

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BIAYA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUSI RAWAS

**Anggia Syafitri**

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas

*E-mail : Syafitri.anggia@yahoo.com*

---

**Info Artikel :**

Diterima 17 Mei 2017  
Direview 28 Mei 2017  
Disetujui 15 Juni 2017

**ABSTRACT**

**Purpose** - The aim of this research is to analyze the impact uses of and service quality, costs, location, promotion of the student decision in selecting the Faculty of Economic, University of Musi Rawas.

**Design/methodology** - This research uses a questionnaire and data is collected by having questionnaires of 73 respondents. The population of this research is 272 students of Faculty of Economic, University of Musi Rawas. It is decided that the sample of this research is 73 students. This research uses simple random sampling with certain criteria as the sampling method. Then, the data is analyzed with Multiple Linear regression using computer statistical package.

**Findings** – The author finds that the value variable of the service quality with regression coefficient 0,325, costs with the value regression coefficient -0,452, the value of the location variable regression coefficient 0,649 and promotion of variable regression coefficient 0,509 in partial significant effect on students decision in selecting the Faculty Economic University of Musi Rawas. And the variables of the service quality, cost, location and promotion of the value of  $\alpha$  (0,000)  $< 0,05$  and the number R square of 0,390 simultaneous significant effect on student decision in selecting the Faculty Economic University of Musi Rawas (Y).

---

**Keywords :**

Service Quality  
Cost  
Location  
Promotion  
Student Decision

**Keyword:** Service Quality, Cost, Location, Promotion, Student Decision

**PENDAHULUAN**

Pendidikan merupakan faktor pendukung yang memegang peranan

penting disegala sektor karena manusia membutuhkan pendidikan dalam kehidupannya. Pendidikan adalah usaha agar manusia dapat

mengembangkan potensi dirinya melalui proses pembelajaran dan/atau cara lain yang dikenal dan diakui oleh masyarakat (Kalsum, 2008 :19). Pendidikan dipercaya sebagai alat strategis meningkatkan taraf hidup manusia. Melalui pendidikan, manusia menjadi cerdas, memiliki kemampuan atau *skill*, sikap hidup yang baik, sehingga dapat bergaul dengan baik di masyarakat. Pendidikan menjadi investasi yang memberi keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan bangsa bermartabat dan individunya menjadi manusia yang memiliki derajat (Engkoswara dan Komariah, 2010:1).

Terdapat banyak perguruan tinggi di Indonesia. Perguruan tinggi dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut atau universitas. Kemampuan untuk memperoleh mahasiswa tergantung dari penyampaian informasi atau promosi tentang perguruan tinggi yang bersangkutan.

Kondisi yang ada, daya tampung mahasiswa di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) sangat terbatas, sehingga seluruh Perguruan Tinggi Swasta (PTS), khususnya di Sumatera Selatan, memiliki peluang yang sama untuk dipilih calon mahasiswa yang tidak tertampung di PTN dalam melanjutkan studinya. Oleh karena itu, setiap PTS harus melakukan strategi khusus yang berbeda dengan PTS lainnya.

Besar kecilnya kemampuan untuk memperoleh mahasiswa tergantung dari penyampaian

informasi tentang PTS yang bersangkutan, yang secara nyata terlihat dari strategi bauran pemasaran jasa yang diterapkan oleh setiap PTS.

Provinsi Sumatera Selatan memiliki banyak Universitas atau Sekolah Tinggi yaitu terdiri dari 1 Universitas Negeri (Universitas Sriwijaya), 13 Universitas Swasta, 1 Institut Negeri (IAIN Raden Fatah), 50 Sekolah Tinggi Swasta, 1 Politeknik Negeri (Politeknik Negeri sriwijaya), 7 Politeknik Swasta, dan 27 Akademi yang tersebar di setiap Kotamadya/Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan (Kopertis Wilayah II, 2012).

Salah satu perguruan tinggi yang ada di Kabupaten Musi Rawas Provinsi Sumatera Selatan adalah Universitas Musi Rawas (Unmura). Universitas Musi Rawas (selanjutnya disebut Unmura), merupakan salah satu PTS yang secara resmi didirikan pada Tanggal 8 April 1993, terletak di jalan Pembangunan Komplek Perkantoran pemerintah kabupaten Musi Rawas kelurahan Air Kuti, kecamatan Lubuklinggau Timur I, Lubuklinggau Sumatera Selatan. Unmura terdiri dari 4 (empat) fakultas yaitu Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Ilmu Sosial Politik. Fakultas Ekonomi merupakan salah satu fakultas yang paling diminati oleh calon mahasiswa, hal ini dapat dilihat berdasarkan perkembangan jumlah mahasiswa pada tabel berikut.

