Psychology of Consumption. In *Handbook of Pricing Research in Marketing*.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, 49(2), 193-211.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-352.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2019). Service Quality Delivery through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 138-149.