

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN CALON MAHASISWA DALAM MEMILIH KULIAH DI STKIP

Farhana Muhammad¹⁾ & Isfi Sholihah²⁾

¹⁾Prodi Ekonomi STKIP Hamzanwadi Selong
email: farhana.fm88@gmail.com

²⁾Prodi Ekonomi STKIP Hamzanwadi Selong
email: Evie1912.89@gmail.com

Abstract

This study aims to 1) determine the influence of marketing mix factors including product, price, promotion, location, people, process and physical against the decision of the selection of private colleges by prospective students in MA NW Pancor. 2) Which factors determine the most influence on the selection decisions of private colleges by prospective students. The research method uses quantitative analysis. The subjects of the study a number of 80 students of class XII. Analysis using multiple linear regression method partial test, simultaneous test, the coefficient of determination and classical assumptions. These results indicate that the F-test of independent variables X1 (product), X2 (price), X3 (promotion), X4 (on site), X5 (people), X6 (process), and X7 (physical) have a significant effect on alpha five percent (5%) on the dependent variable Y (prospective students choose college decision in STKIP Hamzanwadi Selong). While the partial test showed that the price (X2) and location (X4) significantly affects the decision of prospective students to go to college in STKIP Hamzanwadi Selong (Y).

Keywords: Decision to go to college in STKIP, marketing mix

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui pengaruh faktor bauran pemasaran meliputi produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan fisik terhadap keputusan pemilihan perguruan tinggi swasta oleh calon mahasiswa di MA NW Pancor. 2) mengetahui faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pemilihan perguruan tinggi swasta oleh calon mahasiswa. Metode penelitian menggunakan analisis kuantitatif. Subyek penelitian sejumlah 80 siswa kelas XII. Analisis menggunakan regresi linier berganda dengan metode uji parsial, uji simultan, koefisien determinasi dan asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji F variabel bebas X₁ (produk), X₂ (harga), X₃ (promosi), X₄ (lokasi), X₅ (orang), X₆ (proses), dan X₇ (fisik) berpengaruh signifikan pada alpha lima persen (5%) terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong). Sedangkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa harga (X₂) dan lokasi (X₄) berpengaruh signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong (Y).

Kata Kunci : Keputusan memilih kuliah di STKIP, bauran pemasaran

PENDAHULUAN

Pendidikan di jalur sekolah merupakan pendidikan berjenjang. Jenjang pendidikan merupakan tahap pendidikan berkelanjutan yang didasarkan pada tingkat

perkembangan peserta didik. Jenjang pendidikan dalam sistem pendidikan nasional menurut UU No 2 Tahun 1989 adalah pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi diselenggarakan oleh satuan pendidikan yang disebut perguruan tinggi. UU No 2 Tahun 1989 tentang sistem pendidikan nasional menyebutkan bahwa perguruan tinggi dapat berbentuk Akademik, Politeknik, Sekolah Tinggi, Institut atau STKIP. Pendidikan tinggi ini dapat diselenggarakan oleh pemerintah dalam hal ini Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (Perguruan Tinggi Negeri-PTS), departemen atau lembaga pemerintah yang lain (Perguruan Tinggi Kedinasan-PTK) atau oleh masyarakat (Perguruan Tinggi Swasta-PTS). Saat ini kebutuhan jasa pendidikan, khususnya pendidikan tinggi semakin meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan ini menyebabkan kapasitas jasa pendidikan tinggi yang diselenggarakan pemerintah tidak lagi mampu menampung seluruh calon peserta didik.

Setiap menjelang tahun ajaran baru, perguruan tinggi di Indonesia dihadapkan pada penerimaan mahasiswa baru. Perguruan Tinggi Negeri (PTN) kelihatannya dalam menarik mahasiswa baru lebih gampang dibanding Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Daya tampung perguruan tinggi negeri sangat terbatas membuat banyak calon mahasiswa yang tidak dapat melanjutkan pendidikannya di PTN. Hal ini mengakibatkan para calon mahasiswa harus realistis, jika tidak diterima di perguruan tinggi negeri mau tak mau mereka mencari lembaga pendidikan alternatif yang ideal dan berhadapan dengan penyelenggara jasa pendidikan swasta. Dari data yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik diketahui perguruan tinggi swasta di Kabupaten Lombok Timur berjumlah delapan.