**Tabel 1. Perkembangan Jumlah Mahasiswa Unmura Tahun 2009-2012**

No	Fakultas/Prodi	Tahun Ajaran					
		2009-2010		2010-2011		2011-2012	
		Ganjil	Genap	Ganjil	Genap	Ganjil	Genap
I	Pertanian						
	1. Prodi Agro Teknologi	217	197	246	245	298	286
	2. Prodi Agribisnis	109	103	140	140	153	152
	3. Prodi Peternakan	4	11	31	30	48	48
	Jumlah	330	311	417	415	499	486
II	Teknik						
	1. Prodi Teknik Sipil	58	56	84	84	116	99
III	Ekonomi						
	1. Prodi Akuntansi	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>205</b>	<b>211</b>	<b>311</b>	<b>272</b>
	Jumlah	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>205</b>	<b>211</b>	<b>311</b>	<b>272</b>
IV	Ilmu Sosial Politik						
	1. Prodi Administrasi Negara	20	15	67	77	144	135
	2. Prodi Ilmu Pemerintahan	46	56	236	238	265	247
	Jumlah	66	71	303	315	409	382
	<b>Total</b>	<b>492</b>	<b>474</b>	<b>1009</b>	<b>1025</b>	<b>1335</b>	<b>1239</b>

Sumber: Bagian Administrasi Tata Usaha Unmura, 2012

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa pada Fakultas Ekonomi mengalami kenaikan yang cukup signifikan pada setiap tahun ajaran baik semester ganjil maupun semester genap jika dibandingkan dengan fakultas lain. Namun, trend menurunnya jumlah mahasiswa terjadi pada semester genap Tahun Ajaran 2011-2012, yaitu berkurang sebanyak 39 mahasiswa.

Unmura sebagai salah satu PTS di Sumatera Selatan berupaya memberikan jasa pendidikan secara optimal kepada mahasiswa. Untuk itu, pihak manajemen perguruan tinggi harus tanggap terhadap perubahan lingkungan baik internal maupun eksternalnya. Adanya indikasi awal penurunan jumlah mahasiswa pada Tabel 1 diatas, apakah berkaitan dengan strategi bauran pemasaran yang telah dilakukan Fakultas Ekonomi Unmura, diantaranya kualitas

pelayanan, biaya, lokasi dan promosi, sehingga untuk membuktikan pengaruh masing-masing variabel, serta variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa, maka disusunlah penelitian ini.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan, biaya, lokasi dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas?
2. Bagaimana kualitas pelayanan, biaya, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas?

## METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini adalah perilaku konsumen. *Tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance* dalam kualitas pelayanan; biaya perkuliahan (SPP), biaya SKS, biaya sumbangan pembangunan dari biaya; akses, visibilitas, lalu lintas (traffic), lingkungan dari lokasi; periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan pribadi dari promosi mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Unmura.

Desain penelitian ini adalah bersifat kausalitas yaitu hubungan sebab-akibat dari beberapa variabel. *Independent variabel* yaitu *Tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance* dalam kualitas pelayanan; biaya perkuliahan (SPP), biaya SKS, biaya sumbangan pembangunan dari biaya; akses, visibilitas, lalu lintas (traffic), lingkungan dari lokasi; periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan pribadi dari promosi mempengaruhi *dependent*

*variabel* yaitu keputusan mahasiswa. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu analisa dengan mengolah data dari hasil penelitian yang telah dinyatakan dalam satuan angka untuk dianalisis dengan perhitungan statistik terhadap objek yang diteliti.

Sumber data dalam penelitian ini ialah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari hasil pengisian kuesioner. Sumber data primer diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti yang diperoleh melalui pembagian kuesioner kepada responden, dalam hal ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Unmura. Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian. Dalam masalah ini populasi yang akan digunakan adalah seluruh mahasiswa program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Unmura semester genap periode 2011-2012 sebanyak 272 siswa.

**Tabel 2. Populasi Penelitian**

Prodi	Angkatan					
	2009 – 2010		2010 – 2011		2011 – 2012	
	Ganjil	Genap	Ganjil	Genap	Ganjil	Genap
Akuntansi	38	36	205	211	311	272

Sumber: Bagian Administrasi Tata Usaha FE Unmura, 2012

Berdasarkan Tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa Tahun Akademik 2011-2012 semester Genap adalah sebanyak 272 mahasiswa. Untuk menentukan jumlah sampel, maka

digunakan rumus Slovin menurut (Sugiyono, 2007:152), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

dimana:

n = ukuran sampel  
 N = ukuran populasi  
 e =kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir dalam penelitian ini sebesar 10 %

$$n = \frac{272}{1 + (272)(0,1)^2}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka sampel yang diperoleh dengan populasi sebanyak 272 siswa dan dengan tingkat kesalahan 10 % adalah 73,11, yang kemudian dijadikan 73 sampel.