Tabel 1 Daftar Perguruan Tinggi di Kabupaten Lombok Timur

No	Perguruan Tinggi		Alamat
1.	STKIP	STKIP Gunung Rinjani	Anjani
2.	Institut	Institut Agama Islam Hamzanwadi Lombok Timur	Anjani
		Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor	Pancor
3.	Sekolah Tinggi	Agama Islam Darul Kamal	Aikmel
		Manajemen Informatika dan Komputer Syeikh Zainuddin	Anjani
		Administrasi Muhammadiyah Selong	Selong
		STKIP Hamzanwadi	Selong
		Teknologi Hamzanwadi	Selong

Sumber : BPS Kab.Lombok Timur

Berbagai upaya dilakukan oleh PTS untuk menarik minat calon mahasiswa baru. Sudah bukan rahasia lagi bahwa terdapat Perguruan Tinggi Swasta yang memperoleh mahasiswa baru sangat minim jumlahnya. Dengan berkembang IPTEK yang semakin pesat dewasa ini menuntut dunia pendidikan harus trampil dan kreatif dalam meningkatkan kemampuannya untuk menghasilkan mutu pendidikan yang berkualitas. Untuk mencapai kualitas pendidikan tersebut seyogyanya perlu langkah-langkah konkrit yang dapat mempermudah seseorang belajar diberbagai tempat tingkat atau

jenjang pendidikan. Pendidikan dapat dijadikan sebagai alat untuk mengatasi krisis multidimensi yang tengah melanda bangsa Indonesia saat ini. Jadi salah satu cara untuk dapat meningkatkan, mengembangkan manusia adalah melalui pendidikan. Untuk memasuki era globalisasi maka diperlukan sumber daya manusia yang handal, berpendidikan, berwawasan luas, mempunyai keterampilan yang memadai, serta iman dan taqwa yang tangguh.

Mengingat banyaknya jumlah sekolah menengah atas dan sekolah setingkat lainnya yang berada di Kabupaten Lombok Timur, itu merupakan peluang yang besar untuk menarik minat calon mahasiswa mengambil keputusan untuk berkuliah di perguruan tinggi swasta. Kemampuan untuk memperoleh mahasiswa tergantung dari penyampaian informasi atau promosi tentang PTS yang bersangkutan, yang secara nyata terlihat dari strategi bauran pemasaran jasa yang diterapkan oleh setiap PTS.

Setiap perguruan tinggi swasta, khususnya Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Hamzanwadi menganggap bahwa pemasaran jasa merupakan hal penting untuk menarik minat calon mahasiswa. Pemasaran jasa dari produk pendidikan dijenjang pendidikan tinggi mengharuskan STKIP Hamzanwadi bertindak profesional dalam setiap aktivitasnya. Maka STKIP Hamzanwadi mampu mendapatkan jumlah mahasiswa setiap tahunnya yang memenuhi target.

Untuk kemajuan dan perkembangan perguruan tinggi swasta perlu mempertimbangkan strategi pemasaran dalam bentuk kombinasi marketing mix yang tepat untuk memenangkan persaingan. Menurut Kotler (2005) bauran pemasaran dibagi menjadi 4, atau yang disebut dengan 4P, antara lain sebagai berikut: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi). Selanjutnya Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa elemen marketing mix services (bauran pemasaran jasa) terdiri dari tujuh hal, yaitu, a). Product: jasa seperti apa yang ingin ditawarkan, b). Price: bagaimana strategi penentuan harga, c). Promotion: bagaimana promosi yang harus dilakukan, d). Place: bagaimana sistem penghantaran (delivery system) yang akan diterapkan, e). People: tipe kualitas dan kuantitas orang yang akan terlibat dalam pemberian jasa, f). Process: bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut, g). Customer service: tingkat pelayanan (service level) yang bagaimana yang akan diberikan kepada konsumen.

Penelitian yang dilakukan Perys Laili Khodri Nasution (2007) dengan judul "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kuliah pada Busines College Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia (LP3I) Medan" menyatakan bahwa variabel produk (program studi), harga (uang SPP), promosi, lokasi, proses, orang, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kuliah pada Business College LP3I Medan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Bima Nur Muchammad (2013) dengan judul "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jatim)" menunjukkan hasil variable produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih program studi ilmu administrasi bisnis FISIP-UPN "Veteran" Jatim.

Pemahaman keputusan calon mahasiswa dalam pemilihan PTS selanjutnya akan sangat menentukan keberhasilan PTS dalam jangka panjang. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada calon mahasiswa khususnya siswa kelas XII MA NW Pancor yang menjadi responden, dalam hal ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi siswa MA NW Pancor dalam

menentukan pilihan terhadap STKIP Hamzanwadi Selong Prodi Pendidikan Ekonomi, khususnya pada strategi bauran pemasaran yang diterapkan.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan dan sifat masalah yang diteliti maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga promosi, lokasi, orang, proses dan fisik terhadap keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi. Penelitian ini dilakukan di MA NW Pancor. Sampel dalam penelitian ini adalah siswa-siswi MA NW Pancor berjumlah 85 orang.

Karena model lebih dari satu variabel bebas sehingga menggunakan regresi linier berganda. Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan software data Eviews. Sebelum diestimasi dengan menggunakan Regresi Linier Berganda, maka peneliti akan melakukan pengumpulan data primer, yang diperoleh dengan kuesioner yang menggunakan skala likert kemudian diberi skor. Karena mempunyai 7 variabel Independent (bebas) maka digunakan persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Y = Keputusan calon mahasiswa memilih STKIP Hamzanwadi

X₁ = Produk

X₂ = Harga

X₃ = Promosi

X₄ = Lokasi

X₅ = Orang

X₆ = Proses

X₇ = Fisik

a, b₁, b₂, b₃, b₄, b₅, b₆, b₇ = Koefisien regresi linier berganda

e = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi

Selanjutnya data akan diuji dengan pengujian asumsi klasik yaitu, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji autokorelasi. Kemudian selanjutnya dilakukan uji parsial (uji t) dan simultan (uji F).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kuesioner yang telah disebar peneliti menunjukkan bahwa delapan puluh tujuh koma lima persen (87.5%) siswa sudah mengetahui STKIP Hamzanwadi sudah terakreditasi "Baik Sekali" hal ini menandakan eksistensi institut lembaga yang telah terakreditasi "Baik Sekali" sudah dikenal calon mahasiswa. Dari item nomor dua tentang STKIP Hamzanwadi berkerjasama dengan institusi dalam dan luar negeri, tujuh puluh lima persen (75%) mahasiswa menyetujunya, sedangkan item pertanyaan STKIP Hamzanwadi menawarkan lima belas program studi lima belas persen (15%) mahasiswa menjawab sangat setuju dan enam puluh tujuh koma lima persen (67.5%) menjawab setuju, diharapkan kedepannya STKIP Hamzanwadi lebih banyak berkerjasama dengan pihak-pihak lain yang terkait guna meningkatkan kualitas mahasiswa lulusannya.

Penilaian terhadap harga dapat dijelaskan tanggapan siswa-siswi tentang harga atau biaya yang ditawarkan STKIP Hamzanwadi selama proses perkuliahan, item pertanyaan biaya kuliah di STKIP Hamzanwadi apabila diakumulasikan lebih terjangkau dibanding perguruan tinggi lain lima puluh dua koma lima persen (52.5%) sedangkan sisanya empat puluh tujuh koma lima persen (47.5%) berada antara jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju, hal ini mengindikasikan perlu adanya edukasi kepada calon mahasiswa apabila biaya kuliah di STKIP apabila diakumulasikan lebih terjangkau dibanding perguruan tinggi lain. Item pertanyaan STKIP Hamzanwadi tidak memungut uang ujian dari mahasiswa enam puluh persen (60%) siswa menyetujui yang mengindikasikan calon mahasiswa telah mengetahuinya. Item pertanyaan proses pembayaran uang kuliah di STKIP Hamzanwadi tidak sulit, langsung menyetor di bank lima puluh enam persen (56%) calon mahasiswa menjawab sangat setuju dan setuju. Item pertanyaan STKIP Hamzanwadi memberikan potongan uang kuliah bagi yang berprestasi sembilan puluh persen (90%) calon mahasiswa menjawab sangat setuju dan setuju hal ini menandakan memberikan potongan biaya kuliah bagi yang berprestasi bagi calon mahasiswa sangat menarik sedangkan sepuluh persen (10%) menjawab netral. Item pertanyaan STKIP Hamzanwadi memberikan uang diktat/buku yang murah tujuh puluh satu persen (71%) menjawab sangat setuju dan setuju, hal ini bisa memberikan masukan untuk para dosen supaya memberikan harga diktat dan bahan ajar yang murah bagi mahasiswa.