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuesioner. Dilakukan dengan mengajukan lembaran angket yang berisi daftar pernyataan kepada responden. Daftar pernyataan tersebut sifatnya tertutup, maksudnya jawaban alternatif telah disediakan kecuali daftar pertanyaan mengenai identitas responden bersifat terbuka.

Metode analisis data dengan menggunakan pendekatan statistik parametrik untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, biaya, lokasi, dan promosi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Unmura, digunakan spesifikasi model regresi linear berganda (*multiple linear regression*) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan mahasiswa memilih Fakultas Ekonomi Unmura

b = Koefisien regresi variabel bebas

X<sub>1</sub> = Kualitas pelayanan

X<sub>2</sub> = Biaya

X<sub>3</sub> = Lokasi

X<sub>4</sub> = Promosi

e = Tingkat kesalahan

Pengukuran skor pada item-item pernyataan pada penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Dengan menggunakan skala *Likert*, maka variabel dijabarkan menjadi indikator yang terukur sehingga dapat dijadikan tolak ukur membuat item-item pernyataan. Alternatif penilaian dalam pengukuran item-item tersebut terdiri dari 5 (lima) alternatif pilihan yang mempunyai tingkatan sangat rendah sampai dengan sangat tinggi (bernilai 1 s/d 5) yang diterapkan secara bervariasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji instrumen validitas, instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data sebagai pengukur itu valid. Valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

**Tabel 3 Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan, Biaya, Lokasi dan Promosi (r tabel = 0.235)**

Variabel	Alpha	Keterangan	Butir	CITC	Keterangan	
X <sub>1</sub>	0.768	Reliabel	1	0.310	Valid	
			2	0.579	Valid	
			3	0.445	Valid	
			4	0.275	Valid	
			5	0.285	Valid	
			6	0.583	Valid	
			7	0.599	Valid	
			8	0.225	Tidak Valid	Hapus
			9	0.542	Valid	
			10	0.377	Valid	
			11	0.560	Valid	
			12	0.412	Valid	
Variabel	Alpha	Keterangan	Butir	CITC	Keterangan	
X <sub>2</sub>	0.748	Reliabel	1	0.440	Valid	
			2	0.624	Valid	
			3	0.526	Valid	
			4	0.587	Valid	
Variabel	Alpha	Keterangan	Butir	CITC	Keterangan	
X <sub>3</sub>	0.580	Reliabel	1	0.312	Valid	
			2	0.301	Valid	
			3	0.513	Valid	
			4	0.353	Valid	
Variabel	Alpha	Keterangan	Butir	CITC	Keterangan	
X <sub>4</sub>	0.690	Reliabel	1	0.408	Valid	
			2	0.544	Valid	
			3	0.425	Valid	
			4	0.522	Valid	
					Keterangan	
					Valid	
					Valid	
					Valid	
					Valid	
					Valid	
					Valid	
					Valid	
					Valid	

Sumber : data primer yang diolah

Dari tabel 3 validitas dan reliabilitas di atas, terlihat bahwa hampir semua butir pertanyaan memiliki nilai CITC (*Corrected Item Total Corelation* atau *r* hitung) yang lebih besar dari *r* tabel (0.235) yang

berarti hampir semua butir pertanyaan valid, pada butir pertanyaan yang tidak valid, maka butir pertanyaan tersebut disingkirkan (atau tidak diikutsertakan pada analisis selanjutnya).

**Tabel 4 Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Mahasiswa Memilih (r tabel = 0.235)**

Variabel	Alpha	Keterangan	Butir	CITC	Keterangan
Y	0.816	Reliabel	1	0.335	Valid
			2	0.572	Valid
			3	0.607	Valid
			4	0.424	Valid
			5	0.671	Valid
			6	0.298	Valid
			7	0.669	Valid
			8	0.579	Valid
			9	0.483	Valid

Sumber : data primer yang diolah

Dari tabel 4 validitas dan reliabilitas diatas, terlihat bahwa semua butir pertanyaan memiliki nilai CITC (*Corrected Item Total Corelation* atau *r* hitung) yang lebih besar dari *r* tabel (0.235) yang berarti semua butir pertanyaan valid, artinya butir pertanyaan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Untuk uji reliabilitas, berdasarkan nilai *cronbach's* alpha pada setiap variabel, terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai *cronbach's* yang lebih besar dari *r* tabel (0.235), artinya semua variabel reliable. Variabel yang valid dan reliable dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi dilakukan pada variabel utama yaitu variabel kualitas pelayanan, variabel biaya, variabel lokasi, variabel promosi, dan variabel keputusan memilih serta persamaan yang digunakan.