Tanggapan siswa-siswi tentang promosi, item pertanyaan saya mendapatkan informasi di STKIP Hamzanwadi melalui kunjungan ke sekolah saya delapan puluh persen (80%) menjawab sangat setuju dan setuju, hal ini menandakan promosi langsung mengunjungi sekolah-sekolah dan menemui calon mahasiswa merupakan langkah yang efektif untuk memperkenalkan STKIP Hamzanwadi. Item pertanyaan saya selalu mengetahui iklan STKIP Hamzanwadi di media internet, koran, radio dan televisi enam puluh tiga persen (63%) menjawab sangat setuju dan setuju, ini menunjukkan media sosial juga berperan aktif dalam memperkenalkan STKIP Hamzanwadi. Sedangkan tanggapan siswa-siswi tentang lokasi STKIP Hamzanwadi, item pertanyaan STKIP Hamzanwadi berada di lokasi yang strategis tujuh puluh tiga persen (73%) menjawab sangat setuju dan setuju, hal ini dikarenakan STKIP Hamzanwadi memang berada pada lokasi yang strategis, dekat dengan pusat perbelanjaan, kantor pemerintahan, taman kota. Item pertanyaan STKIP Hamzanwadi dekat dengan akses transportasi umum delapan puluh delapan persen (88%) menjawab sangat setuju dan setuju lokasi STKIP mudah untuk mendapatkan alat transportasi umum. Item pertanyaan disekitar STKIP Hamzanwadi banyak pemukiman masyarakat/kost delapan puluh satu persen (81%) menjawab sangat setuju dan setuju, hal ini menjadi hal yang penting mengingat mahasiswa-mahasiswa yang kuliah di STKIP Hamzanwadi banyak berasal dari luar daerah bahkan antar pulau.

Tanggapan siswa-siswi tentang orang atau keseluruhan dari individu yang membangun dan berperan agar semua kegiatan operasional berjalan dengan baik. Item pertanyaan dosen STKIP Hamzanwadi memiliki kompetensi keilmuan yang sesuai dengan ilmu yang diajarkan delapan puluh satu persen (81%) menjawab sangat setuju dan setuju, hal ini dikarenakan dosen yang memiliki kompetensi keilmuan yang sesuai dengan ilmu yang diajarkan sangat penting untuk menunjang kualitas pembelajaran yang akan dilakukan. Item pertanyaan STKIP Hamzanwadi memiliki manajemen yang telah tersistem/on line tujuh puluh tiga persen (73%) menjawab sangat setuju dan setuju. Item pertanyaan staff keamanan/satpam di STKIP Hamzanwadi bekerja dengan

baik dan cepat tanggap enam puluh lima persen (65%) menjawab sangat setuju dan setuju. Item pertanyaan staff pegawai STKIP Hamzanwadi memberikan pelayanan yang baik tujuh puluh tiga persen (73%) menjawab sangat setuju dan setuju. Kesemua item harus bersama-sama saling melengkapi, mengingat pentingnya untuk proses kelancaran operasional institut baik dari segi pembelajaran dan pelayanan guna meningkatkan kualitas lulusan dan kepuasan mahasiswa STKIP Hamzanwadi.

Tanggapan siswa-siswi tentang proses, item pertanyaan perkuliahan STKIP Hamzanwadi berjalan lancar delapan puluh persen (80%) menjawab sangat setuju dan setuju, item pertanyaan dosen STKIP Hamzanwadi masuk tepat waktu empat puluh tujuh koma lima persen (47.5%) menjawab sangat setuju dan setuju. Item pertanyaan STKIP Hamzanwadi melakukan prosedur penerimaan mahasiswa yang tertib enam puluh tujuh koma lima persen (76.5%) menjawab sangat setuju dan setuju. Dan item pertanyaan pendaftaran ulang di STKIP Hamzanwadi tidak rumit enam puluh persen (60%) menjawab sangat setuju dan setuju. Dari berbagai macam jawaban siswa-siswi terkait proses yang mendapat tanggapan paling tinggi pada item pertanyaan perkuliahan STKIP Hamzanwadi berjalan lancar, kondisi ini haruslah kita jaga baik dari segi dosen, prosedur pelayan kepentingan mahasiswa supaya perkuliahan berjalan sebagaimana yang diharapkan mahasiswa nantinya.

Tanggapan siswa-siswi tentang lingkungan fisik diperguruan tinggi yang mampu mempengaruhi kualitas pelayanan jasa di STKIP Hamzanwadi. Item pertanyaan STKIP Hamzanwadi memiliki gedung dan fasilitas kelas yang memadai delapan puluh persen (80%) menjawab sangat setuju dan setuju. Item pertanyaan STKIP Hamzanwadi memiliki auditorium, gelanggang olahraga (GOR), Lab yang lengkap delapan puluh satu koma dua puluh lima persen (81.25%) menjawab sangat setuju dan setuju. Item pertanyaan STKIP Hamzanwadi memiliki area parkir yang luas dan aman tujuh puluh lima persen (75%) menjawab sangat setuju dan setuju. Dan item pertanyaan STKIP Hamzanwadi memiliki kantin dan koperasi yang lengkap tujuh puluh tujuh koma lima persen (77.5%) menjawab sangat setuju dan setuju. Dari keseluruhan item fisik tanggapan calon mahasiswa rata-rata tujuh puluh delapan koma empat puluh empat persen (78.44%) hal ini menandakan tanggapan terhadap fasilitas fisik yang dimiliki STKIP Hamzanwadi sudah sangat memadai.

Keputusan siswa-siswi kelas XII MA NW Pancor cenderung untuk memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi, item pertanyaan saya memiliki kebutuhan untuk kuliah di STKIP Hamzanwadi enam puluh dua persen (62%) menjawab sangat setuju dan setuju. Item pertanyaan saya merasa keputusan memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi adalah pilihan yang tepat lima puluh delapan persen (58%) menjawab sangat setuju dan setuju, terdapat dua puluh sembilan siswa memilih netral atau tiga puluh enam persen (36%) hal ini menjadi indikator bahwa siswa tersebut masih dalam keadaan ragu-ragu, dan keadaan tersebut bisa menjadi peluang untuk lebih mengedukasi kebaikan-kebaikan dan kelebihan berkuliah di STKIP Hamzanwadi untuk menarik minat calon mahasiswa.

Dari hasil penelitian dan analisis data diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + e$$

$$Y = -0.397 + 0.68 X_1 + 0.39X_2 + 0.03X_3 - 0.39 X_4 + 0.16X_5 + 0.27X_6 + 0.13X_7 + e$$

Berdasarkan hasil estimasi regresi linier berganda pada tabel di atas, hasil perhitungan regresi dari tujuh variabel bebas yaitu pengaruh produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan fisik menunjukkan bahwa secara statistik pada $\alpha=0.05$ (5

persen) atau tingkat keyakinan 95%, ketujuh variabel bebas tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan dan tidak signifikan. Kriteria untuk membandingkan antara nilai t statistik yang diperoleh dengan nilai t tabel juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya, begitu juga untuk membandingkan f hitung dan koefisien masing-masing variabel bebas dengan standar signifikan harus berada di bawah $\alpha=0.05$ (5 persen).