Data yang diperoleh dari responden dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan model regresi berganda dengan tujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel-variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini, yaitu variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), variabel biaya ( $X_2$ ), variabel lokasi ( $X_3$ ) dan variabel promosi ( $X_4$ ) untuk memprediksi variabel keputusan memilih ( $Y$ ) sebagai variabel terikat (*dependent*), sehingga dapat dijelaskan pula mengenai variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

## 2. Uji t

**Tabel 4**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,397	5,759		1,632	,107
	kualitas pelayanan	,325	,071	,445	4,609	,000
	biaya	-,452	,204	-,212	-2,214	,030
	lokasi	,649	,235	,268	2,760	,007
	promosi	,509	,232	,209	2,194	,032

a. Dependent Variable: keputusan memilih

Koefisien dari hasil regresi menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan dan uji hipotesis signifikansi koefisien regresi.

Persamaan regresinya:

$$Y = a + b X_1 + b X_2 + b X_3 + b X_4$$

$$Y = 9,397 + 0,325 X_1 - 0,452 X_2 + 0,649 X_3 + 0,509 X_4$$

Dimana :

Y = Keputusan memilih FE Unmura

X<sub>1</sub> = Kualitas pelayanan

X<sub>2</sub> = Biaya

X<sub>3</sub> = Lokasi

X<sub>4</sub> = Promosi

Uji parsial atau uji t digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas secara parsial dimana (*P value* < 0,05) maka dikatakan

variabel bebas berpengaruh atau signifikan terhadap variabel terikat. Selain itu untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yakni kualitas pelayanan, biaya, lokasi dan promosi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih Fakultas Ekonomi Unmura.

Uji t dapat dilihat pada tabel diatas pada kolom "t" dan "signifikansi" dengan criteria keputusan sebagai berikut:

- Jika t hitung < t tabel maka H<sub>0</sub> diterima
- Jika t hitung > t tabel maka H<sub>0</sub> ditolak

## 3. Uji F

**Tabel 5**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	473,482	4	118,370	10,860	,000 <sup>a</sup>
Residual	741,176	68	10,900		
Total	1214,658	72			

a. Predictors: (Constant), promosi, biaya, kualitas pelayanan, lokasi

b. Dependent Variable: keputusan memilih

Tabel Anova menunjukkan besarnya angka probabilitas atau signifikansi (sig) yang akan digunakan untuk uji kelayakan model regresi dengan ketentuan angka probabilitas yang baik untuk digunakan sebagai model regresi harus lebih kecil dari 0,05. Uji Anova menghasilkan angka F sebesar 10,860 dengan tingkat signifikansi (angka probabilitas) sebesar 0,000. Karena angka

probabilitas  $0,000 < 0,05$  maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi keputusan memilih Fakultas Ekonomi Unmura. Dengan kata lain, variabel kualitas pelayanan, biaya, lokasi dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan memilih Fakultas Ekonomi Unmura.

#### 4. Model Summary

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,624 <sup>a</sup>	,390	,354	3,30146

a. Predictors: (Constant), promosi, biaya, kualitas pelayanan, lokasi

b. Dependent Variable: keputusan memilih

Angka R Square sebesar 0,390 atau sama dengan 39%, angka tersebut berarti sebesar 39% keputusan memilih dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan, biaya, lokasi, promosi. Sedangkan sisanya yakni 61%, dapat dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya. Dengan kata lain, besarnya pengaruh kualitas pelayanan, biaya, lokasi, promosi terhadap memilih adalah sebesar 39%. Angka persentase yang hanya sebesar 39% menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut belum dapat secara sepenuhnya mempengaruhi keputusan mahasiswa, masih ada variabel lainnya di luar variabel (kualitas pelayanan, biaya, lokasi, dan promosi) yang lebih berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.

Dari hasil pengolahan data didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan

secara parsial terhadap keputusan mahasiswa, ini dapat dilihat dari tabel angka hasil perhitungan uji t 0,325 yang artinya bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas, dikarenakan kualitas pelayanan dapat mencerminkan kualitas suatu lembaga pendidikan.