Uji teori dan interpretasi hasil dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta (a) bernilai negatif, artinya jika semua variabel bebas yang terdiri dari produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), lokasi (X_4), orang (X_5), proses (X_6) dan fisik (X_7) tetap maka nilai dari keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi cenderung menurun.
- b. Koefisien regresi variabel bebas produk (b_1) bernilai positif artinya semakin tinggi dan baik produk yang ditawarkan kepada mahasiswa maka keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi semakin tinggi pula dan ini menunjukkan bahwa produk mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong.
- c. Koefisien regresi variabel bebas harga (b_2) bernilai positif artinya semakin kompetitif dan baik harga yang ditawarkan kepada mahasiswa maka keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi semakin tinggi pula dan ini menunjukkan bahwa harga mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong.
- d. Koefisien regresi variabel bebas promosi (b_3) bernilai positif artinya semakin aktif pihak STKIP melakukan promosi baik dilakukan dengan cara mendatangi ke sekolah-sekolah langsung maupun melalui media sosial maka keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi semakin tinggi pula dan ini menunjukkan bahwa promosi mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong.
- e. Koefisien regresi variabel bebas lokasi (b_4) bernilai negatif artinya semakin jauh jarak calon mahasiswa dengan lokasi STKIP Hamzanwadi maka keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi semakin rendah dan ini menunjukkan bahwa lokasi mempunyai hubungan yang berbanding terbalik dengan keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong.
- f. Koefisien regresi variabel bebas orang (b_5) bernilai positif artinya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh dosen, pegawai dan staf terkait maka keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi semakin tinggi pula dan ini menunjukkan bahwa orang mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong.
- g. Koefisien regresi variabel bebas proses (b_6) bernilai positif artinya semakin berjalan lancar baik dari segi perkuliahan dan prosedur administrasi lainnya yang ditawarkan kepada mahasiswa maka keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi semakin tinggi pula dan ini menunjukkan bahwa proses mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong.
- h. Koefisien regresi variabel bebas fisik (b_7) bernilai positif artinya semakin bagus dan memadai fasilitas yang ditawarkan kepada mahasiswa maka keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi semakin tinggi pula dan ini

menunjukkan bahwa fisik mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong.

Dari hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan E-Views, dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2
Hasil Regresi Linier Berganda Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Orang, Proses dan Fisik terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Memilih Kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong

Variabel	Koefisien	t stat	Sig
1. Konstanta (a)	-0.397	-0.79	0.43
2. Produk	0.68	1.78	0.07
3. Harga	0.39	2.35	0.02
4. Promosi	0.03	0.19	0.85
5. Lokasi	-0.39	-2.29	0.02
6. Orang	0.16	0.91	0.36
7. Proses	0.27	1.20	0.23
8. Fisik	0.13	0.78	0.44
R Square = 0.675 DW stat = 1.695	$\alpha = 5\%$ F hitung = 6.163 F tabel = 2.17 Prob F hitung = 0.000012		n = 80 k = 7

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

- a. Variabel bebas X_1 (produk) mempunyai tingkat signifikansi $0.07 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_1 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi).
- b. Variabel bebas X_2 (harga) mempunyai tingkat signifikansi $0.02 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi).
- c. Variabel bebas X_3 (promosi) mempunyai tingkat signifikansi $0.85 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_3 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi).
- d. Variabel bebas X_4 (lokasi) mempunyai tingkat signifikansi $0.02 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_4 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi).
- e. Variabel bebas X_5 (orang) mempunyai tingkat signifikansi $0.36 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_5 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi).
- f. Variabel bebas X_6 (proses) mempunyai tingkat signifikansi $0.23 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_6 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi).

- g. Variabel bebas X_7 (fisik) mempunyai tingkat signifikansi $0.44 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_7 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi).