Variabel biaya juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa, dengan angka tabel hasil perhitungan uji t -0,452 yang menunjukkan bahwa variabel biaya berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa. Tanda minus mengartikan bahwa apabila biaya (SPP) dinaikkan maka keputusan mahasiswa akan turun, dengan kata lain semakin tinggi biaya (SPP) maka semakin rendah jumlah mahasiswa yang memutuskan untuk memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas.

Variabel lokasi seperti yang terlihat dari tabel perhitungan uji t angka sebesar 0,649 yang menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa. Artinya, lokasi dimana sebuah perguruan tinggi berada menjadi hal yang benar-benar dipertimbangkan mahasiswa, semakin strategis lokasi Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas maka akan semakin kuat pengaruhnya terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas. Selanjutnya untuk variabel promosi, angka pada tabel perhitungan uji t sebesar 0,509 menunjukkan bahwa variabel promosi juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini berarti semakin dikenal Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas maka keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas juga akan semakin meningkat.

Secara simultan variabel kualitas pelayanan, biaya, lokasi, promosi juga memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas. Hal ini dibuktikan dari angka R Square yang walaupun hanya sebesar 0,390 atau 39%, yang memiliki arti bahwa variabel kualitas pelayanan, biaya, lokasi, promosi mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas hanya sebesar 39%. Jika diperhatikan masih ada sisa 61% yang dapat dipengaruhi dan dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya diluar keempat variabel (kualitas pelayanan, biaya, lokasi, promosi) yang telah disebutkan diatas.

Analisis regresi berganda yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana variabel dalam penelitian ini kualitas pelayanan, biaya, lokasi, promosi dan keputusan memilih. Selain itu juga dari analisis regresi berganda juga dapat diketahui bahwa ternyata variabel lokasi ( $X_3$ ) merupakan variabel yang paling dominan dengan nilai 0,649. Artinya lokasi Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas sudah baik dan hal ini harus dipertahankan.

Untuk pengujian variabel kualitas pelayanan  $t$  hitung (4,609) >  $t$  tabel (2,000), variabel biaya nilai  $t$  hitung (2,214) >  $t$  tabel (2,000), variabel lokasi nilai  $t$  hitung (2,760) >  $t$  tabel (2,000) dan variabel promosi nilai  $t$  hitung (2,194) >  $t$  tabel (2,000) dimana menunjukkan masing-masing variabel memiliki nilai  $t$  hitung >  $t$  tabel dan nilai  $P$  value >  $\alpha$  (0,05) ini membuktikan bahwa secara parsial atau sendiri-sendiri variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yakni keputusan memilih.

Dari hasil pengolahan data yang didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan, berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas. Hal ini sesuai dengan teori kualitas pelayanan menurut Kotler (2008) yang mengemukakan bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa, dan Lewis & Booms (1983) dalam buku Tjiptono (2011) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa

bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Begitu juga dengan variabel biaya, yang berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas. Hal ini sesuai dengan (Simamora:2003) bahwa biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi.

Selanjutnya variabel lokasi dan promosi juga memberikan pengaruh secara parsial, ini sesuai dengan teori yang diungkapkan Kotler (2008) menyatakan bahwa lokasi sebagai segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk tersedia dan dapat diperoleh bagi konsumen sasaran. Sedangkan promosi masih menurut Kotler (2008) Aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

### SIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini adalah Kualitas pelayanan, biaya, lokasi dan promosi secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Fakultas Ekonomi Universitas Musi Rawas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Sher and Abu Hassan Abu Bakar. 2011. *Factors Affecting the Consumer's Decision on Purchasing Power. Journal of Economics and Behavioral Studies Vol. 2, No. 3, pp. 108-116, Mar 2011.*
- Akpoyomare, Oghojafor Ben dkk. 2012. *The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages Industry: A Study of Lagos Metropolis. American Journal of Business and Management Vol. 1, No. 4, 2012, 196-201.*
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Bisnis & Birokrasi. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei – Agustus 2010, Vol. 17 114-126 Nomor 2, ISSN 0854-3844.
- Candra, Yuni. 2012. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Keterlibatan Keluarga terhadap Keputusan Pembelian Leasing Sepeda Motor Suzuki di Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 1, Januari 2012 ISSN: 2086 – 5031.
- Engkoswara dan Komariah, A. 2010. *Administrasi Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiyati, Ernani. Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang).ISSN: 2085-0972.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

- Kalsum, Eka Umi. 2008. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan. Tesis. Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan.
- Kasmir. 2004. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khoiriyah, Daimatul, Made Susilawati, Desak Putu Eka. 2013. Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Asal Luar Bali Kuliah di FMIPA Universitas Udayana Bali. *E-Jurnal Matematika* Vol. 2, No. 1, Januari 2013, 24-32.