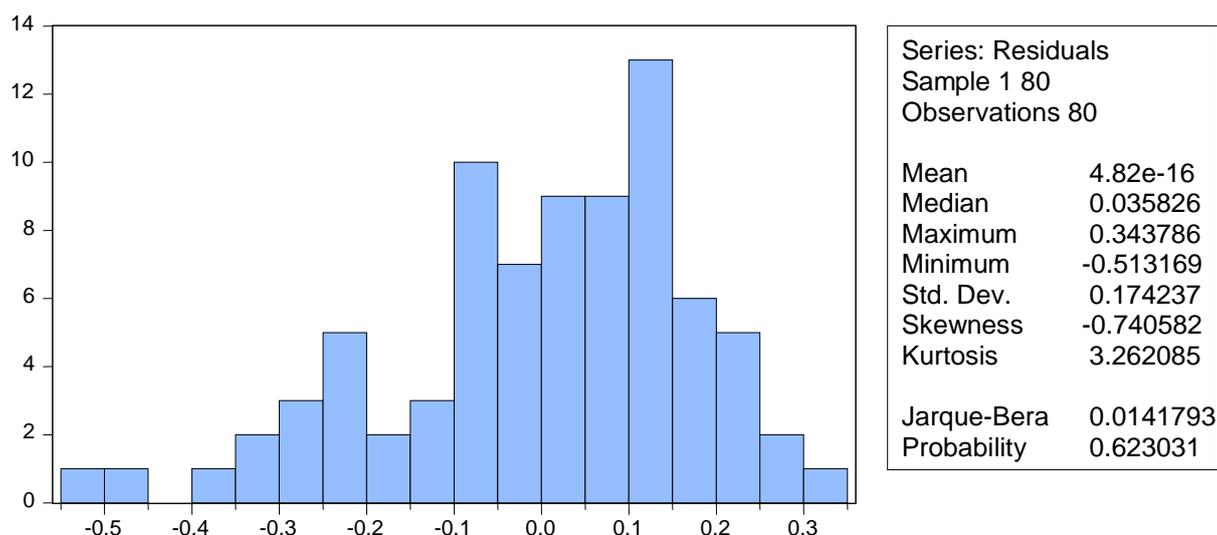
Uji F (uji simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen atau variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$, dan X_7) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel terikat Y. Berdasarkan hasil pengolahan statistik diatas pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 6.163 dengan signifikansi 0.000012. Hasil F tabel ($V_1=k, V_2=n-k-1$) jadi $V_1=7$ dan $V_2=72$ dengan menggunakan uji satu sisi (5%), k adalah jumlah variabel independen maka diperoleh F tabel adalah 2.17. F hitung $>$ F tabel yang berarti secara bersama-sama (simultan) variabel bebas X_1 (produk), X_2 (harga), X_3 (promosi), X_4 (lokasi), X_5 (orang), X_6 (proses), dan X_7 (fisik) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong).

Tes *Goodness of Fit* ditandai dengan menggunakan pendekatan koefisien determinasi (R^2), yang menerangkan besarnya variasi di dalam variabel penjelas (variabel terikat) yang mampu diterangkan oleh variabel bebas. Pada tabel 2 yang telah ditampilkan di atas besarnya koefisien determinasi sebesar 0.675 artinya variabel bebas X_1 (produk), X_2 (harga), X_3 (promosi), X_4 (lokasi), X_5 (orang), X_6 (proses), dan X_7 (fisik) mampu menjelaskan perubahan pada variabel terikat Y keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong) sebesar enam puluh tujuh koma lima persen (67.5%) sedangkan sisanya tiga puluh dua koma lima (32.5%) dijelaskan oleh faktor yang tidak termasuk dalam model.

Dari penelitian yang dilakukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi calon mahasiswa memilih kuliah diluar model penelitian adalah:

- a. Kampus yang memiliki predikat favorit, biasanya kampus favorit memiliki peminat yang banyak sehingga jumlah pendaftaranya membludak. Sudah menjadi rahasia umum apabila di wilayah Lombok yang menjadi kampus favorit adalah STKIP Mataram (UNRAM).
- b. Mengikuti trend, biasanya calon mahasiswa dalam memilih kuliah mengikuti teman-temannya, padahal belum tentu institusi atau jurusan yang dipilih sesuai dengan calon mahasiswa tersebut atau tidak.
- c. Tuntutan keluarga terutama pihak orang tua, sudah menjadi rahasia umum terkadang orang tua yang memutuskan anak mereka kuliah dimana.

Pengujian Normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Histogram Normality Test. Data yang baik merupakan data yang berdistribusi normal. Pengujian data normal dilakukan dengan menggunakan uji Jarque-Bera test. Jika nilai probability Jarque-Bera hitung $<$ 0.05, maka hipotesis yang menyatakan bahwa residual u_t berdistribusi normal ditolak dan sebaliknya. Hasil uji normalitas data menggunakan alat bantu (software) E-Views.7 sebagai berikut :



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data Primer diolah

Hasil uji normalitas pada gambar diatas nilai probabilitasnya adalah sebesar 0.623 > 0.05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan residual berdistribusi normal adalah diterima.

Cara mendeteksi apabila di dalam model terdapat gejala autokorelasi terjadi atau tidak adalah dengan menggunakan Uji Durbin-Watson (D-W test). Berdasarkan hasil regresi diatas dimana terdapat tujuh (7) variabel bebas dan satu (1) variabel terikat dengan jumlah sampel sebanyak delapan puluh (80), diperoleh nilai Durbin Watson (dw) sebesar 1.695. Maka $n = 80$, $k = 7$. Berdasarkan hal tersebut didapatkan nilai dL (1.45) dan dU (1.83). Hasil analisis regresi linier berganda ini berada di daerah $dL \leq D-W \leq dU$ yaitu $1.45 \leq 1.695 \leq 1.83$ maka tidak dapat disimpulkan.

Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat diuji dengan menggunakan uji Glejser. Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan E-Views7 didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 3
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Menggunakan Uji Glejser

Variabel	Koefisien	Prob
1. Konstanta (a)	0.246	0.398
2. Produk	-0.166	0.452
3. Harga	-0.059	0.544
4. Promosi	0.085	0.340
5. Lokasi	0.215	0.033
6. Orang	-0.101	0.307
7. Proses	0.003	0.979
8. Fisik	-0.081	0.405

* Dependent Variable: ARESID

Sumber: Data primer diolah

Dari output diatas dapat kita lihat bahwa koefisien masing-masing variabel independen yaitu X_1 (produk), X_2 (harga), X_3 (promosi), X_5 (orang), X_6 (proses), dan X_7

(fisik) bersifat tidak signifikan terhadap aresid (Y) karena probabilitasnya lebih besar dari alpha ($\text{prob} > 0.05$), maka dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada variabel bebas tersebut, sedangkan untuk variabel X_4 (lokasi) mengandung heyeroskedastisitas karena $\text{prob} < \alpha$ ($0.033 < 0.05$).

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independent yang memiliki kemiripan antar variabel independent dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independent akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan E-Views7:

Tabel 4
Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Koefisien Variance	Centered VIP
1. Konstanta (<i>a</i>)	0.2544	NA
2. Produk	0.1455	1.273
3. Harga	0.0283	1.555
4. Promosi	0.0238	1.858
5. Lokasi	0.0296	1.901
6. Orang	0.0297	3.131
7. Proses	0.0508	3.332
8. Fisik	0.0281	2.481
* Variance Inflation Factors		

Sumber: Data primer diolah

Diperoleh tingkat produk (X_1) memiliki nilai VIF sebesar 1.273, Harga (X_2) memiliki nilai VIF sebesar 1.555, promosi (X_3) memiliki nilai VIF sebesar 1.858, lokasi (X_4) memiliki nilai VIF sebesar 1.901, orang (X_5) memiliki nilai VIF sebesar 3.131, proses (X_6) memiliki nilai VIF sebesar 3.332 serta fisik (X_7) memiliki nilai VIF sebesar 2.481. Karena nilai VIF dari hasil uji asumsi klasik masih diantara 1-10 jadi tidak terdapat multikolinieritas pada model.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian dan hasil analisis yang telah dikemukakan sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Pengujian secara bersama-sama (uji F) menunjukkan bahwa variabel bebas X_1 (produk), X_2 (harga), X_3 (promosi), X_4 (lokasi), X_5 (orang), X_6 (proses), dan X_7 (fisik) berpengaruh signifikan pada *alpah* lima persen (5%) terhadap variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong).
- 2) Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa harga (X_2) dan lokasi (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong (Y).
- 3) Hasil perhitungan besarnya koefisien determinasi sebesar 0.675 artinya variabel bebas X_1 (produk), X_2 (harga), X_3 (promosi), X_4 (lokasi), X_5 (orang), X_6 (proses), dan X_7 (fisik) mampu menjelaskan perubahan pada variabel terikat Y (keputusan calon mahasiswa memilih kuliah di STKIP Hamzanwadi Selong) sebesar enam puluh tujuh

koma lima persen (67.5%) sedangkan sisanya tiga puluh dua koma lima (32.5%) dijelaskan oleh faktor yang tidak termasuk dalam model.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler P. (2005). *Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Alih bahasa oleh Hendra Teguh, SE dan Ronny A Rusli,Se,Ak. Jilid 1, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Nasution, Perys Laili Khodri. (2007) *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Kuliah Pada Busines College Lembaga Pendidikan Dan Pengembangan Profesi Indonesia (LP3I)*. Medan: Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sumatera.
- Nur Muchammad, Bima. (2013). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jatim)*. Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
- Rambat, Lupiyoadi. (2006) *Manajemen Pemasaran Jasa: jasa dan praktek*. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.